

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & «ΠΡΑΣΙΝΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ» ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ»



Πτυχιακή Εργασία

Φοιτητές: Γαλάτουλας Νικόλαος(Α.Μ.8050)

Χαραλαμποπούλου Μαγδαληνή(Α.Μ.8578)

Επιβλέπον Καθηγητής : Γαλυφιανάκης Γιώργος

Ηράκλειο, Σεπτέμβριος 2011

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον κύριο Γιώργο Γαλυφιανάκη για την βοήθεια και την καθοδήγησή του κατά τη διάρκεια συγγραφής της πτυχιακής εργασίας μας...

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	6
ΜΕΡΟΣ 1.	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	8
1.1 «Η επιχειρηματικότητα ως απόφαση ζωής».....	8
1.2 «Ορισμοί της επιχειρηματικότητας».....	9
1.3 «Τι είναι επιχειρηματικότητα;».....	9
1.4 «Τρεις προσεγγίσεις της επιχειρηματικότητας».....	10
1.5 «Το επιχειρηματικό περιβάλλον».....	10
1.6 «Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα».....	12
1.7 «Η επιχειρηματική ιδέα».....	12
1.8 «Ο επιχειρηματίας».....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	14
2.1 «Τα εμπόδια της επιχειρηματικής πρωτοβουλίας».....	14
2.2 «Υποστήριξη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα».....	15
2.3 «Οι 3 πυλώνες των επιχειρηματικών ενισχύσεων».....	15
2.4 «Είδη επιχειρήσεων και εταιρείες».....	16
2.5 «Επιλογή της κατάλληλης νομικής μορφής».....	17
2.6 «Η ίδρυση της επιχείρησης».....	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ.....	20
3.1 «Τι είναι το επιχειρηματικό σχέδιο;».....	20
3.2 «Η δομή του Επιχειρηματικού Σχεδίου».....	21
3.3 «Γενικές Συμβουλές».....	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	24
4.1 «Σύγχρονες επιχειρηματικές κατευθύνσεις».....	24

4.1.1 «Πράσινη επιχειρηματικότητα»	24
4.1.2 «E-business»	25
4.1.3 «Γενικές συμβουλές επιχειρηματικής επιτυχίας».....	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	28
5.1 «Εισαγωγή στη διοίκηση επιχειρήσεων».....	28
5.1.1 «Μάνατζμεντ επιχειρησιακών λειτουργιών».....	28
5.2. «Διεθνοποίηση Επιχειρήσεων»	45
5.3. «Δεοντολογία και Ηθική»	48
5.4. «Knowledge Management»	49
 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	
ΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ, ΤΑ ΕΜΠΟΔΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	52
6.1 «Προκλήσεις»	52
6.2 «Εμπόδια»	55
6.3 «Προοπτικές»	57
6.4 «Ο ρόλος των ΑΕΙ-ΤΕΙ».....	58
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7.....	60
7.1 «Οι επιδράσεις της ΕΥΡΩΠΑΙΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ στις Ελληνικές Μικρομεσαίες επιχειρήσεις (Μ.Μ.Ε.)»	60
7.1.1 «Η δικτύωση των νέων επιχειρηματιών στην Ευρώπη και τον κόσμο»	60
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8.....	64
8.1 «Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 2009 – 2010. ΑΝΑΖΗΤΩΝΤΑΣ ΔΙΕΞΟΔΟ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ».....	64
8.1.1 «ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ»	64
ΕΠΙΛΟΓΟΣ	70
ΜΕΡΟΣ 2.	
Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	71
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	71

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.....	71
1.1 Περί πράσινης επιχειρηματικότητας.....	72
1.2 Ιστορία της πράσινης επιχειρηματικότητας.....	72
1.3 Κατηγορίες πράσινων «επιχειρηματιών»	72
1.4 Ο ρόλος των ΜΚΟ	75
1.5 Οικολογική ενημέρωση	75
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.. Εφαρμογή πράσινης επιχειρηματικότητας.....	76
2.1 Τομείς εφαρμογής πράσινης επιχειρηματικότητας.....	76
2.2 Ανανεώσιμες πηγές ενέργειας	78
2.3. Υπερπληθυσμός ή Υπερκατανάλωση	80
2.4 Μέτρα για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής	82
2.5 Εταιρική κοινωνική ευθύνη.....	85
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 Προστασία του περιβάλλοντος ενάντια στην ανάπτυξη	86
3.1 Ανάπτυξη και Περιβάλλον	86
3.2 Προστασία του περιβάλλοντος ή ανάπτυξη;	86
3.3 Περιβάλλον-Κατανάλωση: Μια σχέση με ημερομηνία λήξης(;):.....	88
3.3 Συμπεράσματα	91
ΠΙΝΑΚΕΣ- ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ	92
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	95
ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	98

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Σε μία εποχή, όπου το άνοιγμα των αγορών και η άρση των περιοριστικών όρων στις εμπορικές συναλλαγές διαμόρφωσαν μία νέα τάξη πραγμάτων, που στην καθημερινότητα ακούμε ως παγκοσμιοποίηση, η ικανότητα των ανθρώπων στο πεδίο της εφαρμοσμένης επιχειρηματικότητας καθίσταται περισσότερο από ποτέ αναγκαία. Αν στο παρελθόν η ικανότητα στην επιχειρηματική επιτυχία καθορίζονταν σε μεγάλο βαθμό από το κεφάλαιο, τις πρώτες ύλες ή την παραγωγικότητα, σήμερα αυτή καθορίζεται σε αντίστοιχο βαθμό από τη γνώση και τις προσωπικές ικανότητες. Έτσι, βλέπουμε πολύ συχνά επιχειρήσεις με μεγάλα κεφάλαια να αποτυγχάνουν στις επενδύσεις τους, όταν τα εσωτερικά τους συστήματα διαχείρισης της γνώσης, δεν λειτουργούν επαρκώς και το πρόσκαιρο κέρδος αντικαθιστά τον κινητήριο μοχλό της επιχειρηματικής δράσης. Καθώς η κατάσταση αυτή επηρεάζει όλες τις αγορές, συμπεριλαμβανομένης και της δικής μας, η σημασία της κατάρτισης και της συνεχούς επικαιροποίησης της γνώσης των πολιτών ανάγεται σε κάτι περισσότερο από σημαντική. Όλοι οι πολίτες, είτε από τη θέση του υφιστάμενου ή μελλοντικού επιχειρηματία, είτε από τη θέση του υφιστάμενου ή μελλοντικού στελέχους μίας επιχείρησης, πρέπει να χαρακτηρίζονται από μία τουλάχιστον στοιχειώδη επιχειρηματική κατάρτιση. Όταν μάλιστα οι αλλαγές στο ευρύτερο οικονομικό περιβάλλον επέρχονται με ραγδαίο ρυθμό και χωρίς να είναι προβλέψιμες, η πιθανότητα της επιχειρηματικής ενασχόλησης αυξάνεται κατακόρυφα. Όλες οι έρευνες των τελευταίων ετών για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, καταδεικνύουν ως κίνητρό της την ανάγκη για εργασία και όχι τη διαπίστωση μίας ευκαιρίας για οικονομική πρόοδο.

Το γεγονός αυτό αναδεικνύει όλους τους πολίτες ως πιθανούς επιχειρηματίες στο άμεσο ή έμμεσο μέλλον.

Στο πλαίσιο αυτή η επιχειρηματική κατάρτιση θα πρέπει να είναι εφόδιο όλων των πολιτών, τόσο εξαιτίας της μεγαλύτερης από ποτέ πιθανότητας να επιχειρήσουν, όσο και εξαιτίας της σημασίας της επιχειρηματικής γνώσης ακόμα και από τη θέση του υπαλλήλου, ως μέσου για την καλύτερη δυνατή συμβολή στην επιτυχία της επιχείρησης. Η εργασία αυτή φιλοδοξεί να αποτελέσει το εναρκτήριο βήμα στην επιχειρηματική κατάρτιση ανθρώπων που δεν είχαν την ευκαιρία να μαθητεύσουν τη Διοίκηση Επιχειρήσεων σε κάποιο εκπαιδευτικό φορέα, ωστόσο αντιλαμβάνονται τη σημασία της κατάρτισής τους. Διαμορφώθηκε επάνω σε 2 άξονες ώστε να καλύψει όλες τις ενότητες της σύγχρονης επιχειρηματικής πρακτικής:

Στο 1ο Μέρος γίνεται μία προσπάθεια αποτύπωσης του πλαισίου της επιχειρηματικότητας. Από μία πρώτη γνωριμία με τις συνιστώσες της, έως την καθοδήγηση στη λήψη και υλοποίηση αποφάσεων για την ίδρυση επιχειρήσεων.

Καθώς η επάρκεια του σημερινού επιχειρηματία, δεν καθορίζεται μόνο κατά το σχεδιασμό και την υλοποίηση της επιχείρησής του, αλλά και από την ικανότητα να τη λειτουργεί με τρόπο αποδοτικό, παραθέτουμε στο 2ο Μέρος ως αναπόσπαστο κομμάτι της επιχειρηματικής κατάρτισης την ανάλυση της πράσινης επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.

Καλή ανάγνωση!

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

1.1 «Η επιχειρηματικότητα ως απόφαση ζωής»

Η εργασία αποτελούσε πάντοτε και αποτελεί και σήμερα, μία από τις βασικότερες παραμέτρους της ζωής. Αν σκεφτεί κανείς ότι οι άνθρωποι εργάζονται κατά μέσο όρο 8 ώρες ημερησίως (τουλάχιστον στον ανεπτυγμένο κόσμο), αντιλαμβάνεται εύκολα, ότι περί το ½ της ανθρώπινης δραστηριότητας αναφέρεται στην εργασία.

Συνεπώς η επαγγελματική σταδιοδρομία του καθενός καθορίζει σε μεγάλο βαθμό την ποιότητα της ζωής του. Στο πλαίσιο αυτό, οι βασικές επαγγελματικές επιλογές περιορίζονται σε δύο: ή θα εργαστεί κάποιος ως μισθωτός, ή ως ελεύθερος επαγγελματίας / επιχειρηματίας. Στην πρώτη περίπτωση θα απολαύσει την ασφάλεια και τη σταθερότητα, στη δεύτερη το ρίσκο και την εξέλιξη.

Η επιλογή του να εργαστεί κανείς ως ελεύθερος επαγγελματίας / επιχειρηματίας, είναι σαφώς μία απόφαση ζωής, μία απόφαση υψίστης σημασίας, αφού θα επηρεάσει σημαντικά την ποιότητα της ζωής του, την ευτυχία του ή και κάποτε... τη δυστυχία του! Βάση αυτής της επιλογής είναι πάντοτε η αντίληψη των υπέρ και των κατά μίας τέτοιας απόφασης: είτε αυτά αφορούν στο περιβάλλον στο οποίο θα δραστηριοποιηθεί (δηλαδή την αγορά με την ευρύτερη έννοια), είτε στις προσωπικές του δεξιότητες και προτιμήσεις.

Έτσι, αν το επιχειρηματικό περιβάλλον είναι ευνοϊκό, η δημιουργία μίας επιχείρησης είναι ιδιαίτερα ελκυστική, αφού διαμορφώνονται υψηλές προσδοκίες κέρδους. Από την άλλη, αν τα χαρακτηριστικά του υποψήφιου επιχειρηματία ταιριάζουν με την επιχειρηματική δράση, τότε κατά πάσα πιθανότητα η ίδια η φύση φροντίζει για την επιλογή. Ο εργαζόμενος πολίτης σήμερα, φαντάζει ως μία επιχείρηση, ως μία επένδυση. Αν επιλέξει τη μισθωτή εργασία αναλαμβάνει μικρότερο κίνδυνο, αλλά έχει και μικρότερες προσδοκίες κέρδους. Αν την άλλη αν επιλέξει να δημιουργήσει μία επιχείρηση, τότε αναλαμβάνει μεγαλύτερο κίνδυνο με μεγαλύτερες όμως προσδοκίες κέρδους.

Σε κάθε περίπτωση η επιλογή είναι μία διαδικασία αξιολόγησης εξωτερικών παραγόντων και εσωτερικής αναζήτησης, θέματα τα οποία πρέπει να προσδιοριστούν, να ερευνηθούν και τέλος να αξιολογηθούν επιμελώς, πριν την υλοποίηση οποιασδήποτε απόφασης.

1.2 «Ορισμοί της επιχειρηματικότητας»

- «Η επιχειρηματικότητα, αν την ορίσουμε αυστηρά, αναφέρεται στη δημιουργία μιας νέας οικονομικής οντότητας επικεντρωμένης σ' ένα καινούριο προϊόν ή υπηρεσία ή, τουλάχιστον, σ' ένα που να διαφέρει σημαντικά από προϊόντα ή υπηρεσίες που προσφέρονται κάπου αλλού στην αγορά»-Curran & Stanworth
- «Επιχειρηματικότητα είναι, εξ ορισμού, η δημιουργία νέων οργανισμών». – Vesper
- «Η αναζήτηση της ευκαιρίας, ανεξάρτητα από τους πόρους που κάποιος έχει υπό τον έλεγχό του την παρούσα στιγμή». –Timmons
- «Η δημιουργία μιας νέας επιχείρησης, η διοίκηση μιας μικρής επιχείρησης ή ο στρατηγικός αναπροσανατολισμός μιας υπάρχουσας επιχείρησης ... που οδηγεί σε σημαντική ανάπτυξη της εταιρείας και σε δημιουργία πλούτου». –Chrisman
- «Ένας επιχειρηματίας που ασχολείται με τις συνήθεις δραστηριότητες της ζωής». –Marshall 1890
- «Η διάλυση της υπάρχουσας οικονομικής ισορροπίας με μια πράξη δημιουργικής καταστροφής και η δημιουργία κερδών από τη νέα κατάσταση». –Schumpeter 1934
- «... αυτός που αναλαμβάνει κινδύνους για τους οποίους δεν μπορεί να ασφαλιστεί ...». –Say 1861

1.3 «Τι είναι επιχειρηματικότητα;»

Πολλοί διαφορετικοί ορισμοί έχουν δοθεί κατά καιρούς για την επιχειρηματικότητα όπως αναφερθήκαμε ως ανω.

Ωστόσο, κοινός τόπος στους πιο σύγχρονους από αυτούς, αποτελεί ο συνδυασμός της έννοιάς της με αυτήν της καινοτομίας. Έτσι, επιχειρηματικότητα είναι η διαδικασία δημιουργίας και διάθεσης προϊόντων ή υπηρεσιών, μέσω καινοτόμου οργάνωσης, με την ανάληψη ρίσκου και σε περιβάλλον αβεβαιότητας, με σκοπό το κέρδος ή την προσωπική ικανοποίηση ή / και ανεξαρτησία.

Αυτό που πρέπει να επισημανθεί, είναι ότι ο νέος επιχειρηματίας απαιτείται να στιάσει τις προσπάθειές του -κατά το δυνατόν- στην παραγωγή ή τη διάθεση πρωτότυπων προϊόντων και υπηρεσιών, με τη χρήση -κατά το δυνατόν- πρωτότυπων διαδικασιών, λαμβάνοντας σοβαρά το υφιστάμενο ανταγωνιστικό περιβάλλον.

1.4 «Τρεις προσεγγίσεις της επιχειρηματικότητας»

- Οικονομικές θεωρίες - Ο ρόλος του επιχειρηματία στην οικονομική ανάπτυξη.
- Η προσέγγιση των ψυχολογικών γνωρισμάτων : Χαρακτηριστικά της προσωπικότητας του επιχειρηματία.
- Προσεγγίσεις συμπεριφοράς και κοινωνικών χαρακτηριστικών - Επίδραση του κοινωνικού περιβάλλοντος.

1.5 «Το επιχειρηματικό περιβάλλον»

Έτσι, αναδεικνύεται η σημασία της γνώσης του ευρύτερου επιχειρηματικού περιβάλλοντος και θα πρέπει να δοθούν απαντήσεις σε ερωτήματα τύπου «τι θα πουλώ», «σε ποιους», «γιατί» κλπ. Προκύπτει λοιπόν η ανάγκη για μία συστηματική και ολοκληρωμένη ανάλυση του περιβάλλοντος που πρόκειται να δράσει η μελλοντική επιχείρηση και να εκτιμηθεί μία σειρά από παράγοντες, που επηρεάζουν άμεσα τις πιθανότητες επιτυχίας της όποιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας.

Το πρώτο που καλείται να αξιολογήσει ένας υποψήφιος επιχειρηματίας είναι το λεγόμενο «ευρύτερο-μάκρο περιβάλλον», προκειμένου να εντοπίσει τις σημαντικότερες ευκαιρίες ή απειλές που ενυπάρχουν σ' αυτό. Το ευρύτερο-μάκρο περιβάλλον χαρακτηρίζεται από 6 διαστάσεις: τη δημογραφική, την κοινωνική την τεχνολογική, την οικονομική, την πολιτική-νομική και τέλος, την παγκόσμια.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ	
Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν	Εθνική δαπάνη για έρευνα και Τεχνολογία
Επιτόκιο	Δαπάνη της βιομηχανίας για έρευνα και ανάπτυξη
Προσφορά χρήματος Πληθωριστικές τάσεις	Εστίαση τεχνολογικών προσπαθειών
Επίπεδο ανεργίας Έλεγχος μισθών / τιμών	Προστασία ευρεσιτεχνιών
Διαθεσιμότητα και κόστος ενέργειας	Νέα προϊόντα
Διάθεση εισοδήματος	Πρόοδος στη μεταφορά τεχνολογίας από το εργαστήριο στην αγορά Βελτίωση της παραγωγικότητας με Αυτοματισμό

ΠΟΛΙΤΙΚΟ – ΝΟΜΙΚΗ Νομοθεσία κατά των μονοπωλίων Νόμοι για την προστασία του περιβάλλοντος Φορολογία Ειδικά κίνητρα Κανονισμοί εξωτερικού εμπορίου Κυβερνητική σταθερότητα Νόμοι για τις προσλήψεις και τις προαγωγές	ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ Αλλαγές στον τρόπο ζωής Καριέρα Δραστηριοποίηση των καταναλωτών Μετακίνηση πληθυσμού
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΗ Ρυθμός αύξησης του πληθυσμού Κατανομή του πληθυσμού κατά ηλικία Ρυθμός γεννήσεων Εκτιμώμενη μέση διάρκεια ζωής	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ Νέες διεθνείς αγορές Υφιστάμενες αγορές που αλλάζουν Διεθνή πολιτικά δρώμενα Διεθνή χαρακτηριστικά αγορών
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Οι 6 διαστάσεις του ευρύτερου - μακρό περιβάλλοντος

Επιπλέον, για τους ίδιους λόγους θα πρέπει να εξεταστεί και το ανταγωνιστικό-μικρο περιβάλλον. Δηλαδή, το περιβάλλον που αναφέρεται στον κλάδο που πρόκειται να δραστηριοποιηθεί η επιχείρηση: οι ανταγωνιστές, οι προμηθευτές, οι πελάτες, τα υποκατάστατα, ο νέο-εισερχόμενος ανταγωνισμός. Στο πλαίσιο αυτό, η είσοδος νέων ανταγωνιστικών επιχειρήσεων διαμορφώνεται ως απειλή, όπως επίσης και η είσοδος υποκατάστατων προϊόντων ή υπηρεσιών. Ενώ, αξιολογείται η σημασία της διαπραγματευτικής δύναμης των προμηθευτών της επιχείρησης, των αγοραστών (πελατών), καθώς και η ένταση του ανταγωνισμού ανάμεσα στις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις του κλάδου.

1.6 «Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα»

Έννοιες που ακούγονται καθημερινά και που αποτελούν προτεραιότητα στις κατευθύνσεις της Ε.Ε., καθίστανται ασαφείς στους συσχετισμούς τους. Τι είναι καινοτομία και τι επιχειρηματικότητα; Τελικά πως συνδέονται μεταξύ τους;

Ο συσχετισμός προκύπτει από τον ίδιο τον ορισμό της επιχειρηματικότητας που δίνει ο M. Dollinger: «Επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία καινοτόμου οικονομικής οργάνωσης (ή δικτύου οργάνωσης) με σκοπό το κέρδος ή την ανάπτυξη σε περιβάλλον ρίσκου και αβεβαιότητας».

1.7 «Η επιχειρηματική ιδέα»

Επιχειρηματική ιδέα είναι η ιδέα στην οποία θα στηριχθεί όλος ο επιχειρηματικός σχεδιασμός και η μορφή της νέας επιχείρησης, η οποία πρέπει οπωσδήποτε να είναι εφαρμόσιμη και υλοποιήσιμη.

Η επιχειρηματική ιδέα θα πρέπει επιπλέον να είναι πρωτότυπη, προϊόν της φαντασίας και της διορατικότητας του επιχειρηματία, και κατά το δυνατό καινοτόμα: να εντοπίζει δηλαδή ένα κενό στην αγορά (ποιοτικό ή ποσοτικό), το οποίο και θα προσπαθεί να εκμεταλλευτεί η μέλλουσα επιχείρηση.

Πηγές ιδεών μπορεί να είναι:

- Οι προσωπικές εμπειρίες που διαθέτει ένα άτομο από τη ζωή, τις σπουδές, την επαγγελματική του διαδρομή, τα χόμπι του κ.λπ.
- Κάποια απρόσμενα, τυχαία, ή στιγμιαία γεγονότα.
- Οι αποτυχίες άλλων επιχειρηματιών και η αίσθηση ότι «εγώ θα τα καταφέρω καλύτερα».
- Οι δημογραφικές, οικονομικές, κοινωνικές και άλλες αλλαγές.

Η νέα γνώση που δημιουργείται και οι ευκαιρίες που ακολουθούν μια τέτοια εξέλιξη. Οι συνεταιρισμοί και συνεργασίες ατόμων που συμπληρώνουν ο ένας τον άλλο και αισθάνονται ότι μαζί θα πετύχουν ως επιχειρηματίες.

Οι καταναλωτές και οι διαμορφούμενες ανάγκες τους.

- Υπάρχοντα προϊόντα και υπηρεσίες σε σχέση με δυνατότητες βελτίωσής τους.
- Κανάλια διανομής και προμηθευτές.
- Προσωπική έρευνα και ανάπτυξη.

- Corridor Principle (δηλαδή την αρχή σύμφωνα με την οποία η ιδέα μπορεί να παραχθεί ως μία αλληλουχία σκέψεων).

- Περιοδικά και εφημερίδες.

Πώς όμως γεννιέται, εξελίσσεται και ολοκληρώνεται μια επιχειρηματική ιδέα; Η διαδικασία αυτή αποτελείται από 4 επιμέρους στάδια:

1. Το πρώτο στάδιο, της προετοιμασίας του επιχειρηματία, περιλαμβάνει τη σύνθεση των γνώσεων, πληροφοριών, εμπειριών και ικανοτήτων του, σχετικά με κάποιο συγκεκριμένο παραγωγικό κλάδο ή τομέα δραστηριότητας όπου ο ίδιος νιώθει ότι έχει μεγαλύτερες πιθανότητες επιτυχίας.

2. Το δεύτερο στάδιο, αυτό της σύλληψης της επιχειρηματικής ιδέας, αφορά στη συνειδητοποίηση της ύπαρξης ενός προβλήματος», ενός «κενού» ή μιας «έλλειψης» στην αγορά του συγκεκριμένου επαγγελματικού κλάδου / τομέα και των πιθανών τρόπων αντιμετώπισής του.

3. Το τρίτο στάδιο, της αξιολόγησης της ιδέας, σχετίζεται με την προσπάθεια του (μελλοντικού) επιχειρηματία να προσδιορίσει κατά πόσο είναι εφικτή η υλοποίηση της ιδέας. Σε αυτό θα τον βοηθήσει ιδιαίτερα η εκπόνηση ενός Επιχειρηματικού Σχεδίου (Business Plan), για το οποίο θα γίνει εκτενής αναφορά σε επόμενο κεφάλαιο.

4. Τέλος, το τέταρτο στάδιο, της τελειοποίησης της ιδέας, αφορά τη διερεύνηση της αγοράς για την εξεύρεση των χρηματικών κεφαλαίων που μπορούν να αντληθούν από τράπεζες ή από άλλους φορείς, και των παραγωγικών συντελεστών (στελέχη, τεχνίτες, εξοπλισμός κ.λπ.) που θα χρησιμοποιηθούν στη νέα υπό ίδρυση επιχείρηση.

1.8 «Ο επιχειρηματίας»

Μία άλλη προσέγγιση του ορισμού της επιχειρηματικότητας (H. Stevenson & J. Jarillo) φέρνει στο προσκήνιο τα προσωπικά χαρακτηριστικά του ανθρώπου που επιχειρεί: «Επιχειρηματικότητα είναι μία διαδικασία με την οποία τα άτομα αναζητούν ευκαιρίες ανεξάρτητα από τους πόρους που ελέγχουν».

Έτσι, ένα άτομο για να γίνει επιχειρηματίας δεν είναι απαραίτητο να προέρχεται από οικογένεια επιχειρηματιών ή να διαθέτει μεγάλα κεφάλαια. Οι μελέτες δείχνουν ότι πολύ συχνά οι επιχειρηματίες είναι άτομα προερχόμενα από χαμηλά και μεσαία εισοδηματικά ή /και κοινωνικά στρώματα. Γι' αυτό και λέγεται ότι «ο επιχειρηματίας γίνεται, δεν γεννιέται».

Οι ίδιες μελέτες προσδιόρισαν και τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας των

επιχειρηματιών τα οποία, αν και σπάνια μπορούν όλα να βρεθούν συγκεντρωμένα στο ίδιο άτομο, αποτελούν βασικές προϋποθέσεις για μια επιτυχημένη επιχειρηματική καριέρα:

- Η θέληση για επιτυχία.
- Η διάθεση για ανάληψη κινδύνου.
- Η εργατικότητα και η επιμονή.
- Οι ηγετικές αλλά και οι ομαδικές ικανότητες.
- Η ικανότητα ρεαλιστικού προγραμματισμού.
- Η ικανότητα προώθησης προϊόντων ή υπηρεσιών.
- Η υπευθυνότητα και η εντιμότητα.
- Η προσαρμοστικότητα.

Κάποια από τα παραπάνω, όπως π.χ. η θέληση για επιτυχία, η διάθεση για ανάληψη κινδύνου και οι ηγετικές ικανότητες, αποτελούν χαρακτηριστικά της προσωπικότητας του ατόμου τα οποία διαμορφώνονται, κάτω από την επίδραση του οικογενειακού και κοινωνικού περιβάλλοντος, κατά τα πρώτα χρόνια της ζωής του. Άλλα χαρακτηριστικά όμως, όπως η εργατικότητα, η ικανότητα προγραμματισμού και η οργανωτική, διοικητική και επικοινωνιακή ικανότητα, είναι αποτελέσματα κυρίως του εκπαιδευτικού συστήματος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

2.1 «Τα εμπόδια της επιχειρηματικής πρωτοβουλίας»

Δεν είναι υπερβολή να ειπωθεί ότι στην Ελλάδα η επιχειρηματικότητα εξαρτάται, αποκλειστικά από την εξεύρεση οικονομικών πόρων. Είναι γεγονός βέβαια, ότι προαπαιτείται η «επένδυση» ενός κεφαλαίου, αλλά ο σύγχρονος επιχειρηματίας πρέπει να εστιάζει κυρίως στη απόδοση αυτού του κεφαλαίου, έτσι ώστε να είναι κατά το δυνατόν μεγαλύτερη.

Εξάλλου, υπάρχουν και άλλοι -εξίσου ή περισσότερο σημαντικοί πόροι- για τη σύγχρονη, επιχείρηση όπως είναι οι άνθρωποι, οι πρώτες ύλες, οι επιδεξιότητες, η εκπαίδευση, οι γνώσεις.

Ωστόσο, κάποτε για τους νέους επίδοξους επιχειρηματίες ακόμα και ένα μικρό κεφάλαιο είναι εξαιρετικά δυσεύρετο. Επιπλέον, τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν είναι:

- Φορολογικά – κοινωνικές / ασφαλιστικές επιβαρύνσεις.

- Διοικητικές δυσκολίες και γραφειοκρατία.
- Αντίξοο χρηματοδοτικό περιβάλλον για μικρές επιχειρήσεις.
- Δυσκολίες αντιμετώπισης ανταγωνισμού εντός ΕΕ και διεθνώς.
- Προβλήματα χωρικού σχεδιασμού – περιφερειακών διαφορών.
- Φόβος προοπτικής επιχειρηματικής αποτυχίας.
- Ελλείψεις στις γνώσεις περί επιχειρηματικότητας.
- Έλλειψη εξειδικευμένων γνώσεων και δεξιοτήτων.
- Δυσκολίες μετεξέλιξης των «οικογενειακών» επιχειρήσεων.

Στο πλαίσιο αυτό αναπτύχθηκαν μία σειρά μηχανισμών για την αντιμετώπιση αυτών των προβλημάτων, που λειτουργούν επικουρικά στους πολίτες, προσπαθώντας να δημιουργήσουν κατά το δυνατό ίσες ευκαιρίες για όλους.

2.2 «Υποστήριξη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα»

Σήμερα, σε μία παγκοσμιοποιημένη πια οικονομία, ο επιχειρηματικός ανταγωνισμός έχει ανέλθει σε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα. Οι μεγάλες διεθνοποιημένες επιχειρήσεις έχουν εισβάλλει παντού πιέζοντας ασφυκτικά ένα μεγάλο μέρος των τοπικών επιχειρήσεων και οδηγώντας πολλές από αυτές στην αναστολή της λειτουργίας τους. Στο πλαίσιο αυτό, η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της ανταγωνιστικότητας της αποτελεί μία προτεραιότητα στην Ε.Ε. –και σίγουρα και στην Ελλάδα- εκφραζόμενη με την υλοποίηση μίας σειράς ενισχυτικών πρωτοβουλιών.

Στη χώρα μας οι πρωτοβουλίες αυτές εκφράζονται με δύο μορφές: είτε ποιοτικά (καθοδήγηση, εκπαίδευση κλπ.), είτε ποσοτικά (χρηματοδότηση, εξοπλισμός κλπ.). Η ποιοτική συνεισφορά στην επιχειρηματικότητα απορρέει από τις πρωτοβουλίες κυρίως του δημοσίου τομέα (Κέντρα Επιχειρηματικότητας, Αναπτυξιακές Εταιρείες, Κέντρα Υποδοχής Επενδυτών κ.ά.). Στον αντίποδα, η επιχειρηματικότητα ενισχύεται ποσοτικά (και όχι μόνο) μέσω 3 κεντρικών πυλώνων στήριξης.

2.3 «Οι 3 πυλώνες των επιχειρηματικών ενισχύσεων»

Το Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (ΕΣΠΑ) και ο νέος Επενδυτικός Νόμος, θα αποτελέσουν τα επόμενα χρόνια τις τροφούς της επιχειρηματικότητας, διαμορφώνοντας ένα τοπίο όπου και πάλι (μετά το 3ο ΚΠΣ) νέες ή υφιστάμενες επιχειρήσεις θα ενισχυθούν ποικιλόμορφα. Επιπλέον, λιγότερο δημοφιλή, αλλά

εξαιρετικά ενδιαφέροντα είναι τα προγράμματα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

1. Το ΕΣΠΑ. Το ΕΣΠΑ 2007 - 2013 αποτελεί το έγγραφο αναφοράς για τον προγραμματισμό των Ταμείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε εθνικό επίπεδο για την περίοδο 2007-2013. Εκπονήθηκε στο πλαίσιο της νέας στρατηγικής προσέγγισης για την Πολιτική Συνοχής της Ευρωπαϊκής Ένωσης, σύμφωνα με την οποία το ΕΣΠΑ «...εξασφαλίζει ότι η συνδρομή από τα Ταμεία συμβαδίζει με τις κοινοτικές στρατηγικές κατευθυντήριες γραμμές για τη συνοχή και προσδιορίζει το σύνδεσμο μεταξύ των κοινοτικών προτεραιοτήτων αφενός και του εθνικού προγράμματος μεταρρυθμίσεων αφετέρου». Διαμορφώθηκε έτσι ώστε να υλοποιηθούν με το βέλτιστο τρόπο οι στρατηγικές επιλογές της χώρας. Το νέο σχήμα χαρακτηρίζεται από μικρότερο πλήθος Επιχειρησιακών Προγραμμάτων σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο 2000- 2006, που οδηγεί σε πιο ευέλικτο σχήμα διαχείρισης: οκτώ (8) Τομεακά ΕΠ, πέντε (5) Περιφερειακά ΕΠ και δώδεκα (15) Προγράμματα Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας.

2. Ο επενδυτικός νόμος. Ο νέος επενδυτικός που αναμένεται να ψηφιστεί εντός του 2010, θα αφορά μεγάλες επενδύσεις, μεγαλύτερες των 200.000 € και θα μπορούν να ενταχθούν σε αυτόν επιχειρήσεις του πρωτογενή τομέα, του τομέα της βιομηχανίας και βιοτεχνίας, το σύνολο των σχεδόν των τουριστικών επιχειρήσεων και τουριστικών υποδομών, καθώς και κάποιες κατηγορίες επιχειρήσεων στον τομέα της παροχής υπηρεσιών.

Το είδος και το ύψος των επιδοτήσεων δεν έχει ακόμη καθοριστεί, ωστόσο οι κατευθύνσεις που έχουν δοθεί θα διαμορφώνουν ένα πολύ θετικό περιβάλλον, για τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, τις νέες τεχνολογίες, την πράσινη ανάπτυξη. Σε κάθε περίπτωση το ύψος της ενίσχυσης θα εξαρτάται από την κατηγορία της επένδυσης και φυσικά από τον τόπο εγκατάστασης της νέας επιχείρησης.

3. Τα προγράμματα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή χρηματοδοτεί πρωτοβουλίες σύμφωνες με την πολιτική της, που αφορούν τους κλάδους της έρευνας, της υγείας, της παιδείας, της ανθρωπιστικής βοήθειας, του περιβάλλοντος κλπ. Δικαιούχοι είναι κυρίως επιχειρήσεις και οργανισμοί και σε εξαιρετικές περιπτώσεις μεμονωμένα άτομα, ενώ οι χρηματοδοτήσεις κυμαίνονται ανάλογα το πρόγραμμα και ενδέχεται να φτάσουν και το 100% του κόστους επένδυσης.

2.4 «Είδη επιχειρήσεων και εταιρείες»

Η επιχείρηση ορίζεται γενικά, ως ένας αυτοτελής οργανισμός, ο οποίος με σειρά πράξεων και ενεργειών οικονομικής φύσης, αποβλέπει στον εφοδιασμό της αγοράς με

αγαθά ή υπηρεσίες, με σκοπό το κέρδος. Η επιχείρηση που αποτελεί σύμβαση δύο ή και περισσότερων ατόμων που «υποχρεώνονται» αμοιβαία στην επιδίωξη κοινού σκοπού, ιδίως οικονομικού, με κοινές εισφορές, ονομάζεται «εταιρεία».

Οι εταιρείες ανάλογα με το αντικείμενο των εργασιών τους διακρίνονται σε αστικές και εμπορικές. Αστικές είναι οι εταιρίες που ασχολούνται με αστικές πράξεις όπως αγοραπωλησίες ακινήτων. Εμπορικές είναι οι εταιρίες που ασχολούνται με εμπορικές πράξεις όπως αγοραπωλησίες εμπορευμάτων .

Οι επιχειρήσεις μπορούν να είναι ατομικές (φυσικά πρόσωπα) ή εταιρείες (νομικά πρόσωπα). Οι εμπορικές εταιρείες είναι νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου (Ν.Π.Ι.Δ.) και διακρίνονται κυρίως σε Ομόρρυθμες ή Ετερόρρυθμες Εταιρείες, σε Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.) και σε Ανώνυμες Εταιρείες (Α.Ε.).

2.5 «Επιλογή της κατάλληλης νομικής μορφής»

Η επιλογή του κατάλληλου εταιρικού τύπου είναι, ένα πολύ σοβαρό θέμα. Σε κάθε συγκεκριμένη περίπτωση επιλογής θα εξετασθούν οι επιδιωκόμενοι σκοποί, τα διατιθέμενα μέσα και οι υπάρχουσες σχέσεις που συνδέουν τα προς συνεταιρισμό φυσικά πρόσωπα. Από τα κριτήρια αυτά θα προκύψει η επιλογή του κατάλληλου τύπου εταιρείας.

Ομόρρυθμη εταιρεία θα συστήσουν δύο φυσικά πρόσωπα που έχουν στενούς φιλικούς ή συγγενικούς δεσμούς και πλήρη εμπιστοσύνη μεταξύ τους. Δεν θα πρέπει να υπάρχει η παραμικρή αμφιβολία του ενός για την ευθύτητα και την καλή πρόθεση και πίστη του άλλου. Αυτό επιβάλλει η ύπαρξη της αλληλέγγυας (και απεριόριστης) ευθύνης μεταξύ των εταίρων. Γιατί από τις ενέργειες ή τις παραλήψεις του ενός εταίρου μπορεί να προκύψουν σοβαρές συνέπειες για την περιουσία του άλλου. Τα παραπάνω ισχύουν και για τις περιπτώσεις που οι εταίροι είναι περισσότεροι των δύο. Εξάλλου, σε μία ομόρρυθμη εταιρεία μπορούν να μετέχουν όχι μόνο φυσικά αλλά και νομικά πρόσωπα (εταιρείες παντός τύπου). Και στην περίπτωση αυτή όμως, έχουν ισχύ τα παραπάνω, αφού και εδώ το προσωπικό στοιχείο θα κυριαρχεί.

Ετερόρρυθμη εταιρεία. Ο τύπος αυτός της προσωπικής εταιρείας προτιμάται, όταν μεταξύ των μελών της θα συμπεριληφθούν και πρόσωπα, τα οποία δεν επιθυμούν να ευθύνονται αλληλεγγύως και απεριόριστως, δηλαδή με ολόκληρη την προσωπική τους περιουσία. Τα πρόσωπα αυτά θα μετάσχουν στην εταιρεία ως ετερόρρυθμα μέλη και θα ευθύνονται για τα χρέη της εταιρείας μόνο μέχρι του ποσού της εισφοράς τους. Συνήθως,

τα ετερόρρυθμα μέλη μιας ετερόρρυθμης εταιρείας δεν έχουν τη σπουδαιότητα των ομορρυθμών μελών ούτε από απόψεως γενικότερης συμβολής στην προσπάθεια της εταιρείας και πολλές φορές η μόνη συμβολή τους είναι αυτή για τη διάσπαση του εισοδήματος της εταιρείας.

Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε). Η εταιρεία περιορισμένης ευθύνης είναι κατά κάποιο τρόπο, ένας ενδιάμεσος εταιρικός τύπος ανάμεσα στις προσωπικές εταιρείες και τις ανώνυμες. Στην Ε.Π.Ε δεν υπάρχουν εταίροι με απεριόριστη ευθύνη και αυτό είναι πολύ σοβαρό πλεονέκτημα για τα μέλη της εταιρείας. Το ίδιο πράγμα, όμως, μπορεί να δυσκολέψει την Ε.Π.Ε. στον τομέα της πιστοληπτικής ικανότητας. Αυτή η δυσκολία αντιμετωπίζεται, συνήθως, με την παροχή προσθέτων εγγυήσεων με περιουσιακά στοιχεία των βασικών εταίρων της Ε.Π.Ε. Π.χ. σε μία εταιρεία περιορισμένης ευθύνης το 70% των εταιρικών μεριδίων, δανείζεται από κάποια τράπεζα το ποσό των 200.000€ Η τράπεζα απαιτεί για τη χορήγηση του δανείου πρόσθετη εγγύηση εγγραφής υποθήκης σε ακίνητο (προσωπικής περιουσίας) του κυρίου εταίρου. Με τον τρόπο αυτό η Τράπεζα εξασφαλίζεται πλήρως, αλλά και ο εταίρος περιορίζει την ευθύνη του στο ποσό της εισφοράς του στην Ε.Π.Ε και στη αξία του συγκεκριμένου ακινήτου του. Από τα παραπάνω προκύπτει ότι ο τύπος της Ε.Π.Ε. προτιμάται όταν οι εταίροι δεν θέλουν να διακινδυνεύσουν ολόκληρη την προσωπική τους περιουσία και συγχρόνως δεν είναι διατεθειμένοι να προχωρήσουν σε Ανώνυμη Εταιρεία.

Ανώνυμος Εταιρεία (Α.Ε.). Είναι ο τύπος της κατ' εξοχήν κεφαλαιουχικής εταιρείας και τα χαρακτηριστικά της αναπτύσσονται με λεπτομέρειες στο σχετικό κεφάλαιο. Εδώ να σημειωθεί μόνο ότι η ανώνυμη εταιρεία είναι ο μοναδικός εταιρικός τύπος που επιτρέπει συγκέντρωση μεγάλων κεφαλαίων από απεριόριστο αριθμό μετόχων και την εύκολη μεταβίβαση των μεριδίων αυτών (μετοχών).

2.6 «Η ίδρυση της επιχείρησης»

Η δημιουργία μιας επιχείρησης απαιτεί ουσιαστικές ενέργειες σχεδιασμού και ανάπτυξης, αλλά και κάποιες τυπικές υποχρεώσεις.

Σε γενικές γραμμές:

1. Πρέπει να καθοριστεί ο τόπος εγκατάστασης της νέας επιχείρησης.
2. Να προσδιοριστεί η νομική μορφή της (Ατομική, ΟΕ, ΕΕ, ΕΠΕ, ΑΕ).
3. Εγγραφή στο αρμόδιο Επιμελητήριο (Βιοτεχνικό, Επαγγελματικό, Εμπορικό-Βιομηχανικό).

4. Εγγραφή στον Ασφαλιστικό Φορέα (ΟΑΕΕ, ΤΣΜΕΔΕ κλπ.).
5. Έκδοση Τεχνικής Άδειας Εγκατάστασης και στη συνέχεια Τεχνική Άδεια Λειτουργίας από τις αρμόδιες Δ/σεις Νομαρχιών (όταν η δραστηριότητα είναι μεταποιητική).
6. Έκδοση Άδειας Ασκήσεως Επαγγέλματος (κατά περίπτωση) από τις αρμόδιες Δ/σεις Νομαρχιών (οι οποίες πληροφορούν και για την υποχρέωση έκδοσης της εν λόγω άδειας).
7. Δήλωση Έναρξης Επιτηδεύματος στην αρμόδια ΔΟΥ.
8. Πρόσληψη προσωπικού (Δήλωση στον ΟΑΕΔ, κατάσταση προσωπικού στην Επιθεώρηση Εργασίας, Ασφάλιση στο Ι.Κ.Α.)
9. Άλλες ενέργειες (κατά περίπτωση): Κατοχύρωση Εμπορικού Σήματος (Υπουργείο Ανάπτυξης), έκδοση Οικοδομικής Άδειας (Πολεοδομία), έκδοση Άδειας Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων (Νομαρχία) κλπ.

□ **Ειδικότερα για την Ο.Ε. απαιτούνται:**

1. Προέγκριση επωνυμίας στο αρμόδιο Επιμελητήριο.
2. Σύνταξη καταστατικού – Ιδιωτικού Συμφωνητικού.
3. Έλεγχος επωνυμίας στο αρμόδιο Επιμελητήριο.
4. Καταβολή του φόρου συγκέντρωσης κεφαλαίου στην αρμόδια ΔΟΥ.
5. Θεώρηση καταστατικού στο Ταμείο Νομικών και στο Ταμείο Προνοίας Δικηγόρων.
6. Κατάθεση των δικαιολογητικών στο Πρωτοδικείο έδρας για δημοσίευση.
7. Εγγραφή στο αρμόδιο Επιμελητήριο.
8. Έναρξη εργασιών στην ΔΟΥ έδρας.

□ **Για την ίδρυση της Ε.Ε. απαιτούνται τα ίδια βήματα με την Ο.Ε.**

□ **Για την ίδρυση της Ε.Π.Ε. απαιτούνται:**

1. Σύνταξη σχεδίου καταστατικού.
2. Προέγκριση επωνυμίας στο αρμόδιο Επιμελητήριο.
3. Γραμμάτιο προέισπραξης στο Δικηγορικό Σύλλογο.
4. Σύνταξη καταστατικού – Ιδιωτικού Συμφωνητικού.
5. Έλεγχος επωνυμίας στο αρμόδιο Επιμελητήριο.
6. Καταβολή του φόρου και ΤΑΠΕΤ στην αρμόδια ΔΟΥ.
7. Θεώρηση καταστατικού στο Ταμείο Νομικών και στο Ταμείο Προνοίας Δικηγόρων.
8. Άδεια σύστασης και εγγραφή στο μητρώο Ε.Π.Ε. στο Πρωτοδικείο έδρας.
9. Εθνικό Τυπογραφείο για δημοσίευση.

10. Εγγραφή στο αρμόδιο Επιμελητήριο.

11. Έναρξη εργασιών στην ΔΟΥ έδρας

□ Για την ίδρυση της Α.Ε. απαιτούνται:

1. Σύνταξη σχεδίου καταστατικού.

2. Προέγκριση επωνυμίας στο αρμόδιο Επιμελητήριο.

3. Γραμμάτιο προείσπραξης στο Δικηγορικό Σύλλογο.

4. Σύνταξη καταστατικού – Ιδιωτικού Συμφωνητικού.

5. Έλεγχος επωνυμίας στο αρμόδιο Επιμελητήριο.

6. Καταβολή του φόρου στην αρμόδια ΦΑΕ.

7. Πληρωμή παράβολου στην αρμόδια ΔΟΥ.

8. Απόδοση τέλους στην Εθνική Τράπεζα.

9. Άδεια σύστασης, έγκριση καταστατικού και εγγραφή στο ΜΑΕ στην αρμόδια Νομαρχία.

10. Εθνικό Τυπογραφείο για δημοσίευση.

11. Εγγραφή στο αρμόδιο Επιμελητήριο.

12. Έναρξη εργασιών στην αρμόδια ΦΑΕ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

3.1 «Τι είναι το επιχειρηματικό σχέδιο;»

Το Επιχειρηματικό Σχέδιο είναι ένα εργαλείο του μάνατζμεντ που μας βοηθά να σκεφτούμε το παρόν και να σχεδιάσουμε το μέλλον. Επιπλέον, αποτελεί απαραίτητο μέσο για την διεκδίκηση κάποιας μορφής χρηματοδότησης.

Η σύνταξή του δεν είναι εύκολη υπόθεση, καθώς απαιτεί πολύ χρόνο και ενέργεια. Το Επιχειρηματικό Σχέδιο δεν απαραίτητα τυποποιημένο ως προς τη δομή του ή το περιεχόμενό του, ωστόσο θα πρέπει να χαρακτηρίζεται από ενθουσιασμό και επαγγελματισμό.

Το περιεχόμενό του θα πρέπει οπωσδήποτε να διέπεται από τις βασικές μεθόδους του Στρατηγικού Μάνατζμεντ: της εσωτερικής και εξωτερικής ανάλυσης της επιχείρησης, του στρατηγικού σχεδιασμού και του οικονομικού προγραμματισμού.

3.2 «Η δομή του Επιχειρηματικού Σχεδίου»

Μία ενδεικτική μορφή ενός καλού Επιχειρηματικού Σχεδίου θα πρέπει να περιέχει τις παρακάτω παραγράφους:

1. Εξώφυλλο. Πρέπει να είναι καλαίσθητο, αλλά σοβαρό και να καθιστά σαφές ότι πρόκειται για επιχειρηματικό σχέδιο. Να περιλαμβάνει το λογότυπο της επιχείρησης και η πλήρης επωνυμία της.

2. Διοικητική Περίληψη (ή Σύνοψη). Είναι ιδιαίτερα σημαντική καθώς αποτελεί την πρώτη εντύπωση του αναγνώστη (συνήθως κάποιος «εν δυνάμει» χρηματοδότης / επενδυτής). Με βάση αυτή θα αποφασιστεί από τους ενδιαφερόμενους αν αξίζει να διαβαστεί το Επιχειρηματικό Σχέδιο. Σκοπός της είναι να διεγείρει το ενδιαφέρον του αναγνώστη, χωρίς όμως να είναι φλύαρη (max 500 λέξεις). Γράφεται στο τέλος, αφού ολοκληρωθεί το υπόλοιπο Επιχειρηματικό Σχέδιο για να μπορεί να το περιγράψει με σαφήνεια και πληρότητα.

3. Περιεχόμενα. Διευκολύνουν τον αναγνώστη να εντοπίσει τα κεφάλαια που τον ενδιαφέρουν. Αποτυπώνονται αναλυτικά, αναδεικνύοντας κάθε επιμέρους τμήμα του Επιχειρηματικού Σχεδίου χωρίς να δημιουργούν σύγχυση.

4. Πίνακες. Πρέπει να παρουσιάζεται αναλυτικά μία κατάσταση με τους Πίνακες που υφίστανται εντός του Σχεδίου ανά κεφάλαιο.

5. Γραφήματα. Πρέπει να παρουσιάζεται αναλυτικά μία κατάσταση με τα Γραφήματα που υφίστανται εντός του Σχεδίου ανά κεφάλαιο.

6. Εισαγωγή. Είναι ίσως το σημαντικότερο μέρος του Σχεδίου καθώς εμπεριέχει την κεντρική του ιδέα. Πρέπει να απαντάει σύντομα και ουσιαστικά στα 5 βασικά ερωτήματα: Τι, Πού, Πώς, Πότε, Γιατί. Ειδικότερα:

2. Αποστολή (Τι): καθορισμός του τι είναι η επιχείρηση και τι θέλει να καταφέρει μακροπρόθεσμα (σκοπός της).

3. Συνεισφορά (Γιατί): Τεκμηρίωση της ηθικής της σκοπιμότητας και της διαφοροποίησής της από τον ανταγωνισμό.

4. Μέθοδος (Πώς): Σύντομη περιγραφή του τρόπου επίτευξης του σκοπού.

5. Τόπος - Χρόνος δραστηριοποίησης (Πού, Πότε): Πού είναι η έδρα της επιχείρησης, η περιοχή δραστηριοποίησης και πότε δραστηριοποιείται.

6. Εξωτερική ανάλυση. Η εξωτερική ανάλυση περιλαμβάνει την εξέταση του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης: του ευρύτερου-μάκρο περιβάλλοντος και του ανταγωνιστικού-μίκρο περιβάλλοντος:

7. Το ευρύτερο-μάκρο περιβάλλον: Πολιτικό & Νομικό Περιβάλλον, Οικονομικό Περιβάλλον, Κοινωνικό Περιβάλλον, Τεχνολογικό Περιβάλλον, Δημογραφικό Περιβάλλον, Παγκόσμιο Περιβάλλον.

8. Το ανταγωνιστικό-μίκρο περιβάλλον: πιθανότητα εισόδου νέων ανταγωνιστών, διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών, διαπραγματευτική δύναμη πελατών, απειλή από τα υποκατάστατα προϊόντα ή υπηρεσίες, ένταση του υπάρχοντος ανταγωνισμού, διαπραγματευτική δύναμη συμμάχων, συσχετισμοί με τα συμπληρωματικά προϊόντα ή υπηρεσίες.

9. Επιλογή τοποθεσίας της επιχείρησης και παράγοντες επιλογής τοποθεσίας. Η τοποθεσία της επιχείρησης είναι ένα κρίσιμο σημείο για την επιτυχία ή την αποτυχία της επιχείρησης. Η τοποθεσία πρέπει να βρίσκεται «γύρω» απ' τους πελάτες. Οι ερωτήσεις που πρέπει να απαντηθούν κατά τη δημιουργία αυτού του τμήματος είναι οι εξής: ποιες είναι οι ανάγκες όσον αφορά την τοποθεσία, τι είδους χώρος χρειάζεται, πόσος χώρος χρειάζεται, ποια είναι η επιθυμητή περιοχή ή / και το επιθυμητό κτίριο, είναι εύκολα προσβάσιμο το κτίριο στέγασης της επιχείρησης, υπάρχει δημόσια συγκοινωνία, γίνονται δημογραφικές αλλαγές ή αλλαγές στην αγορά.

10. Επιλογή, προσδιορισμός και υλοποίηση στρατηγικής. Σε αυτή την ενότητα θα αναλυθεί το πώς πρέπει να αναπτύσσονται σε ένα επιχειρηματικό σχέδιο οι μελλοντικές στρατηγικές και πλάνα. Οι κύριες κατηγορίες της ενότητας είναι:

- Στρατηγική Προϊόντων (Product Strategy). Σε αυτό το μέρος περιγράφεται η στρατηγική που θα ακολουθηθεί για τα προϊόντα, όσον αφορά τα παρακάτω στοιχεία: υπόσχεση του προϊόντος (π.χ. ακριβό και ποιοτικό, φτηνό, εύχρηστο κλπ.), χαρακτηριστικά (π.χ. απορρυπαντικό σε μικρό μέγεθος, με βαλβίδα ασφαλείας για χρωματιστά ρούχα κλπ.), διαφοροποίηση από τα άλλα προϊόντα της αγοράς, μοναδικότητα (Unique Selling Proposition / USP), τι το μοναδικό έχει να προσφέρει το προϊόν.
- Πλάνο Marketing (Marketing Plan). Το marketing είναι ένα ζωτικό κομμάτι της Επιχείρησης. Το πόσο καλά έχει τοποθετηθεί μια επιχείρηση στην αγορά είναι αυτό που - σε συνδυασμό, βέβαια, με κάποια άλλα - θα κρίνει τελικά, την επιτυχία ή όχι της επιχείρησης. Το πλάνο marketing πρέπει να αρχίζει με μια σύντομη περίληψη των στόχων της επιχείρησης, της θέσης που επιθυμεί να κατέχει ανάμεσα στις άλλες του χώρου (positioning) και της ομάδας-στόχου της. Επίσης, εδώ πρέπει να περιγραφούν: η συμπεριφορά καταναλωτή, το προϊόν, η τιμή, η διανομή, η προώθηση. Πωλήσεις. Θα πρέπει να περιλαμβάνεται η πορεία των

πωλήσεων των τελευταίων ετών (τα σχεδιαγράμματα βοηθούν πολύ), θα πρέπει να υπάρχει πρόβλεψη των πωλήσεων για τα επόμενα έτη και πρόβλεψη της συνολικής αγοράς. Για τις προβλέψεις, χρειάζεται πάντα να γίνονται κάποιες υποθέσεις. Αυτές πρέπει να διατυπώνονται με σαφήνεια και να είναι ρεαλιστικές.

11. Διοικητικό Πλάνο (Management Plan). Η διοίκηση μίας επιχείρησης συνεπάγεται πολλές ευθύνες. Η πεποίθηση «είμαι αφεντικό του εαυτού μου» είναι απλουστευτική και σε καμία περίπτωση δεν ισχύει. Η διοίκηση θέτει τις βάσεις για την επιτυχία της επιχείρησης. Οι άνθρωποι, τα μηχανήματα και οι διάφορες λεπτομέρειες της επιχείρησης χρειάζονται συντονισμό, εκπαίδευση και οργάνωση στο χώρο και το χρόνο (time and space management). Η προνοητικότητα είναι το μεγαλύτερο πλεονέκτημα ενός σωστά δομημένου διοικητικού πλάνου. Επίσης, πρέπει να απαντηθούν τα παρακάτω ερωτήματα:

- Ποιες αδυναμίες υπάρχουν σε διοικητικό επίπεδο;
- Ποιος ή ποιοι θα αναλάβουν τη διοίκηση;
- Ποια είναι τα καθήκοντα τους;
- Είναι ξεκάθαρες και κατανεμημένες οι ευθύνες;
- Ποιες είναι οι ανάγκες σε προσωπικό;
- Ποιο θα είναι το μισθολογικό καθεστώς;
- Τι προνόμια, πριμ παραγωγικότητας, διακοπές και αργίες θα προσφέρονται;
- Πώς και πότε θα γίνεται η εκπαίδευση και από ποιους;

12. Οικονομικό πλάνο. Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζεται η οικονομική κατάσταση της επιχείρησης. Τα στοιχεία προς παρουσίαση είναι των προηγούμενων ετών, αλλά περιλαμβάνονται και προβλέψεις (π.χ. επιτόκια, αλλαγές στην αγορά, φορολογία, έξοδα κλπ.) για τα επόμενα χρόνια. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να γίνουν πάλι κάποιες υποθέσεις με ρεαλιστικό χαρακτήρα. Ένα οικονομικό πλάνο πρέπει να περιλαμβάνει τα παρακάτω:

- Ισολογισμός (ενδεικτικό για το τρέχον και το επόμενο τουλάχιστον έτος).
- Ανάλυση χρηματοροών (μία εικόνα για τις ταμειακές εισροές και εκροές).
- Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης (μία εικόνα των εσόδων, εξόδων, κερδών ή ζημιών της επιχείρησης).
- Νεκρό σημείο (οι πωλήσεις που πρέπει να γίνονται για να καλύπτεται το κόστος της λειτουργίας της επιχείρησης).

13. Επίλογος. Πρέπει να περιλαμβάνεται μία σύνοψη του πονήματος με ανάδειξη της καλής προοπτικής της επιχείρησης.

14. Πηγές. Εμπεριέχονται όλες οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν (δευτερογενείς).

15. Παραρτήματα. Παράθεση επιπλέον στοιχείων στην περίπτωση που κάποιος από τους αναγνώστες θέλει να εμβαθύνει περισσότερο σε κάποιο θέμα του Σχεδίου.

3.3 «Γενικές Συμβουλές»

Σε αυτό το σημείο αναφέρονται επιγραμματικά μερικές συμβουλές που είναι χρήσιμες κατά τη σύνταξη του επιχειρηματικού σχεδίου:

- Τα σχεδιαγράμματα και τα γραφικά είναι χρήσιμα, ευανάγνωστα και προτιμώνται ως εργαλεία, κατά τη σύνταξη του επιχειρηματικού σχεδίου.
- Οι περιγραφές και οι προβλέψεις που θα περιληφθούν στο σχέδιο πρέπει να είναι ρεαλιστικές.
- Το κείμενο του σχεδίου πρέπει να αναφέρεται σε ουσιώδη θέματα και να μην πλατειάζει.
- Πρέπει να προβλέπονται εναλλακτικά σενάρια.
- Η μορφή ενός επιχειρηματικού σχεδίου δεν είναι τυποποιημένη. Μπορούν να προστεθούν ή να αφαιρεθούν κάποιες υποκατηγορίες, αν κριθεί απαραίτητο.
- Ο συντάκτης του σχεδίου πρέπει να γνωρίζει τι είναι απαραίτητο για το συγκεκριμένο σχέδιο (π.χ. οι τράπεζες, για μια επέκταση επιχείρησης, απαιτούν ισολογισμούς, νομιμοποίηση κλπ.).
- Το κείμενο που θα συνταχθεί πρέπει να έχει λογική δομή (όπως αυτή που παρουσιάστηκε), να είναι ευπαρουσίαστο και να μην έχει λάθη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.1 «Σύγχρονες επιχειρηματικές κατευθύνσεις»

Στο πλαίσιο αυτό, η επιλογή του κατάλληλου επιχειρηματικού πεδίου είναι εξαιρετικά μεγάλης σημασίας. Οι περισσότεροι πολίτες που έρχονται αντιμέτωποι με την προοπτική ίδρυσης μιας επιχείρησης, επιλέγουν αντικείμενα που είναι γνωστά από την καθημερινότητά τους και δεν χρειάζονται καμία εξειδίκευση (πρατήρια άρτου, μίνι-μάρκετ, καφέ-μπαρ, καταστήματα εστίασης κ.ά.). Το γεγονός αυτό όμως δημιουργεί συνθήκες κορεσμού και κατά συνέπεια το ενδεχόμενο επιτυχίας των πρωτοβουλιών τους καθίσταται πολύ περιορισμένο.

Ποιοι είναι λοιπόν οι κλάδοι επαγγελματικής δραστηριότητας που πρέπει να

κατευθυνθεί κανείς, ώστε να βελτιστοποιήσει τις πιθανότητες επιτυχίας;

Στις συνθήκες που επικρατούν στη χώρα μας, δύο είναι τα πεδία που μπορεί να δραστηριοποιηθεί κανείς με καλές προοπτικές: αυτό της λεγόμενης «πράσινης ανάπτυξης» και αυτό των νέων τεχνολογιών. Ωστόσο, επισημαίνεται ότι η δραστηριοποίηση σε κάποιον από αυτούς του τομείς δεν διασφαλίζει, ούτε καν απλοποιεί την επιτυχία. Εξακολουθούν να ισχύουν τα προαπαιτούμενα για την επιχειρηματική επιτυχία, όπως είναι η γνώση του αντικειμένου εργασιών, της επιχειρηματικής κατάρτισης, τα προσωπικά χαρακτηριστικά και δεξιότητες, η προηγούμενη εμπειρία, ο μικρός ανταγωνισμός, ο καινοτομικός χαρακτήρας του αντικειμένου εργασιών κ.ά.

Παρακάτω παρουσιάζονται 2 από τα πεδία όπου μπορεί να κατευθύνει κανείς τις επιλογές του: η πράσινη επιχειρηματικότητα και η επιχειρηματικότητα μέσω διαδικτύου.

4.1.1 «Πράσινη επιχειρηματικότητα»

Στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον σημαντικά προβλήματα του φυσικού περιβάλλοντος όπως η αλλαγή του κλίματος, η εξάντληση των φυσικών πόρων, η ατμοσφαιρική ρύπανση, η μόλυνση των υδάτων, η αποψίλωση των δασών, η εντατική γεωργία κ.ά., οδηγούν όλο και περισσότερο στην αύξηση της ζήτησης για προϊόντα και υπηρεσίες φιλικών προς το περιβάλλον, καθώς και στη διασύνδεση της οικολογικής ευαισθησίας με την επιχειρηματική δραστηριότητα.

Στο πλαίσιο αυτό, η λεγόμενη «πράσινη επιχειρηματικότητα» αποτελεί σήμερα ένα δυναμικό πεδίο δραστηριότητας, όπου η αναπτυσσόμενη ευαισθησία των πολιτών διαμορφώνει μία νέα πηγή συγκριτικού πλεονεκτήματος: την περιβαλλοντική ευθύνη. Αυτή η εξέλιξη αναδεικνύει την ανάγκη προσαρμογής των επιχειρηματικών σχεδίων ως την καταλληλότερη πρόταση για επιτυχημένη επιχειρηματικότητα.

Τι είναι όμως πράσινη επιχειρηματικότητα; Αυτό θα αναπτυχθεί καλύτερα στο μέρος δεύτερο.

4.1.2 «E-business»

Οι δύο τελευταίες δεκαετίες χαρακτηρίστηκαν από μεγάλες κοινωνικές, οικονομικές και πολιτικές αλλαγές. Σημαντικό ρόλο διαδραμάτισε σ' αυτές τις εξελίξεις η τεχνολογική ανάπτυξη, ιδιαίτερα δε, η είσοδος στην καθημερινότητα των πολιτών και των επιχειρήσεων του World Wide Web (www) του λεγόμενου διαδικτύου ή ιντερνέτ.

Το ιντερνέτ εισήλθε στη ζωή μας σε δύο φάσεις:

1. Web 1.0 (1991 – 2003): Το διαδίκτυο εισήλθε αρχικά σε καθημερινή χρήση ως μία τεχνολογική δυνατότητα προβολής επιχειρήσεων και οργανισμών. Σ' αυτή την πρώτη φάση υπήρξε στατικό και αφορούσε αποκλειστικά μία μονόδρομη μορφή επικοινωνίας: από τον πομπό (κάτοχος / διαχειριστής ιστοσελίδας), στο δέκτη (επισκέπτης / πελάτης).

2. Web 2.0 (2004 – σήμερα): Το διαδίκτυο πλέον αποτελεί μια δυναμική εφαρμογή, όπου δεν περιορίζεται σε περιγραφικό ρόλο, αλλά παρέχει και δυνατότητες συναλλαγών(αμφίδρομη μορφή επικοινωνίας), είτε αυτές αναφέρονται σε πληροφορίες, είτε σε αγοραπωλησίες, είτε σε άλλες σύνθετες χρήσεις.

Σήμερα λοιπόν, το ιντερνέτ έχει εισέλθει δυναμικά στην καθημερινότητα και αποτελεί ένα πολύ σημαντικό πεδίο επιχειρηματικών ευκαιριών, αφού:

- Στην Β. Αμερική το 74% του πληθυσμού είναι χρήστες του, στην Ευρώπη 52% και Παγκοσμίως 26%, ενώ στην Ελλάδα ανέρχονται στο 35%.
- Ο μέσος Έλληνας χρήστης έχει αγοράσει online 7 φορές μέσα στον τελευταίο χρόνο, έναντι 8 του ευρωπαϊκού μέσου όρου.
- Οι τάσεις ανόδου της χρήσης του στην Ελλάδα ανέρχονται τα τελευταία χρόνια στο 25 – 35% ανά έτος.

Πως εμπλέκεται όμως το ιντερνέτ με την επιχειρηματική δραστηριότητα;

Ανάλογα λοιπόν με το βαθμό αξιοποίησης των δυνατοτήτων του διαδικτύου, η χρήση του μπορεί να αφορά:

1. Επιχειρήσεις που επιθυμούν να το χρησιμοποιήσουν ως μέσο προβολής των φυσικών τους προϊόντων ή υπηρεσιών.
2. Επιχειρήσεις που επιθυμούν να το χρησιμοποιήσουν ως μέσο προβολής και προώθησης των φυσικών τους προϊόντων ή υπηρεσιών.
3. Επιχειρήσεις που επιθυμούν να το χρησιμοποιήσουν ως μέσο προβολής και προώθησης εικονικών προϊόντων ή υπηρεσιών.
4. Επιχειρήσεις που επιθυμούν να το χρησιμοποιήσουν ως μέσο εσωτερικής επικοινωνίας.
5. Επιχειρήσεις που επιθυμούν να το χρησιμοποιήσουν ως μέσο συνεργασίας με τους διάφορους συνεργάτες τους και των προμηθευτές τους.

Ο όρος “e-business” αναφέρεται στην εφαρμογή –από μία επιχείρηση- εργαλείων που βασίζονται σε τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών (software / hardware), με στόχο τη δημιουργία αξίας για την ίδια την επιχείρηση, τους πελάτες της και των συνεργατών της.

Αυτή η δημιουργία αξίας βρίσκει εφαρμογή στα κάτωθι:

- Είσοδος σε νέες αγορές.

- Αναβάθμιση της ποιότητας των προϊόντων ή των υπηρεσιών.
 - Προώθηση των προϊόντων ή των υπηρεσιών.
 - Αύξηση της αφοσίωσης των πελατών της.
 - Βελτίωση της αποδοτικότητας των εσωτερικών διαδικασιών.
 - Εσωτερική διάχυση κουλτούρας και επιχειρησιακής.
 - Ανάλυση ευθυνών από το προσωπικό.
 - Βελτίωση της εσωτερικής ανταγωνιστικότητας.
 - Μείωση κόστους.
 - Αύξηση παραγωγικότητας.
 - Βελτίωση της επικοινωνίας με τους πελάτες.
 - Διαφάνεια των συναλλαγών με τους πελάτες.
 - Αύξηση της εξοικείωσης των εργαζομένων.
-
- Βελτίωση της ανταπόκρισης.
 - Βελτίωση των ικανοτήτων της επιχείρησης.

Τα ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shop) αποτελούν χαρακτηριστικό παράδειγμα ebusiness. Διακρίνονται από τα υπόλοιπα καταστήματα από το ότι οι καταναλωτές μπορούν να πραγματοποιούν τις συναλλαγές τους αποκλειστικά με τη χρήση του διαδικτύου. Δημιουργώντας μία επιχείρηση αυτού του τύπου, είναι απαραίτητο να στηθεί μία οργάνωση, μέσα από την οποία οι πελάτες θα μπορούν να εξυπηρετούνται, απλώς με μία διαδικτυακή επίσκεψη (μέσω ιντερνέτ). Ωστόσο, αυτό δεν είναι αρκετό, καθώς απαιτείται και μία συνεχής προσαρμογή μίας τέτοιας επιχείρησης στις νέες τεχνολογίες και τις εφαρμογές τους, ώστε να μπορεί πάντοτε να παραμένει ανταγωνιστική. Είναι γεγονός ότι κάθε επιχείρηση πρέπει να χαρακτηρίζεται από λειτουργική επάρκεια: να παρέχει δηλαδή, τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της με τέτοιο τρόπο ώστε να ανταποκρίνεται κατά το δυνατόν καλύτερα στις προσδοκίες των πελατών της. Επιπλέον, η επιχείρηση του διαδικτύου θα πρέπει να μπορεί να απαντήσει σε μερικά προσαρμοσμένα ερωτήματα αναφορικά με το περιεχόμενο της ιστοσελίδας, τους επισκέπτες, την προώθηση, τη νομοθεσία κλπ., καθώς το διαδίκτυο διέπεται από διαφορετικές και ιδιαίτερες αρχές και κανόνες.

4.1.3 «Γενικές συμβουλές επιχειρηματικής επιτυχίας»

Να «βλέπετε» μπροστά. Καθιερώστε σχέδια και πολιτικές προτού τα χρειαστείτε. Έτσι θα αποτρέψετε δύσκολες καταστάσεις και κρίσεις, θα λύσετε προβλήματα προτού καν σας επηρεάσουν

Καθορίστε τις πολιτικές σας. Κάποιοι θα χρειαστεί πολύ νωρίς να τοποθετηθούν αναφορικά με την αποστολή της επιχείρησης, τις αμοιβές, την αξιολόγηση της απόδοσης και των υπαλλήλους τους.

Δημιουργήστε τρόπους διαχείρισης των πληροφοριών που προέρχονται τόσο από τους υπαλλήλους σας, όσο και από τους πελάτες, τους συνεργάτες και τον ανταγωνισμό.

Γνωστοποιήστε τις όποιες πολιτικές σας σε όλους στην επιχείρησή σας και συντονίστε τους στην εφαρμογή τους.

Αναθεωρείστε τις όποιες πολιτικές σας τουλάχιστον 1 φορά το χρόνο και διορθώστε τις αν χρειάζεται.

Μη διστάζετε να συμβουλευέστε τους ειδικούς. Απευθυνθείτε πρωτίστως σε τοπικούς φορείς ενίσχυσης επιχειρηματικότητας (Κέντρα Επιχειρηματικότητας, Κέντρα Υποδοχής Επενδυτών κ.ά.) και δευτερευόντως σε Συμβούλους Επιχειρήσεων.

Μην ξεχνάτε ποτέ της σημασία της μάθησης: η γνώση είναι η πολυτιμότερη πηγή αξίας. Δημιουργώντας έναν ισχυρό μηχανισμό συνεχούς μάθησης για σας και την επιχείρησή σας, είστε πάντοτε πρωτοπόροι στον ανταγωνισμό. Η γνώση είναι το μόνο αγαθό που δεν απειλείται από οικονομικές κρίσεις, επιχειρηματικές αστοχίες ή καταστροφές και δεν χάνεται ποτέ!

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5.1 «Εισαγωγή στη διοίκηση επιχειρήσεων»

Τα επιμέρους πεδία που αναπτύσσονται στο 2ο μέρος του παρόντος βιβλίου καλύπτουν όλες τις βασικές θεματικές ενότητες της επιχειρησιακής δράσης και θεωρητικής και αποτελούν τη βάση για την θεωρητική και πρακτική ανάπτυξη των ικανοτήτων του υφιστάμενου ή μελλοντικού επιχειρηματία / διοικητικού στελέχους:

- Επιχειρησιακές Λειτουργίες
- Επιχειρησιακή Δομή

- Χρηματοοικονομικά
- Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ
- Μάνατζμεντ Πληροφοριών
- Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων
- Στρατηγική
- Ανάπτυξη Προσωπικών Ικανοτήτων
- Δημιουργικότητα, Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα
- Διεθνοποίηση Επιχειρήσεων
- Συμβουλευτική Επιχειρήσεων
- Διοικητική Δεοντολογία και Ηθική
- Knowledge Management.

Στα κεφάλαια που ακολουθούν δίνεται μία συνολική, αλλά βασική, θεώρηση του αντικειμένου της διοίκησης των επιχειρήσεων.

5.1.1 «Μάνατζμεντ επιχειρησιακών λειτουργιών»

Σκοπός αυτής της ενότητας είναι η εξοικείωση του μέσου επιχειρηματία / διοικητικού στελέχους με το μάνατζμεντ λειτουργιών και των βασικών αρχών που το διέπουν.

Ιστορικά στοιχεία

Οι λειτουργίες της επιχείρησης είχαν ιστορικά έναν διαφορετικό τρόπο προσέγγισης. Ξεκινώντας από τον 17ο αιώνα και την εισαγωγή του ατμού στην παραγωγή, μέχρι τον 21^ο αιώνα και την παγκοσμιοποιημένη οικονομία, οι λειτουργίες της επιχείρησης.

Αντιμετωπίστηκαν με διαφορετικό τρόπο. Σημαντικοί σταθμοί στην ιστορία είναι η εισαγωγή της μηχανής τον 17ο αιώνα, στις αρχές του 1900 η πρώτη εφαρμογή του επιστημονικού μάνατζμεντ και της γραμμής παραγωγής, κατά το μεσοδιάστημα του '30 και του '60 επισημάνθηκε η σημασία των ανθρώπινων σχέσεων στην εργασία. Επίσης, ανάμεσα στο '40 και το '60 εισήχθη η τεχνική για την επίλυση λειτουργικών προβλημάτων και έννοιες, όπως οι προβλέψεις και το project management.

Αργότερα στα '70s ήρθε η φιλοσοφία του "Just in Time" που σχεδιάστηκε για να μη δεσμεύονται μεγάλα αποθέματα προϊόντων και η Ποιότητα ως τάση και αξία στο μάνατζμεντ. Τέλος, η νέα παγκοσμιοποιημένη οικονομία, διαμόρφωσε διαφορετικές τάσεις

στο λειτουργικό μανάτζμεντ προσανατολίζοντάς το στην μάθηση και την καινοτομία.

Επιχειρησιακές λειτουργίες

Τι είναι όμως μανάτζμεντ λειτουργιών; Μανάτζμεντ λειτουργιών είναι η διαχείριση της μετατροπής των εισερχομένων μίας επιχείρησης σε εξερχόμενα. Όλες οι επιχειρήσεις, ανεξάρτητα από το αντικείμενο εργασιών τους έχουν ως λειτουργικό καθήκον την μετατροπή των πόρων σε υπηρεσίες ή προϊόντα.

Τρεις είναι οι πιθανές καταστάσεις τις οποίες αντιμετωπίζει σήμερα η επιχείρηση:

1. Εισροές > Εκροές: Η επιχείρηση έχει ζημιά, αφού οι εισροές είναι μεγαλύτερες από τις εκροές.
2. Εισροές = Εκροές: Η επιχείρηση βρίσκεται στο Νεκρό Σημείο.
3. Εισροές < Εκροές: Η Επιχείρηση παρουσιάζει κερδοφορία, αφού οι αξία των εκροών είναι μεγαλύτερη από αυτή των εισροών.

Οι βασικότερες λειτουργίες σε μία επιχείρηση είναι:

1. Η λειτουργία των προμηθειών, που περιλαμβάνει όλες τις διαδικασίες για την προμήθεια των πρώτων υλών ή εμπορευμάτων ή υπηρεσιών στον κατάλληλο χρόνο, στην κατάλληλη ποιότητα και την κατάλληλη τιμή. Το αντικείμενο εργασιών του Υπευθύνου Προμηθειών είναι οι έρευνες αγοράς για τον εντοπισμό των κατάλληλων προμηθευτών, η επιλογή τους, ο προγραμματισμός του χρόνου πραγματοποίησης της αγοράς, η διαπραγμάτευση της τιμής, του τρόπου πληρωμής, των όρων παράδοσης και μεταφοράς.
2. Η λειτουργία παραγωγής, που περιλαμβάνει κάθε οργανωμένη διαδικασία που αναφέρεται στο μετασχηματισμό των συντελεστών παραγωγής (εισροών) σε τελικά προϊόντα ή υπηρεσίες ή και τα δύο. Περιλαμβάνει τη μεθοδολογία παραγωγής, την εγκατάσταση και διάταξη των χώρων, τον προγραμματισμό και τον έλεγχο παραγωγής, το σχεδιασμό του προϊόντος, τη διασφάλιση ποιότητας, τον έλεγχο αποθεμάτων, τη μελέτη εργασίας και το σχεδιασμό έργου.
3. Η λειτουργία του μάρκετινγκ, που καλύπτει ορισμένες κρίσιμες δραστηριότητες που επηρεάζουν και επηρεάζονται από την επιχειρηματική στρατηγική και τις άλλες βασικές λειτουργίες. Περιλαμβάνει δε, την ανάλυση και πρόβλεψη της ζήτησης από τη συστηματική έρευνα της αγοράς, τον προσδιορισμό του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος, την επιλογή προϊόντων και υπηρεσιών που θα προσφέρει η επιχείρηση, τη μελέτη συμπεριφοράς του πελάτη, την τμηματοποίηση της αγοράς και τον προσδιορισμό των

στόχων, τη λήψη αποφάσεων για τιμές και τιμολογιακή πολιτική, την επιλογή σημείων και τρόπων πώλησης, τη σχεδίαση αποτελεσματικών διαδικασιών πωλήσεων και εξυπηρέτησης πελατών, τη διαφήμιση και προβολή, το πρόγραμμα δράσεων και τον προϋπολογισμό και τέλος, τον έλεγχο των αποτελεσμάτων και τη λήψη διορθωτικών μέτρων.

4. Η λειτουργία των χρηματοοικονομικών, που περιλαμβάνουν την ανάλυση του μακρο-περιβάλλοντος, την ανάλυση του μικρο-περιβάλλοντος, την ανάλυση της χρηματοοικονομικής κατάστασης της επιχείρησης, τη λογιστική διαχείριση, την αξιολόγηση προτεινόμενων επενδύσεων, την εξεύρεση χρηματοδοτήσεων.

5. Η λειτουργία ανθρωπίνων πόρων, που περιλαμβάνει τη στρατολόγηση, την εκπαίδευση, την αξιολόγηση, την πολιτική αμοιβών, τη διαμόρφωση συνθηκών εργασίας και περιβάλλοντος και την προσαρμογή στην επιχειρησιακή κουλτούρα των εργαζομένων.

Η έννοια της επιχειρησιακής δομής

Η επιχειρησιακή δομή είναι μία έννοια άμεσα σχετική με τους στρατηγικούς στόχους της επιχείρησης. Αναφέρεται σε ένα σύστημα εργασιακών σχέσεων, που καθορίζει τον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης. Μία επιχείρηση σωστά δομημένη έχει περισσότερες ευκαιρίες στην επιτυχημένη εφαρμογή της στρατηγικής της και την υλοποίηση των στόχων της. Επιπλέον, καθορίζει τα καθήκοντα και τις υπευθυνότητες, οργανώνει τις τυπικές σχέσεις αναφοράς, ομαδοποιεί αποτελεσματικά του εργαζόμενους, διευκολύνει την επικοινωνία, υποδεικνύει την εξουσία και τον έλεγχο, μεγιστοποιεί την παρακίνηση.

Βασικές αρχές οργάνωσης

1. Κάθε νέα στρατηγική αλλάζει και τη δομή οργάνωσης της επιχείρησης.
2. Η επιχειρησιακή δομή πρέπει να είναι ελαστική και απλή.
3. Η στελέχωση των θέσεων πρέπει να γίνεται βάσει των αναγκών της οργάνωσης και όχι βάσει του διαθέσιμου προσωπικού.
4. Ένας υφιστάμενος αναφέρεται μόνο σε έναν προϊστάμενο.
5. Οι εξουσίες και οι υπευθυνότητες πρέπει να είναι σαφείς και τεκμηριωμένες.

Τυπική και άτυπη οργάνωση

Σε κάθε επιχείρηση συνυπάρχουν δύο μορφές οργάνωσης: η τυπική και η άτυπη. Η

τυπική καθορίζεται από την εκάστοτε οργανωσιακή δομή όπως αυτή απεικονίζεται στο οργανόγραμμά της επιχείρησης. Η άτυπη συνυπάρχει με την τυπική, αλλά αναφέρεται στις σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των εργαζομένων. Δεν πρέπει να υποβαθμίζεται η σημασία της άτυπης οργάνωσης στην επιτυχία των στόχων της επιχείρησης.

Επίπεδα διοικητικής ιεραρχίας

Βάση της οργάνωσης είναι ο καταμερισμός εργασιών. Με τον καταμερισμό δημιουργούνται οι διάφορες θέσεις εργασίας και χαρακτηρίζονται ως ανώτερες και κατώτερες, διαμορφώνονται δηλαδή τα ανώτερα ή κατώτερα διοικητικά επίπεδα. Έτσι, υπάρχουν επιχειρήσεις με κάθετη ιεραρχία (πολλά διοικητικά επίπεδα) και επιχειρήσεις με οριζόντια (λίγα διοικητικά επίπεδα).

Δεν υπάρχει κάποιος συγκεκριμένος κανόνας για την επιλογή ενός από τα δύο προαναφερόμενα μοντέλα οργάνωσης. Ο αριθμός των διοικητικών επιπέδων εξαρτάται από τη νοοτροπία και την προσωπικότητα του επιχειρηματία ή του στελέχους, τη φύση της εργασίας, τις ικανότητες των στελεχών και των υφισταμένων, το χρόνο. Ωστόσο, στη σύγχρονη επιχείρηση η οποία εστιάζει στη δημιουργία συγκριτικού πλεονεκτήματος διαμέσου της μάθησης και της καινοτομίας, τα μεσαία στελέχη ενός οργανισμού είναι η βάση της επιτυχίας. Προτείνεται δηλαδή μία οργανωσιακή δομή που κέντρο της είναι τα μεσαία διοικητικά στρώματα, τα οποία και κοινωνούν την γνώση από τα χαμηλότερα στρώματα στα υψηλότερα και αντίθετα.

Οργανόγραμμα και τμηματοποίηση της επιχείρησης

Ανάλογα με τη φύση της επιχείρησης και τι εξυπηρετεί ουσιαστικά την οργανωσιακή αποδοτικότητα, η επιχείρηση τμηματοποιείται, δηλαδή ομαδοποιεί τις δραστηριότητές της έτσι ώστε να εξυπηρετούνται με τον καλύτερο δυνατό τρόπο οι στόχοι της. Υπάρχουν 5 βασικές μορφές τμηματοποίησης:

1. Τμηματοποίηση βάσει λειτουργιών
2. Τμηματοποίηση βάσει επεξεργασίας προϊόντων
3. Τμηματοποίηση βάσει προϊόντων
4. Τμηματοποίηση βάσει πελατών
5. Τμηματοποίηση βάσει γεωγραφικών περιοχών

Χρηματοοικονομικά

Ο όρος "χρηματοοικονομικά" αναφέρεται σε όλες εκείνες τις δραστηριότητες μίας επιχείρησης για την εφαρμογή μίας σειράς οικονομικών αρχών για τη μεγιστοποίηση της αξίας της και άρα στη μεγιστοποίηση των κερδών της με το μικρότερο κίνδυνο.

Η μεγιστοποίηση του κέρδους είναι ένας βραχυπρόθεσμος στόχος, λιγότερο σημαντικός από τη μεγιστοποίηση της αξίας της επιχείρησης. Μία εταιρεία μπορεί να επιτύχει μία βραχυπρόθεσμη αύξηση κερδοφορίας, καθυστερώντας απλώς κάποια έξοδα ή απολύοντας κάποιους υψηλόβαθμους αλλά παραγωγικούς εργαζόμενους. Τέτοιες αποφάσεις χαρακτηρίζονται συχνά κοντόφθαλμες ή επιπόλαιες. Αυτό συμβαίνει διότι αγνοούν τη σχέση του κέρδους με την ανάληψη κινδύνου.

Η σχέση κέρδους / κινδύνου είναι άρρηκτα δεμένη με κάθε επιχειρησιακή ή επενδυτική απόφαση. Όσο μεγαλύτερα είναι τα προσδοκώμενα κέρδη, τόσο μεγαλύτερη είναι η ανάληψη κινδύνου. Στο προαναφερόμενο παράδειγμα, η απόλυση των εργαζόμενων θα επιφέρει λιγότερες δαπάνες για την επιχείρηση και άρα περισσότερα κέρδη (αφού $\text{Κέρδος} = \text{Έξοδα} - \text{Έσοδα}$). Όμως ο κίνδυνος που θα αναλάβει η επιχείρηση για την επίτευξη αυτών των επιπλέον κερδών είναι μεγάλος: η απώλεια των εργαζόμενων μπορεί να επιφέρει αδυναμίες στην επιχειρησιακή δραστηριότητα, τέτοιες που να επιφέρουν δραματική μείωση των εξόδων (π.χ. μείωση των πωλήσεων από δυσαρεστημένους πελάτες που καθυστερεί η εξυπηρέτησή τους). Η σχέση αυτή είναι καθαρά ορατή, και σε κάθε επενδυτική απόφαση: όσο μεγαλύτερη είναι η προσδοκία για κέρδος, τόσο μεγαλύτερος είναι ο κίνδυνος που αναλαμβάνει ο επενδυτής. Έτσι, οι επενδύσεις σε μετοχές έχουν προσδοκία μεγάλων αποδόσεων, αλλά και ανάληψη υψηλού κινδύνου. Οι επενδύσεις σε ομόλογα ή καταθέσεις έχουν μικρότερη προσδοκία για κέρδη, αλλά και ελάχιστο κίνδυνο.

Οι νομικές μορφές των επιχειρήσεων

Η απόφαση για την νομική μορφή μίας επιχείρησης είναι ουσιαστικής σημασίας για τη διαχείριση των οικονομικών της εφόσον διαφοροποιείται το καθεστώς φορολόγησής. Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι νομικές μορφές των επιχειρήσεων, τα χαρακτηριστικά τους και οι κλίμακες φορολόγησής.

I. Ατομική Επιχείρηση

Η πλέον διαδεδομένη μορφή. Κύριο πλεονέκτημά της είναι η μεγάλη ευελιξία στις

επιχειρηματικές αποφάσεις. Οι επιχειρήσεις αυτές είναι υποχρεωμένες να τηρούν Βιβλίο Εσόδων - Εξόδων. Η φορολογία των Ατομικών Επιχειρήσεων διαμορφώνεται κλιμακωτά από 0 - 40%, ανάλογα τα εισοδήματά τους.

II. Ομόρρυθμη Εταιρεία (Ο.Ε.)

Στις Ο.Ε. όλοι οι εταίροι είναι υπεύθυνοι για τη δραστηριότητα και τα χρέη της εταιρείας με όλη την περιουσία τους, κατά τη διάρκεια λειτουργίας της επιχείρησης και μετά τη λήξη της. Για τη σύστασή της απαιτούνται 2 τουλάχιστον εταίροι (φυσικά ή νομικά πρόσωπα) και ένα απλό ιδιωτικό συμφωνητικό. Η Ο.Ε. φορολογείται με 20% επί των κερδών της.

III. Ετερόρρυθμη Εταιρεία (Ε.Ε.)

Στις Ε.Ε. οι εταίροι διαιρούνται σε δύο κατηγορίες: σε ομόρρυθμους και ετερόρρυθμους. Η ευθύνη των ομόρρυθμων είναι απεριόριστη, ενώ αυτή των ετερόρρυθμων μέχρι του ποσού της συνεισφοράς τους. Για τη σύστασή της απαιτούνται 2 τουλάχιστον εταίροι (φυσικά ή νομικά πρόσωπα) και ένα απλό ιδιωτικό συμφωνητικό. Η Ε.Ε. φορολογείται με 20% επί των κερδών της.

IV. Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ε.)

Στις ανώνυμες εταιρείες (Α.Ε.), που είναι μετοχικές, κάθε εταίρος (μέτοχος) είναι υπεύθυνος μόνο για το ποσοστό συμμετοχής του, δηλαδή για τον αριθμό των μετοχών τις οποίες διαθέτει. Ο μέτοχος συμμετέχει στην εκλογή της διοίκησης της εταιρείας, στη διαμόρφωση των γενικών αρχών της πολιτικής και στα κέρδη, ανάλογα με τον αριθμό των μετοχών που διαθέτει. Στη γενική συνέλευση των μετόχων κάθε μέτοχος διαθέτει τόσους ψήφους όσες είναι οι μετοχές που κατέχει. Σε περίπτωση ζημιών ή πτωχεύσεως είναι υπεύθυνος μέχρι του ποσού που έχει καταβάλει για τις μετοχές του, δηλαδή, στη χειρότερη περίπτωση, οι μετοχές του χάνουν τελείως την αξία τους. Για την ίδρυσή της απαιτούνται τουλάχιστον 2 μέτοχοι και κεφάλαιο 60.000€ και συμβολαιογραφικό έγγραφο. Βασική υποχρέωση της Α.Ε. είναι η δημοσίευση των λογιστικών της καταστάσεων. Η Α.Ε. φορολογείται με 25% επί των κερδών της.

V. Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.)

Οι εταιρείες περιορισμένης ευθύνης (Ε.Π.Ε.) είναι ένας ενδιάμεσος τύπος μεταξύ των προσωπικών εταιρειών (Ο.Ε. και Ε.Ε.) και της ανώνυμης εταιρείας. Το κύριο γνώρισμα των εταιρειών αυτών είναι το μικρό κεφάλαιο που χρειάζεται για τη σύστασή τους και η περιορισμένη ευθύνη των εταίρων τους μέχρι το ύψος του κατατεθειμένου εταιρικού κεφαλαίου, όπως ακριβώς συμβαίνει και με τις ανώνυμες εταιρείες, σε αντίθεση με τις προσωπικές εταιρείες. Για την ίδρυσή της απαιτούνται 18.000€ και συμβολαιογραφικό

έγγραφο.

Η Ε.Π.Ε. μπορεί να συσταθεί και από ένα μόνο πρόσωπο (Μονοπρόσωπη Ε.Π.Ε.). Η Ε.Π.Ε. φορολογείται με 25% επί των κερδών της.

Οι Λογιστικές Καταστάσεις των επιχειρήσεων

Οι λογιστικές καταστάσεις των εταιρειών είναι:

I. Ο ισολογισμός

Ο ισολογισμός μετρά την οικονομική υγεία της επιχείρησης. Εκθέτει το ενεργητικό, παθητικό και το κεφάλαιο των ιδιοκτητών της επιχείρησης. Τα στοιχεία του ενεργητικού είναι οι οικονομικοί πόροι της επιχείρησης (Μετρητά, Εισπρακτέες απαιτήσεις, Αποθέματα, Περιουσία κλπ.). Το παθητικό στοιχειοθετείται από τις υποχρεώσεις της επιχείρησης (Πληρωτέοι λογαριασμοί, έξοδα, δάνεια, φόροι κλπ.). Συνεπώς η φυσική εξίσωση του ισολογισμού είναι: Ενεργητικό = Παθητικό + Κεφάλαια Ιδιοκτητών (ή μετοχικό κεφάλαιο).

II. Τα αποτελέσματα χρήσεως

Τα αποτελέσματα χρήσεως είναι οι λογιστική κατάσταση που δείχνει πόσο κερδοφόρα είναι μία επιχείρηση. Συνοψίζει το εισόδημα από τις πωλήσεις και τα έξοδα για μία συγκεκριμένη περίοδο. Στην τελευταία γραμμή της κατάστασης προκύπτει το καθαρό εισόδημα της επιχείρησης.

III. Η κατάσταση ταμειακών ροών

Η κατάσταση ταμειακών ροών απεικονίζει τις συνολικές ροές μετρητών στην επιχείρηση για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Περιλαμβάνει τις εισροές και τις εκροές, για να καταλήξει στο ποσό των διαθέσιμων μετρητών.

Μάρκετινγκ

Το Μάρκετινγκ είναι ένας όρος που δεν μπορεί να αποδοθεί με έναν αντίστοιχο όρο στα Ελληνικά. Και καθώς, πολλοί ορισμοί έχουν δοθεί για τη επιχειρησιακή λειτουργία, στεκόμαστε σ' αυτόν που Ρ. Kotler (ο πιο διάσημος θεωρητικός του Μάρκετινγκ) έδωσε: Μάρκετινγκ είναι η κοινωνική και διοικητική διεργασία μέσω της οποίας άτομα και ομάδες ατόμων παίρνουν ότι χρειάζονται και θέλουν, διαμέσου της δημιουργίας, προσφοράς και συναλλαγής προϊόντων αξίας με άλλους. Πιο απλά: όλες εκείνες οι δραστηριότητες που οδηγούν στη συναλλαγή προϊόντων ή / και υπηρεσιών με τον πλέον αποδοτικό τρόπο για τον πωλητή.

Προσανατολισμός στον πελάτη

Το κλειδί στο Μάρκετινγκ είναι η υιοθέτηση στην νοοτροπία της επιχείρησης μίας στάσης συνεχούς προσανατολισμού στην ικανοποίηση του πελάτη. Αυτό σημαίνει ότι όλες οι αποφάσεις του μάνατζερ θα λαμβάνονται έτσι ώστε να ικανοποιούνται οι επιθυμίες και ανάγκες του πελάτη.

Το Μάρκετινγκ δεν είναι όμως μόνο ένας προσανατολισμός. Είναι μία καθαρά στρατηγική διεργασία: μία μέθοδος σχεδιασμού για το πώς και τι κάνει η επιχείρηση. Ο οργανισμός πρέπει να ενώσει όλες τις δυνάμεις του για να αναγνωρίσει τις επιθυμίες και ανάγκες των πελατών, δια μέσου μίας σειράς βημάτων που προσπαθούν να απαντήσουν στα εξής ερωτήματα:

1. Που βρισκόμαστε τώρα; (Ανάλυση)
2. Που πηγαίνουμε; (Στρατηγική)
3. Πώς θα πάμε; (Σχεδιασμός)
4. Πήγαμε τελικά; (Εφαρμογή και Έλεγχος).

Ανάλυση

Είναι απαραίτητο για την επιλογή της κατάλληλης στρατηγικής, να γίνει μία ανάλυση του Μίκρο και Μάκρο-Περιβάλλοντος της επιχείρησης. Εν ολίγοις να αναλυθούν όλοι οι παράγοντες του κλάδου της επιχείρησης, καθώς και όλοι οι οικονομικοί, κοινωνικοί, πολιτικοί, δημογραφικοί, τεχνολογικοί και νομικοί παράγοντες που επηρεάζουν την δραστηριότητά της.

Στο πλαίσιο αυτό θα πρέπει να αναλυθεί επιμελώς η συμπεριφορά των καταναλωτών αγοραστών. Επιπλέον η τμηματοποίηση της αγοράς είναι επίσης αναγκαία στην προσπάθεια επικέντρωσης της πολιτικής μας σε μία μερίδα μόνο των πολιτών. Έτσι, μία ολοκληρωμένη έρευνα αγοράς καθίσταται αναγκαία.

Στρατηγική

Η στρατηγική του Μάρκετινγκ εκφράζει την επιχειρησιακή στρατηγική σε όρους μάρκετινγκ.

Σχεδιασμός

Βασικός άξονας του σχεδιασμού του Μάρκετινγκ είναι ο προσδιορισμός του Μίγματος Μάρκετινγκ τα 4P's (Product, Price, Place, Promotion ή ελληνιστί Προϊόν, Τιμή, Διανομή, Προώθηση). Η ουσία είναι ότι θα πρέπει:

Να προσδιοριστούν τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες έτσι ώστε η ποιότητα να ανταποκρίνεται στις επιθυμίες των πελατών σας,

Να καθοριστούν τιμές ανταγωνιστικές που είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν οι πελάτες,

Να οριστούν σημεία διανομής εύκολα προσπελάσιμα που εξυπηρετούν τους αγοραστές και

Να σχεδιαστεί η προώθηση των προϊόντων ή υπηρεσιών, έτσι ώστε να γίνονται γρήγορα γνωστά και να διεγείρουν το ενδιαφέρον των πελατών.

Εφαρμογή και Έλεγχος

Είναι ιδιαίτερα σημαντικό κατά την εφαρμογή ενός προγράμματος μάρκετινγκ να υπάρξει συντονισμός ενεργειών και συνεργασία όλους τους ανθρώπους που εμπλέκονται με τον ένα ή άλλο τρόπο στη εν λόγω διαδικασία.

Απαιτείται λοιπόν:

Συμφωνία μαζί τους για τον τρόπο υλοποίησης του προγράμματος και

Συμφωνία για τον τρόπο παρακολούθησης και των σχετικών αναθεωρήσεων στόχων (στην περίπτωση αποκλίσεων).

Μάνατζμεντ πληροφοριών

Η σημασία της πληροφορίας αυξάνεται συνεχώς για τη σύγχρονη επιχείρηση καθώς η ολοκληρωμένη διαχείρισή της μπορεί να δημιουργήσει συγκριτικό πλεονέκτημα.

Τι είναι όμως η διαχείριση της πληροφορίας; Διαχείριση της πληροφορίας είναι το πώς "ένας οργανισμός διαχειρίζεται τους πληροφοριακούς πόρους", το οποίο περιλαμβάνει τη διαχείριση των δεδομένων, των πληροφοριών, της γνώσης, των συστημάτων διαχείρισης, της τεχνολογίας κλπ.

Συστήματα πληροφοριών

Τα συστήματα πληροφοριών είναι ο συνδυασμός ανθρώπων, τεχνολογικού εξοπλισμού, λογισμικού και άλλων μέσων, που έχει καθορισμένους σκοπούς που αναφέρονται στη διαχείριση των πληροφοριών της επιχείρησης. Το πληροφοριακό σύστημα αποτελείται πάντοτε από 3 βασικά τμήματα:την είσοδο (input), την επεξεργασία (processing) και την έξοδο (output).

Τα συστήματα πληροφοριών αναφέρονται στη διαχείριση μίας σειράς από επιχειρησιακές πληροφορίες: οικονομικές, πολιτικές, τεχνολογικές, εφαρμοσμένης ψυχολογίας, κοινωνικών σπουδών, μαθηματικών, εργονομίας κλπ.

E-επιχειρείν

Αν υπάρχει ακόμη σήμερα κάποιος που νομίζει ότι το διαδίκτυο παρέχει μόνο υπηρεσίες ενημέρωσης ή ψυχαγωγίας, θα πρέπει τάχιστα να αναθεωρήσει τις απόψεις του.

Σήμερα ο ρόλος του ίντερνετ είναι περισσότερο από ποτέ επιχειρηματικός. Μέσα από την χρήση των εργαλείων του e-επιχειρείν οι επιχειρήσεις μπορούν να αλλάξουν την προοπτική τους ως προς τη στρατηγική τους, την τεχνολογία, τα συστήματα, τις επιχειρηματικές δραστηριότητες, τους τρόπους πωλήσεων, τις στρατηγικές συνεργασίας.

Knowledge Management

Το Knowledge Management είναι μία νέα διοικητική πρακτική που αφορά τη συστηματική και συλλογική δημιουργία, διάχυση και χρήση της επιχειρηματικής γνώσης, με σκοπό τη ριζική βελτίωση της οργανωτικής αποδοτικότητας, τη βελτίωση της επιχειρηματικής ανταγωνιστικότητας και την ανάπτυξη της καινοτομίας. Είναι η απόλυτη εξέλιξη στη διαχείριση των πληροφοριών, που αφορά στην ολοκληρωμένη αξιοποίηση των δυνατοτήτων μάθησης της επιχείρησης και την μετατροπή της στον σημαντικότερο πόρο της.

Μανατζμεντ Ανθρωπίνων Πόρων

Η διαχείριση ανθρώπινων πόρων χαρακτηρίζεται συχνά ως η πιο "εύκαμπτη" πλευρά της διοίκησης επιχειρήσεων, καθώς αποτελεί για όλους μία έμφυτη και οικεία αίσθηση, σε αντίθεση με "σκληρότερες" διοικητικές λειτουργίες, όπως είναι το μάρκετινγκ, τα χρηματοοικονομικά ή οι διοικητικές λειτουργίες.

Οι βασικές θεματικές ενότητες που άπτεται είναι:

- Η επιλογή προσωπικού
- Η ανάπτυξη ικανοτήτων και συμπεριφορών
- Η δημιουργία κινήτρων για τη βελτίωση της απόδοσης
- Η δημιουργία αποτελεσματικών ομάδων εργασίας
- Η προσαρμογή της οργανωσιακής συμπεριφοράς
- Η επιλογή προσωπικού

Είναι απαραίτητο πριν από τις διαδικασίες επιλογής του προσωπικού να προσδιοριστούν ακριβώς οι ανάγκες της επιχείρησης (πόσοι, ποιας ειδικότητας, με

τι προσόντα). Επόμενο βήμα αποτελεί η προσέλκυση των υποψηφίων, η διαδικασία δηλαδή του εντοπισμού και της πρόσκλησης των κατάλληλων ανθρώπων για την κάλυψη των προσδιορισμένων αναγκών της επιχείρησης.

Έχει αποδειχθεί στην πράξη, ότι πρέπει να προσελκύεται πολλαπλάσιος αριθμός ανθρώπων, προκειμένου να μπορεί να ολοκληρωθεί σωστά η διαδικασία επιλογής, αφού στατιστικά πρέπει να προσελκυσθούν κατά μέσο όρο 40 άνθρωποι, ώστε να επιλεγεί ο κατάλληλος. Έτσι, απαιτείται να χρησιμοποιηθούν τόσο εσωτερικές, όσο και εξωτερικές πηγές προσέλκυσης, προκειμένου να εκδηλώσει επαρκής αριθμός υποψηφίων το ενδιαφέρον του.

Οι εσωτερικές πηγές προσέλκυσης αποτελούνται από τους τωρινούς εργαζομένους, τους φίλους και τους συγγενείς τους, πρώην εργαζομένους και τους υποψήφιους "πόρτας" (άτομα που έχουν ήδη στείλει από μόνοι τους βιογραφικό σημείωμα). Οι εξωτερικές πηγές προσέλκυσης είναι πολυάριθμες και συνήθως αναφέρονται σε επαγγελματικές σχολές ή εκπαιδευτικά ιδρύματα, ημέρες καριέρας (συναντήσεις αποφοίτων), επαγγελματικές ενώσεις και σωματεία, ανταγωνιστικές επιχειρήσεις, γραφεία ευρέσεως εργασίας, εταιρείες επιλογής στελεχών, μέσα μαζικής επικοινωνίας κ.ά.

Τα συνήθη βήματα που ακολουθούν της προσέλκυσης είναι:

- Η προκαταρκτική εξέταση - συνέντευξη
- Η αίτηση απασχόλησης
- Οι δοκιμασίες (τεστ)
- Η συνέντευξη επιλογής
- Η επιβεβαίωση του παρελθόντος του υποψηφίου
- Τελική απόφαση επιλογής.

Η ανάπτυξη ικανοτήτων και συμπεριφορών

Η ανάπτυξη ανθρώπινου δυναμικού είναι οι συστηματικές και εντατικές προσπάθειες της οργάνωσης με σκοπό τη βελτίωση της παρούσας και της μελλοντικής επίδοσης μέσω αύξησης των ικανοτήτων.

Έτσι, είναι απαραίτητο να αναπτυχθεί στην επιχείρηση μία πολιτική εκπαίδευσης και κουλτούρας: με τον προσδιορισμό των οργανωσιακών αναγκών, την κατάρτιση ενός εκπαιδευτικού προγράμματος που να απαντάει στις ανάγκες, την υλοποίησή του και τέλος, την αξιολόγησή αυτού του προγράμματος.

Η δημιουργία κινήτρων για τη βελτίωση της απόδοσης

Η δημιουργία κινήτρων στην εργασία είναι ιδιαίτερα σημαντική για την επίτευξη της κατάλληλης συνεργασίας, ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι της επιχείρησης. Ως δημιουργία κινήτρων ορίζεται η διαδικασία, η οποία καθορίζει την ένταση, κατεύθυνση και επιμονή στην προσπάθεια για την επίτευξη ενός στόχου.

Οι θεωρίες της παρακίνησης αναφέρονται:

- ο Στον καθορισμό των αναγκών που ωθούν την επιδιωκόμενη επίδοση της ομάδας ή του ατόμου
- ο Στη δυνατότητα να προσφέρουν κατανοητές ανταμοιβές, ώστε να βοηθήσουν τους εργαζόμενους να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους
- ο Στο χρόνο προσφοράς των κατάλληλων ανταμοιβών, για να οδηγήσουν σε βελτιστοποίηση της επίδοσης και
- ο Στην πεποίθηση ότι οι ανάγκες επαναλαμβάνονται.

Η δημιουργία αποτελεσματικών ομάδων εργασίας

Στο νέο ανταγωνιστικό περιβάλλον το άτομο ως μονάδα συχνά δεν μπορεί να αντεπεξέλθει στις αυξημένες απαιτήσεις, όπως στην πίεση του χρόνου και τους συνδυασμούς προβλημάτων. Στο πλαίσιο αυτό η σημασία της ομαδικής εργασίας καθίσταται περισσότερο από ποτέ επίκαιρη και ουσιαστική.

Ποια όμως πρέπει να είναι τα χαρακτηριστικά μίας αποδοτικής ομάδας;

Όσο μεγαλύτερη είναι η ομάδα τόσο μεγαλύτερος πρέπει να είναι ο συνδυασμός δυνάμεων που ενυπάρχουν σ' αυτή τα μέλη της θα πρέπει να επηρεάζονται μεταξύ τους, να έχουν κοινούς στόχους, να λειτουργούν σαν ομάδα, να αναγνωρίζονται ως μάδα από τους άλλους, να έχουν σταθερές σχέσεις μεταξύ τους και να πιστεύουν οι συνδυασμένες τους προσπάθειες θα αποδώσουν.

Επιχειρησιακή Στρατηγική

Επιχειρησιακή στρατηγική είναι η διαδικασία μέσω της οποίας, οι διοικήσεις των επιχειρήσεων λαμβάνουν αποφάσεις που καθορίζουν την απόκτηση των εκμετάλλευση πόρων, εντός ενός επιχειρηματικού περιβάλλοντος που αλλάζει.

Τα στάδια της Επιχειρησιακής Στρατηγικής

ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ► ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ► ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ & ΕΛΕΓΧΟΣ

Η διαμόρφωση της στρατηγικής

Για τη διαμόρφωση της Στρατηγικής απαιτείται να πραγματοποιηθεί η ανάλυση του εξωτερικού και εσωτερικού περιβάλλοντος.

Το εξωτερικό περιβάλλον χαρακτηρίζεται από δύο διαφορετικές προσεγγίσεις: ως μάκρο (το ευρύτερο περιβάλλον της επιχείρησης) και ως μικρο περιβάλλον (το περιβάλλον του κλάδου της επιχείρησης). Έτσι, είναι απαραίτητο να γίνει η ανάλυση των 6 διαφορετικών διαστάσεων του μάκρο-περιβάλλοντος: τη δημογραφική, την κοινωνική, την πολιτική / νομική, την οικονομική, την τεχνολογική και την παγκόσμια. Επιπλέον, πρέπει να αναλυθεί το μικρο-περιβάλλον βάσει: του υπάρχοντος ανταγωνισμού, της διαπραγματευτικής δύναμης των προμηθευτών, τον κίνδυνο εισόδου νέων ανταγωνιστών, την απειλή υποκατάστατων, τη διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών και τέλος, της μαθησιακών δυνατοτήτων του κλάδου.

Αντίστοιχα, το εσωτερικό περιβάλλον πρέπει να αναλυθεί βάσει των πόρων της επιχείρησης (υλικοί και άυλοι), των οριακών ικανοτήτων της (αυτών που μπορούν εύκολα να αντιγραφούν από τον ανταγωνισμό) και των θεμελιωδών ικανοτήτων της (που δεν μπορούν να μιμηθούν από τους ανταγωνιστές). Από αυτές τις τελευταίες δυνατότητες δημιουργείται το διατηρήσιμο συγκριτικό πλεονέκτημα, το οποίο και οδηγεί σε στρατηγική ανταγωνιστικότητα.

Έτσι, σε κάθε περίπτωση, η επιχείρηση θα πρέπει γνωρίζοντας καλά το εξωτερικό και εσωτερικό της περιβάλλον, να αξιοποιεί κατάλληλα τους πόρους της, να παρέχει με επαρκή ποιότητα και επάρκεια τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της, να αναπτύσσει συνέχεια τις θεμελιώδεις ικανότητές της, ώστε να επιτυγχάνει συγκριτικό πλεονέκτημα και να κυριαρχεί τελικά στην αγορά.

Αποστολή - Όραμα – Κουλτούρα

Ιδιαίτερα σημαντική για την εσωτερική ανάλυση της επιχείρησης είναι και ο προσδιορισμός ή ανάλογα, ο καθορισμός της επιχειρησιακής αποστολής, το οράμα της επιχείρησης και της κουλτούρας της.

Είδη Στρατηγικής

Υπάρχουν 3 βασικές κατηγορίες επιχειρηματικής στρατηγικής:

- η Στρατηγική Σταθερότητας
- η Στρατηγική Ανάπτυξης

η Στρατηγική Διάσωσης / Αναστροφής

1. Στρατηγική Σταθερότητας

Στρατηγική σταθερότητας σημαίνει ότι η επιχείρηση διαπνέεται από μία φιλοσοφία σταθερότητας και δεν προκαλεί καμία αλλαγή. Οι βασικές της επιλογές εστιάζουν στη βελτίωση της απόδοσης. Οι πόροι της επιχείρησης συγκεντρώνονται στις υπάρχουσες δραστηριότητες, με στόχο την εδραίωση και μεγέθυνση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων.

2. Στρατηγική Ανάπτυξης

Αποτελεί την πιο δημοφιλή και διαδεδομένη στρατηγική επιλογή. Αφορά στην ανάπτυξη των πωλήσεων, των κεφαλαίων, των κερδών ή κάποιο συνδυασμό αυτών. Η λογική που διέπει τις στρατηγικές αυτές είναι ότι οι επιχειρήσεις λειτουργούν σε ένα δυναμικό και εξελισσόμενο περιβάλλον και πρέπει να αναπτυχθούν για να επιβιώσουν.

3. Στρατηγική Διάσωσης / Αναστροφής

Η στρατηγική διάσωσης / αναστροφής συγκεντρώνει την προσπάθεια των επιχειρήσεων που αντιμετωπίζουν προβλήματα και προσπαθούν να αντιστρέψουν τα όποια αρνητικά αποτελέσματα. Ενωίστε, οι επιχειρήσεις επιλέγουν αυτό το είδος της στρατηγικής και προληπτικά.

Συγκριτικό πλεονέκτημα

Συγκριτικό πλεονέκτημα είναι η ικανότητα μιας επιχείρησης να κερδίζει περισσότερο από τον ανταγωνισμό της. Χαρακτηρίζεται, από την δημιουργία ατελούς ανταγωνισμού (υπέρ των κατόχων του), τη διάρκειά του, την προσαρμογή του στο εξωτερικό περιβάλλον και τη επίτευξη μεγάλου περιθωρίου κερδών.

Η ανάπτυξη των επιχειρησιακών πόρων (υλικών και άυλων) ως πηγών συγκριτικού πλεονεκτήματος, θα πρέπει να γίνεται με τα ακόλουθα κριτήρια:

Θα πρέπει να δίνουν αξία στην επιχείρηση και να έχουν τη δυνατότητα να μεγιστοποιούν την επιχειρησιακή αποδοτικότητα.

Θα πρέπει να είναι σπάνιοι, δηλαδή να μη μπορούν να τους επιτύχουν εύκολα άλλες επιχειρήσεις.

Θα πρέπει να είναι αμίμητοι, ή να αντιγράφονται πολύ δύσκολα από τους ανταγωνιστές.

Θα πρέπει να μην μπορούν εύκολα να υποκατασταθούν.

Επίσης, πηγές συγκριτικού πλεονεκτήματος μπορεί να είναι οι διαδικασίες της

επιχείρησης, η τεχνολογία, το πελατολόγιο, οι σχέσεις που υφίστανται (με πελάτες, ανταγωνιστές, προμηθευτές), η άυλη περιουσία, οι ικανότητες των εργαζομένων, η δυνατότητα μάθησης και καινοτομίας, η κουλτούρα κ.ά.

Προσωπικές ικανότητες του μάνατζερ

Βάση της θεωρίας της ανάπτυξης προσωπικών ικανοτήτων είναι προφανώς ότι οι άνθρωποι μπορούν να βελτιώνονται. Στο πλαίσιο αυτό ο μάνατζερ μιας επιχείρησης έχει τη δυνατότητα να εργαστεί συστηματικά στη βελτίωση των πιο χρήσιμων ικανοτήτων για τη διοίκηση των επιχειρήσεων:

- Αποτελεσματική επικοινωνία
- Δημιουργική επίλυση προβλημάτων
- Λήψη αποφάσεων
- Ομαδική εργασία / συνεργασία
- Παρακίνηση και ηγεσία ανθρώπων
- Διαπραγματεύσεις και επιρροή
- Διαχείριση χρόνου / προτεραιότητες
- Διαχείριση αλλαγών

Η βελτίωση στα προσωπικά χαρακτηριστικά των ανθρώπων δεν είναι μία εργασία η οποία μπορεί να γίνει διαμέσου μόνο της θεωρητικής κατάρτισης. Απαιτείται μία συνεχής προσπάθεια τόσο σε θεωρητικό όσο και σε πρακτικό επίπεδο. Έτσι, είναι απαραίτητο να εργαστεί κανείς:

- Για την αναγνώριση των δυνάμεων / δεξιοτήτων του καθώς και των "αδυναμιών" του, σε σχέση με συγκεκριμένες απαιτήσεις της εργασίας του.
- Για την αναγνώριση καταστάσεων και δραστηριοτήτων που θα βοηθήσουν για τη βελτίωση συγκεκριμένων δεξιοτήτων.
- Για τη συγκέντρωση στοιχείων της εργασιακής του απόδοσης και της απόδοσης τρίτων σε συγκεκριμένες καταστάσεις.
- Για τη συνεχή αξιολόγηση της προσπάθειάς του σε σχέση με τα κριτήρια και τους στόχους που έχει καθορίσει.

Εργαλεία βελτίωσης των προσωπικών ικανοτήτων

Καθώς η εργασία για τη βελτίωση των προσωπικών ικανοτήτων δεν είναι κάτι εύκολο, απαιτείται η χρήση συγκεκριμένων εργαλείων που έχουν διακριθεί για την αποτελεσματικότητά τους:

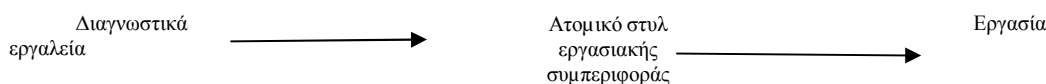
1. Ασκήσεις και επισκόπηση ερωτήσεων που είναι σχεδιασμένες για να συμπληρωθούν ατομικά
2. Ασκήσεις και δραστηριότητες που ανατίθενται σε ομαδικό επίπεδο
3. Ατομική συμβουλευτική από αποδεκτούς μέντορες
4. Ομάδες άσκησης (μέχρι 6 άτομα) που έχουν συμφωνήσει στη σκοπιμότητα συμμετοχής τους.
5. Καταστατικό προσωπικής ανάπτυξης.

Συναισθηματική νοημοσύνη

Συναισθηματική νοημοσύνη είναι η ικανότητα του ανθρώπου, για αυτεπίγνωση, αυτοκυριαρχία και αυτοέλεγχο. Είναι ο βαθμός αντίληψης και κατανόησης των θέσεων των άλλων, της ακρόασης, της συνεργασίας, της επιρροής και της επικοινωνίας. Η συναισθηματική νοημοσύνη αποτελεί το βασικό μέσο βελτίωσης της αποδοτικότητας και ανάπτυξης του σύγχρονου μάνατζερ.

Στην πράξη

Για να βελτιώσει κανείς τις προσωπικές του ικανότητες απαιτείται να κάνει χρήση των κατάλληλων διαγνωστικών εργαλείων, των οποίων τα αποτελέσματα αναδεικνύουν τις όποιες "αδυναμίες" ή δεξιότητες. Στο σημείο αυτό είναι απαραίτητο να επισημανθεί ότι δεν υπάρχουν καλά ή κακά χαρακτηριστικά. Απλώς, μπορεί να ταιριάζουν περισσότερο ή λιγότερο με τις απαιτήσεις μίας εργασίας. Έτσι, γνωρίζοντας τις απαιτήσεις σε ικανότητες αναφορικά με την εργασία του μάνατζερ, μπορεί ο καθένας να διαπιστώσει κατά πόσο τις πληροί και χρησιμοποιώντας τα προαναφερόμενα εργαλεία, να τις βελτιώσει.



Διαγνωστικά εργαλεία

Ενδεικτικά αναφέρονται δύο από τις πλέον δημοφιλείς θεωρίες για την ανθρώπινη προσωπικότητα: Η θεωρία του David Kersey και η θεωρία των Mayers-Briggs. Και οι δύο θεωρίες στηρίζονται στη διαπίστωση ότι οι ανθρώπινες προσωπικότητες διαμορφώνονται από συνδυασμούς συγκεκριμένων χαρακτηριστικών. Τα χαρακτηριστικά αυτά αναγνωρίζονται με ειδικά τεστ, τα αποτελέσματα των οποίων δείχνουν με ακρίβεια τον τύπο όπου ανήκει ο κάθε άνθρωπος. Προέκταση αυτών των διαγνωστικών

τεστ, είναι συγκεκριμένες διαπιστώσεις για τις δυνατότητες των ανθρώπων (στην εργασία, την κοινωνία κλπ.), καθώς και στις προοπτικές εξέλιξής τους.

5.2. «Διεθνοποίηση Επιχειρήσεων»

"Στο σύγχρονο μεταβαλλόμενο επιχειρησιακό περιβάλλον απαιτείται ένας διεθνής προσανατολισμός και μία στρατηγική που να ανταποκρίνεται στον πελάτη, ανταγωνιστική όσον αφορά το κόστος και την ποιότητα, που να παρέχει τη δυνατότητα μάθησης": αυτή ήταν η διαπίστωση του Rowan Gibson το 2003 στο βιβλίο του "Η επιχείρηση του μέλλοντος", περιγράφοντας σύντομα και περιεκτικά το πλαίσιο στρατηγικής των επιχειρήσεων για την επόμενη 10ετία. Σήμερα, η ρήση του είναι περισσότερο από ποτέ επίκαιρη, κυρίως για τις ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες παρουσιάζουν σημαντικές αδυναμίες στη διοικητική τους φιλοσοφία και πρακτική.

Η διεθνοποίηση των επιχειρήσεων αποτελούσε μέχρι το κοντινό παρελθόν μία επιχειρηματική δυνατότητα που αφορούσε λίγες επιχειρήσεις, τις λεγόμενες πολυεθνικές. Σήμερα, αποτελεί ευρέως διαδεδομένη πρακτική, αποτέλεσμα της παγκοσμιοποίησης της οικονομίας στο κλείσιμο του 20ου αιώνα, της συνεχή διαδικασίας δηλαδή, με την οποία οι εθνικές οικονομίες, κοινωνίες και κουλτούρες έχουν ενοποιηθεί μέσω ενός παγκόσμιου δικτύου επικοινωνίας.

Σ' αυτό το περιβάλλον η διεθνοποίηση των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων, αποτελεί πρωτοβουλία βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας τους, αναφερόμενη στην αναλογία των εγχώριων και διεθνών δραστηριοτήτων (πωλήσεων, αγορών, υποχρεώσεων και περιουσιακών στοιχείων) της επιχείρησης.

Κατηγορίες Διεθνοποίησης

Οι επιχειρήσεις που ενεργοποιούνται στο διεθνή επιχειρηματικό χώρο διακρίνονται σε δύο γενικές κατηγορίες:

- Η πρώτη περιλαμβάνει τις επιχειρήσεις που οι δραστηριότητές τους στις διεθνείς αγορές περιορίζονται στις εξαγωγές και εισαγωγές προϊόντων και υπηρεσιών.
- Η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει επιχειρήσεις που, εκτός από την ενασχόλησή τους με εξαγωγές και εισαγωγές, επεκτείνουν και τις παραγωγικές τους δραστηριότητες εκτός των εθνικών συνόρων.

Τα στάδια της διεθνοποίησης Επιχείρησης

1. Νέα – Εξαγωγική Επιχείρηση
2. Εξαγωγική Επιχείρηση
3. Νέο – International Επιχείρηση
4. International Επιχείρηση
5. Multinational - Χωρίς Δ/νση Εξαγωγών
6. Moultnational - Με Δ/νση Εξαγωγών (15% του τζίρου)
7. Multinational – Με Δ/νση Εξαγωγών
8. Multinational – Με θυγατρικά υποκαταστήματα
9. Moultnational – Με παραγωγή στο εξωτερικό

Η σημασία της διεθνοποίησης για τις μικρές επιχειρήσεις

Η πρακτική της διεθνοποίησης των επιχειρήσεων είναι ιδιαίτερα σημαντική στο παγκόσμιο οικονομικό-κοινωνικό περιβάλλον. Επηρεάζουν τις τοπικές οικονομίες με ιδιαίτερες επιπτώσεις στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. Για να μπορέσουν οι μικρές τοπικές επιχειρήσεις να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό των διεθνοποιημένων επιχειρήσεων, θα πρέπει να γνωρίζουν σε ικανοποιητικό βαθμό τον τρόπο λειτουργίας τους, καθώς και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, που συνεπάγεται ο πολυεθνικός χαρακτήρας τους. Έτσι, γνωρίζουν τα σημεία που οι ίδιες μειονεκτούν ή πλεονεκτούν ανταγωνιστικά και κατά συνέπεια μπορούν να διαμορφώσουν κατάλληλες στρατηγικές.

Πλεονεκτήματα των διεθνοποιημένων επιχειρήσεων

Τα πλεονεκτήματα των διεθνοποιημένων επιχειρήσεων - ανάλογα με το βαθμό διεθνοποίησής τους - είναι:

1. Η εκμετάλλευση των οικονομιών κλίμακας
2. Το γνωστό τους όνομα και η φήμη τους
3. Η πρόσβαση σε προηγμένη τεχνολογία και τεχνογνωσία
4. Η πρόσβαση σε μεγάλο όγκο πληροφοριών για νέα προϊόντα, για νέες αγορές και για τις διεθνείς εξελίξεις
5. Η δυνατότητα της απόκτησης παραγωγικών συντελεστών, ενδιάμεσων προϊόντων και πρώτων υλών σε χαμηλότερες τιμές
6. Η διαθεσιμότητα ικανών και έμπειρων διοικητικών στελεχών, καθώς και στελεχών με εκτεταμένη εμπειρία στις διεθνείς αγορές
7. Η δυνατότητα χρηματοδότησης όλων των δραστηριοτήτων τους με σχετικά χαμηλό κόστος
8. Η διαφοροποίηση των επιχειρηματικών κινδύνων.

Μειονεκτήματα των διεθνοποιημένων επιχειρήσεων

Τα μειονεκτήματα των διεθνοποιημένων επιχειρήσεων - ανάλογα με το βαθμό διεθνοποίησής τους είναι:

1. Το διαφορετικό κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον
2. Οι διαφορετικές επιχειρηματικές πρακτικές
3. Οι νέοι επιχειρηματικοί κίνδυνοι
4. Οι διαφορετικές διαδικασίες και κανονισμοί
5. Το διαφορετικό νομικό πλαίσιο.

Λόγοι διεθνοποίησης

Οι λόγοι για τους οποίους οι επιχειρήσεις πρέπει να διεθνοποιούν τις δραστηριότητές τους:

1. Ο κορεσμός της εγχώριας αγοράς
2. Η εντατικοποίηση του ανταγωνισμού στην τοπική αγορά
3. Η μείωση του κόστους παραγωγής
4. Η εκμετάλλευση των πρώτων υλών
5. Η στρατηγική θέση της χώρας και η πρόσβαση σε νέες αγορές
6. Η πρόσβαση σε υψηλή τεχνολογία
7. Το μέγεθος και οι προοπτικές της τοπικής αγοράς
8. Η αποφυγή των εμποδίων και των περιορισμών στις εξαγωγές
9. Η ακολουθία των πελατών της
10. Μία στρατηγική αντεπίθεσης στον ανταγωνισμό
11. Η ακολουθία των ανταγωνιστών της.

Εν κατακλείδι...

Πρέπει να γίνει σωστή επιλογή χωρών βάσει προτεραιοτήτων, που κάθε φορά είναι διαφορετικές αναλόγως των συνθηκών που επικρατούν και των εσωτερικών στόχων των επιχειρήσεων. Μία επιχείρηση επιχειρεί Διεθνοποίηση των δραστηριοτήτων της, όταν ΔΕΝ μπορεί πλέον να επιτύχει τους στρατηγικούς της στόχους λειτουργώντας αποκλειστικώς και μόνο στην εγχώρια αγορά.

5.3. «Δεοντολογία και Ηθική»

Η ηθική στη διοίκηση παίζει ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο σήμερα και μπορεί να θεωρηθεί σαν τον καταλύτη στις δραστηριότητες των επιχειρηματιών και των στελεχών επιχειρήσεων, αναφορικά με την κοινωνική τους ευθύνη. Εάν δεν διέπονται από ηθικές αρχές και μία χρηστή διοικητική δεοντολογία, οι επιχειρήσεις δεν μπορούν να είναι ανταγωνιστικές, ούτε σε εθνικό, ούτε σε παγκόσμιο επίπεδο.

Οι επιχειρήσεις πρέπει να ηθικές γιατί:

Είναι κοινωνική, οικονομική και περιβαλλοντική αναγκαιότητα

Είναι κοινωνική απαίτηση

Είναι νομική απαίτηση

Δημιουργεί ευκαιρίες σε επίπεδο μάρκετινγκ

Έχει θετικές επιπτώσεις στην ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων

Μειώνονται οι πιθανότητες έλευσης κρίσεων

Επιτυγχάνεται εσωτερική ισορροπία στον οργανισμό.

Οι δραστηριότητες των διοικητικών στελεχών θα πρέπει να διέπονται από τους κάτωθι κανόνες / κριτήρια:

1. Το χρυσό κανόνα: να συμπεριφέρονται όπως θα ήθελαν να τους συμπεριφέρονται οι άλλοι.
2. Την κοινωφελή αρχή: ηθική συμπεριφορά θεωρείται αυτή που παρέχει το καλύτερο αποτέλεσμα σε μεγαλύτερο ποσοστό αριθμού ατόμων.
3. Την οικουμενικότητα: από τις αποφάσεις των στελεχών θα πρέπει να απορρέουν δικαιώματα και υποχρεώσεις που να αφορούν κατά το δυνατό όλους.
4. Την επιμεριστική δικαιοσύνη: να μεταχειρίζονται με τον ίδιο τρόπο τους ανθρώπους της επιχείρησης, ασχέτως φύλου, εθνικότητας, ηλικίας ή άλλων χαρακτηριστικών.
5. Την προσωπική ελευθερία: οι αποφάσεις των στελεχών δεν θα πρέπει να προσβάλλουν την ατομική ελευθερία.

Ο κώδικας δεοντολογίας

Ο κώδικας δεοντολογίας σε μία επιχείρηση περιέχει προτάσεις, καθήκοντα και υποχρεώσεις, που καθοδηγούν τα άτομα στη λήψη αποφάσεων. Οι περισσότεροι οργανισμοί έχουν κώδικες δεοντολογίας, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι μέσα σ' αυτούς περιλαμβάνονται όλοι οι ηθικοί κανόνες που επικρατούν σε κάθε επιχείρηση. Οι κώδικες θα πρέπει συχνά να επικαιροποιούνται.

Σε κάθε περίπτωση τα άτομα ενός οργανισμού θα πρέπει να χαρακτηρίζονται από μία βασική σειρά ηθικών αρχών:

1. Να είναι τίμιοι και αξιόπιστοι στις σχέσεις τους
2. Αξιόπιστοι στη διεκπεραίωση των καθηκόντων και των υπευθυνοτήτων τους
3. Συνεπείς, έμπιστοι και σαφείς σ' αυτά που λένε, γράφουν και κάνουν
4. Συνεργάσιμοι και επικοινωνητικοί σ' όλες τις φάσεις της εργασίας και
5. Δίκαιοι στη συνεργασία με υφισταμένους, συναδέλφους και πελάτες.
 - Ενδεικτικές προτάσεις δεοντολογίας μπορεί να είναι:
 - Κάθε άτομο θα πρέπει να θεωρείται ότι αποτελεί μία οντότητα
 - Να υπάρχει σεβασμός στην προσωπικότητα κάθε ατόμου
 - Οι αμοιβές να είναι δίκαιες
 - Οι υπάλληλοι να έχουν τη δυνατότητα να κάνουν προτάσεις
 - Όλα τα άτομα που εργάζονται στην επιχείρηση πρέπει να είναι υπεύθυνα για το περιβάλλον τους
 - Οι αξιολογήσεις και η κριτική των ανθρώπων της επιχείρησης θα πρέπει να ανατίθεται σε συγκεκριμένα στελέχη και με συγκεκριμένες διαδικασίες.

5.4. «Knowledge Management»

Το knowledge management είναι μία νέα διοικητική πρακτική που αφορά τη συστηματική και συλλογική δημιουργία, διάχυση και χρήση της επιχειρηματικής γνώσης, με σκοπό τη ριζική βελτίωση της οργανωτικής αποδοτικότητας, τη βελτίωση της επιχειρηματικής ανταγωνιστικότητας και την ανάπτυξη της καινοτομίας. Είναι η διαδικασία διαμέσου της οποίας οι επιχειρήσεις δημιουργούν αξία από τους πνευματικούς και βασισμένους στη μάθηση πόρους.

Ως ρητή γνώση νοείται η γνώση, η οποία είναι τυποποιημένη και συστηματική, γι' αυτό και μπορεί να εκφραστεί και μοιραστεί στους άλλους. Μπορεί να συμπεριληφθεί σε τεχνικά εγχειρίδια και είναι εύκολο να μεταδοθεί. Π.χ. ο τρόπος που κάνουμε κάποιες εργασίες, οι κανόνες επίλυσης προβλημάτων. Είναι εύκολα επεξεργάσιμη από τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, μεταδίδεται ηλεκτρονικά και αποθηκεύεται σε βάσεις δεδομένων.

Άρρητη είναι η εσωτερική γνώση, η οποία είναι σαφώς προσωπική, είναι δύσκολο να τυποποιηθεί και ως εκ τούτου είναι πολύ δύσκολο να εκφραστεί και να γίνει κατανοητή από τους άλλους Π.χ.ο τρόπος που κολυμπάμε, κάνουμε ποδήλατοή διαπραγματευόμαστε.

Επιπλέον, λόγω της υποκειμενικής και διαισθητικής της φύσης, δεν επιδέχεται επεξεργασία.

Παρά το γεγονός ότι η γνώση όλο και περισσότερο θεωρείται ως ένα αγαθό ή ένα πνευματικό περιουσιακό στοιχείο, διαθέτει ορισμένα παράδοξα χαρακτηριστικά που διαφέρουν ριζικά από εκείνα των άλλων πολύτιμων αγαθών. Τα χαρακτηριστικά αυτά της γνώσης περιλαμβάνουν τα ακόλουθα:

- ο Η χρήση της γνώσης δεν την καταναλώνει.
- ο Η μεταφορά της γνώσης δεν έχει ως αποτέλεσμα την απώλεια της.
- ο Η γνώση είναι άφθονη, αλλά η ικανότητα για την χρήση της είναι ελάχιστη.
- ο Μεγάλο μέρος της πολύτιμης οργανωσιακής γνώσης περπατά έξω από την πόρτα στο τέλος της ημέρας. (Kimiz Dalkir 2005)

Οπότε γίνεται αντιληπτό πως το Knowledge management καθιστώντας τη γνώση κομμάτι της εργασίας όλων των μελών της επιχείρησης, οδηγεί την επιχείρηση σε ένα νέο επίπεδο ποιότητας, δημιουργικότητας και αποτελεσματικότητας, όπου η επιτυχία διατηρήσιμου συγκριτικού πλεονεκτήματος είναι πλέον εφικτή.

Η σύγχρονη πρακτική

Οι σύγχρονες επιχειρήσεις εκτίθενται σε ένα περιβάλλον που επηρεάζεται από τεχνολογικές, πολιτικές και επιστημονικές αλλαγές. Ο ανταγωνισμός σε εθνικό και διεθνές επίπεδο εντείνεται και οι καταναλωτές γίνονται όλο και πιο απαιτητικοί. Σ' αυτό το ταχύτατα μεταβαλλόμενο και έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον, οι επιχειρήσεις καλούνται να αντεπεξέλθουν στις νέες απαιτήσεις που παρουσιάζονται. Οι θεωρητικοί άξονες πάνω στους οποίους θα πρέπει να στηριχθούν για να το πετύχουν, είναι η οργανωσιακή γνώση και μάθηση, που θα δημιουργήσουν τις προϋποθέσεις συνεχούς καινοτομίας και δημιουργίας συγκριτικού πλεονεκτήματος. Και ο ικανότερος οδηγός για να επιτύχουν αυτό το σκοπό, είναι το Μάνατζμεντ της Γνώσης και της Μάθησης (Knowledge Management)

Τα βασικά χαρακτηριστικά του knowledge management προσδιορίζονται ως εξής:

- Παράγει νέα γνώση.
- Δημιουργεί πρόσβαση σε πολύτιμη γνώση από εξωτερικές πηγές.
- Χρησιμοποιεί την προσβάσιμη γνώση στη λήψη αποφάσεων.
- Ενσωματώνει τη γνώση σε διαδικασίες, προϊόντα, ή / και υπηρεσίες.
- Εκφράζει τη γνώση σε έγγραφα, βάσεις δεδομένων και λογισμικό.
- Διευκολύνει στην ανάπτυξη της γνώσης μέσω κουλτούρας και κινήτρων.

- □Μεταφέρει την ήδη υπάρχουσα γνώση σε άλλα μέρη του οργανισμού.
- □Μετράει την αξία των πλεονεκτημάτων της γνώσης ή/και των επιπτώσεων της διαχείρισης γνώσης. (Kimiz Dalkir 2005)

Τα οφέλη του knowledge management

Όπως έχουμε ήδη αναφέρει η διαχείριση της εταιρικής γνώσης αποτελεί τον πιο κρίσιμο παράγοντα στην επιβίωση και ανάπτυξη της επιχείρησης του 21ου αιώνα. Ο Peter Drucker αναφέρει: «Ο βασικός πόρος της οικονομίας δεν είναι πλέον το κεφάλαιο, οι φυσικές πηγές πλούτου και το εργατικό δυναμικό, αλλά η γνώση».

Η διαχείριση της γνώσης, παρέχει οφέλη σε μεμονωμένους εργαζόμενους, στις κοινότητες πρακτικής, καθώς και στην ίδια την οργάνωση. Αυτή η άποψη των τριών επιπέδων, βοηθά να τονιστεί γιατί το knowledge management είναι σημαντικό σήμερα.

Το knowledge management σε ατομικό επίπεδο:

- Δημιουργεί αίσθηση των κοινωνικών δεσμών μέσα στον οργανισμό.
- Βοηθά τους ανθρώπους να μένουν ενημερωμένοι.
- Προσφέρει προκλήσεις και ευκαιρίες για συνεισφορά.
- Το knowledge management σε επίπεδο κοινότητας πρακτικής.
- Αναπτύσσει τις επαγγελματικές δεξιότητες.
- Προωθεί ομότιμη καθοδήγηση.
- Διευκολύνει την πιο αποτελεσματική δικτύωση και συνεργασία.
- Αναπτύσσει ένα κώδικα επαγγελματικής δεοντολογίας που τα μέλη μπορούν να ακολουθήσουν.
- Αναπτύσσει μια κοινή γλώσσα.
- Το knowledge management σε επίπεδο οργανισμού:
- Βοηθά στη στρατηγική.
- Λύνει γρήγορα τα προβλήματα.
- Διαχέει βέλτιστες πρακτικές.
- Βελτιώνει τη γνώση που ενσωματώνεται σε προϊόντα και υπηρεσίες.
- Διασταυρώνει τις ιδέες και αυξάνει τις ευκαιρίες για καινοτομία.
- Επιτρέπει στους οργανισμούς να πάνω από το μέσο όρο του ανταγωνισμού.
- Χτίζει οργανωσιακή μνήμη.

Παράγοντες επιτυχίας

Για την επιτυχή διαχείριση της εταιρικής γνώσης που θα επιφέρει τα μέγιστα

ωφέλιμα αποτελέσματα για την επιχείρηση και τους ανθρώπους της, πρέπει να επισημανθούν κάποιοι κρίσιμοι παράγοντες. Αυτοί οι παράγοντες πρέπει σωρευτικά και όχι μεμονωμένα να αποτελούν καθημερινό στόχο και πεδίο ελέγχου των υπεύθυνων του knowledge management.

1. Πρωταρχικό παράγοντα αποτελεί η δέσμευση της διοίκησης για έμπρακτη υποστήριξη του έργου της διαχείρισης γνώσης.
2. Η συμμετοχή όλων των εργαζόμενων στη διάχυση της γνώσης, την επαναχρησιμοποίηση στοιχείων (κατά περίπτωση) και την καινοτομία, προκειμένου να προσδώσουν οφέλη στην επιχείρηση.
3. Απαιτείται αρκετός χρόνος και προσπάθεια για να εκμεταλλευτούν στο μέγιστο βαθμό οι άυλοι πόροι της επιχείρησης, προκειμένου να προστεθεί αξία, που θα είναι ικανή να προσδιορισθεί και να μετρηθεί.
4. Η συνεχή αναβάθμιση των απαραίτητων εργαλείων και της τεχνολογίας που θα διευκολύνουν την διανομή της γνώσης, αποτελούν ένα επίσης βασικό παράγοντα επιτυχίας.
5. Τέλος, η συστηματική ευθυγράμμιση του knowledge management με την εταιρική κουλτούρα και με το σύστημα αμοιβών των εργαζομένων. Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η ανταμοιβή για την διάδοση της γνώσης είναι κρίσιμος παράγοντας επιτυχίας του έργου της διαχείρισης γνώσης. Αυτή η ανταμοιβή μπορεί να είναι σε επίπεδο αναγνώρισης και ορισμού τιμητικού τίτλου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ, ΤΑ ΕΜΠΟΔΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

6.1 «Προκλήσεις»

Προτού επιχειρηθεί μια προσέγγιση των παραμέτρων της επιχειρηματικότητας, ρίνεται απαραίτητο να αποσαφηνιστεί το περιεχόμενο της ανωτέρω έννοιας.

Γενικότερα αντιπροσωπεύει ένα τρόπο «σκέπτεσθαι» και «λειτουργείν». Αυτό συμβαίνει διότι η δημιουργία νέων αλλά και ύπαρξη μικρομεσαίων επιχειρήσεων συντελούν στη βελτίωση των όρων και μεγεθών απασχόλησης και κατ' επέκταση τη μείωση της ανεργίας. Στα πλαίσια αυτού του ορισμού γίνεται σαφές ότι η έννοια της επιχειρηματικότητας δεν εμπεριέχει μόνο τους επιχειρηματίες αλλά και εκείνους που ακολουθούν αυτά τα βήματα χωρίς να τους ανήκουν οι συντελεστές παραγωγής. Ως επιχειρηματικό σκεπτόμενο άτομο θα μπορούσε, επομένως, να θεωρηθεί και ο

εργαζόμενος σε μια εταιρεία που είχε μια καινοτομική ιδέα όσον αφορά τον τρόπο παραγωγής των προϊόντων.

- Τα κίνητρα ώθησης των ατόμων για την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας ποικίλους ανάλογα με το χαρακτήρα και τις φιλοδοξίες του ατόμου αλλά σε γενικές γραμμές μπορούν να συνοψιστούν στα εξής:

Ανασφάλεια εργασίας

Ανάγκη για ανεξαρτησία

Ανάγκη για επίτευγμα

Επιδίωξη αρχηγικής

Κατάκτηση κύρους

Ανάπτυξη ιδεών-χαράς της δημιουργίας

Να διαπιστώσουν αν μπορούν να τα καταφέρουν μόνοι τους.

Η επιχειρηματική ιδέα ξεκινά από το γεγονός ότι οι καταναλωτές έχουν μια ανάγκη και ότι αυτή είναι δυνατό να ικανοποιηθεί με την παραγωγή και διάθεση ενός συγκεκριμένου προϊόντος ή την παροχή μιας συγκεκριμένης υπηρεσίας που θα καταλήξει σε οικονομικό όφελος. Η επιχειρηματική ιδέα είναι μια υπόθεση ότι μια συγκεκριμένη επιχειρηματική ομάδα έχει την τεχνική και οικονομική δυνατότητα να παράγει ένα αγαθό ή μια υπηρεσία για το οποίο υπάρχει εκδηλωμένη ζήτηση σε ποσότητα και τιμή, τόση ώστε να υπάρχει διαφορά μεταξύ συνολικού κόστους και συνολικής προόδου και έτσι να προκύπτει κέρδος.

Οι πολιτικοί αναφέρονται στην κυβερνητική πολιτική και νομοθεσία που αφορά την παροχή κινήτρων για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας. Στους πολιτικούς παράγοντες εξετάζονται ακόμη τα επίπεδα ανεργίας, η κρατική οικονομική πολιτική και η διάρθρωση του φορολογικού συστήματος. Οι οικονομικοί παράγοντες που επηρεάζουν την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας περιλαμβάνουν τη δάση του οικονομικού κύκλου που βρίσκεται η οικονομία της χώρας, δηλαδή αν βρίσκεται σε φάση οικονομικής κρίσης, ύφεσης, ανάπτυξης ή ευημερίας, τον πληθωρισμό, την νομισματική πολιτική, τα επιτόκια, την πιστωτική πολιτική των τραπεζών. Η καλλιέργεια της επιχειρηματικότητας εξαρτάται επίσης από κοινωνικοπολιτιστικούς παράγοντες. Αυτοί αντιπροσωπεύουν το σύνολο των αξιών, πιστεύω, ιδανικών και άλλων χαρακτηριστικών που διακρίνουν τα μέλη μιας χώρας. Οι αλλαγές στον τρόπο ζωής, η ισότητα των μειονοτήτων, η διεκδίκηση των γυναικών για ίσες ευκαιρίες με τους άντρες, το μορφωτικό επίπεδο του πληθυσμού, καθώς και το εκπαιδευτικό σύστημα επιδρούν στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι τεχνολογικοί παράγοντες τέλος αναφέρονται στις ανακαλύψεις της

επιστήμης, στις μεταβολές της τεχνολογίας, στις τεχνολογικές καινοτομίες, στην τεχνολογική υποδομή και στις δαπάνες για έρευνα και ανάπτυξη. Οι ραγδαίες εξελίξεις της τεχνολογίας είναι δυνατό να δημιουργήσουν ευκαιρίες για καινούριες επιχειρήσεις .

Δύο επιπλέον παράμετροι που πρέπει να διευρυνθούν και που επηρεάζουν άμεσα την επιχειρηματική ανάπτυξη είναι το εξωτερικό και το εσωτερικό επιχειρηματικό περιβάλλον. Το πρώτο καθορίζεται από τέσσερις παράγοντες: οικονομικούς, πολιτικούς, κοινωνικοπολιτιστικούς και τεχνολογικούς. Τα εσωτερικά περιβάλλον αποτελείται από μεταβλητές που υπάρχουν μέσα στον οργανισμό και συνήθως δεν τίθεται κάτω από το βραχυπρόθεσμο έλεγχο της διοίκησης (πρόσθεση πληροφοριών για εσωτερικό περιβάλλον).

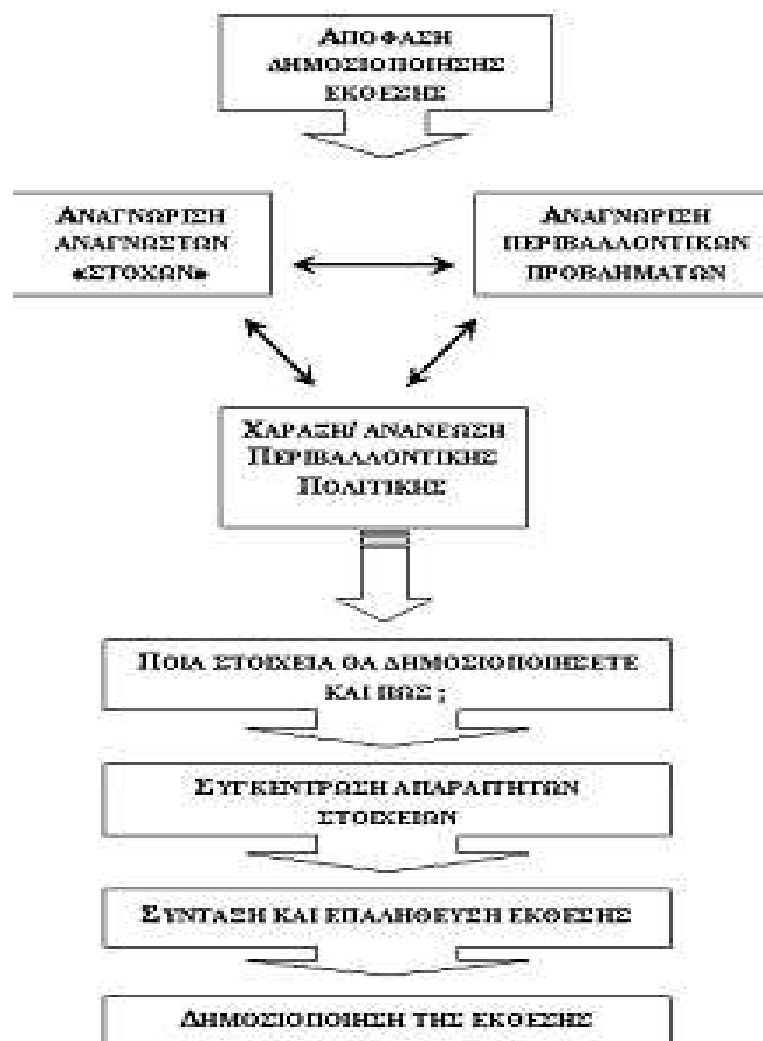
Για να λειτουργήσει σωστά μια επιχείρηση και να επιτύχει πλήρως τους στόχους της απαιτεί ορθό μάνατζμεντ το οποίο αποτελεί διαδικασίες επίτευξης των οργανωσιακών σκοπών μέσω του προγραμματισμού, της οργάνωσης, της διεύθυνσης, της στελέχωσης και του ελέγχου, των ανθρώπινων, φυσικών, πληροφοριακών, χρηματοοικονομικών και λοιπών διαθέσιμων πόρων της επιχείρησης με το πλέον αποδοτικό και αποτελεσματικό τρόπο.

Στρατηγική είναι μια σειρά αποφάσεων και πράξεων που εξισορροπούν τις δυνάμεις και τις αδυναμίες της επιχείρησης με τις ευκαιρίες και τις απειλές του εξωτερικού περιβάλλοντος της.

Στρατηγικός προγραμματισμός είναι η διαδικασία η οποία:

1. Επισημαίνει έγκαιρα τους κινδύνους και τις ευκαιρίες που προέρχονται από το περιβάλλον της επιχείρησης.
2. Εντοπίζει έγκαιρα αδυναμίες και δυνατότητες της επιχείρησης.
3. Προσδιορίζει στόχους και αναπτύσσει εναλλακτικές στρατηγικές, οι οποίες συνεπείς με τους πόρους της.
4. Επιλέγει και αξιολογεί την καλύτερη δυνατή στρατηγική, για την επίτευξη των στόχων της.
5. Προχωρεί στην εφαρμογή και έλεγχο της επιλεχθείσας στρατηγικής για την πραγματοποίηση της αποστολής και στόχων της. Εκτός όμως από τα παραπάνω το επιχειρηματικό σχέδιο (Business Plan) είναι ένα απαραίτητο εργαλείο για κάθε επιχείρηση. Σκοπός του είναι να αναλύσει την υπάρχουσα κατάσταση (αγορά, επιχείρηση) και να καθοδηγήσει τις ενέργειες των στελεχών της επιχείρησης προς συγκεκριμένες κατευθύνσεις και τακτικές. Έτσι το επιχειρηματικό σχέδιο συμβάλλει στις παρακάτω λειτουργίες:

- ο Δομή και οργάνωση της επιχείρησης
 - ο Λήψη αποφάσεων με βάση τους στόχους
 - ο Καταγραφή, ανάλυση και κατανόηση, της αγοράς, των καταναλωτών και του ανταγωνισμού
 - ο Αποτελεί σημείο αναφοράς και δείχνει την επίτευξη ή μη των στόχων
 - ο Στη λήψη δανείου από τις τράπεζες ή σε άλλες παρόμοιες ενέργειες θεωρείται πλέον απαραίτητο να προσκομίζεται και ένα επιχειρηματικό πλάνο
- Για τους παραπάνω λόγους το επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει να είναι σαφές, κατανοητό και ρεαλιστικό.



6.2 «Εμπόδια»

Όσο πλησιάζει κάποιος προς την τελική απόφαση να δημιουργήσει τη δική του επιχείρηση είναι βέβαιο ότι θα βρεθεί αντιμέτωπος με μια σειρά από πρακτικά θέματα, η

επιτυχής αντιμετώπιση των οποίων θα τον απαλλάξει από μελλοντική ταλαιπωρία. Η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας «σκοντάφτει» σε μια σειρά από εμπόδια και προβλήματα που συνοψίζονται στα εξής:

- Διοικητικές δυσκολίες και γραφειοκρατία κατά την έναρξη
- Δυσκολία ανεύρεσης κεφαλαίου
- Προβλήματα χωρικού-περιφερειακού αποκλεισμού
- Είσοδο στην αγορά ισχυρών νέων ανταγωνιστών
- Απώλεια εσόδων από υποκατάστατα
- Δημογραφικές αλλαγές
- Αλλαγή στις προτιμήσεις των καταναλωτών

Οι κίνδυνοι που ενδεχομένως θα κληθεί να αντιμετωπίσει ένας επιχειρηματίας μπορούν να διακριθούν ανάλογα με την προέλευσή τους σε ενδογενείς και εξωγενείς για την επιχείρηση. Ενδογενείς είναι οι κίνδυνοι που απορρέουν από τις διάφορες αποφάσεις του επιχειρηματία και σχετίζονται άμεσα με τη λειτουργία της επιχείρησης. Από την άλλη ως εξωγενείς χαρακτηρίζονται οι κίνδυνοι που δεν εξαρτώνται άμεσα από τις αποφάσεις του επιχειρηματία ούτε από τη λειτουργία της επιχείρησης.

Οι κίνδυνοι ανάλογα με τη φύση τους διακρίνονται σε δυνάμενοι και μη δυνάμενοι να υπολογισθούν. Οι κίνδυνοι, το ύψος των οποίων μπορεί να υπολογιστεί μαθηματικά με τη χρήση πιθανοτήτων μπορούν να αντασφαλιστούν σε διάφορες εταιρείες και το κόστος των ασφαλιστρών να προσμετρηθεί στο κόστος παραγωγής του προϊόντος. Οι κίνδυνοι οι οποίοι δεν μπορούν να προβλεφθούν και να υπολογιστούν είναι αυτοί που κυρίως προέρχονται από την αβεβαιότητα που χαρακτηρίζει και συνοδεύει τη λήψη των επιχειρηματικών αποφάσεων.

Ορισμένες κοινωνικές ομάδες π.χ. γυναίκες, νέοι αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην προσπάθειά τους να ιδρύσουν και να διατηρήσουν επιχειρήσεις. Το σημαντικότερο ίσως εμπόδιο για τη δραστηριότητα των νέων στον επιχειρηματικό στίβο είναι η έλλειψη επιχειρηματικής κουλτούρας-συνείδησης. Το στοιχείο που παρακωλύει ένα νέο από το να δημιουργήσει μία επιχείρηση είναι εκτός των άλλων και οι ευθύνες που ενέχει αυτή η κίνηση, όπως:

1. Οικονομικές ευθύνες για την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών
2. Νομικές ευθύνες που ορίζονται από το κράτος με νόμους στους οποίους το μανάτζμεντ καλείται να υπακούσει
3. Ηθικές ευθύνες που προέρχονται από την υποχρέωση της επιχείρησης να ακολουθεί τις γενικά αποδεκτές πεποιθήσεις σχετικά με τη συμπεριφορά της μέσα

στην κοινωνία.

4. Διακριτικές ευθύνες οι οποίες είναι οι εθελοντικές υποχρεώσεις που αναλαμβάνει μια επιχείρηση.

Ως μειονεκτήματα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, τα οποία αποτελούν ανασταλτικό παράγοντα για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας θεωρούνται τα παρακάτω:

- ο Προμήθειες πρώτων υλών σε μικρές ποσότητες με υψηλό κόστος, όχι απαραίτητως ικανοποιητικής ποσότητας.
- ο Υποαπασχόληση παγίων εγκαταστάσεων
- ο Μικρή παραγωγική ικανότητα και αδυναμία κάλυψης συνήθως μεγάλων παραγγελιών εξωτερικού
- ο Υποτυπώδη εμπορική οργάνωση
- ο Αδυναμία έρευνας και ανάπτυξης
- ο Έλλειψη ειδικευμένων στελεχών και προσωπική απασχόληση του φορέα, με όλα τα θέματα στα οποία μπορεί να δώσει ο ίδιος λύσεις
- ο Χαμηλό επίπεδο στελεχών

Το κυριότερο όμως μειονέκτημα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι η μεγάλη νηπιακή θνησιμότητα. Ο κυριότερος λόγος της τόσο μεγάλης νηπιακής θνησιμότητας είναι η «ευκολία εισόδου» στην αγορά, η οποία όμως δεν εγγυάται και την επιτυχία της. Στα παραπάνω μπορεί να προστεθεί και το γεγονός ότι με την ένταξη της χώρας μας στην Ευρωπαϊκή Ένωση προέκυψαν πολιτισμικής φύσεως παράγοντες που αποθαρρύνουν πολλά άτομα από το να ιδρύσουν μια επιχείρηση.

6.3 «Προοπτικές»

Ζούμε σε μια μεταβατική εποχή, που καθορίζεται από τις τεράστιες τεχνολογικές εξελίξεις, τη διεθνοποίηση των αγορών και της γνώσης και την ευκολότερη επικοινωνία των κατοίκων ολόκληρης της γης σε όλους τους τομείς δραστηριοτήτων τους. Οριοτόπως παγκοσμιοποίηση, συγχωνεύσεις εταιριών, αυξομειώσεις στα μεγέθη των επιχειρήσεων, τεχνολογική πρόοδος, περιγράφουν τις ποικίλες δυνάμεις της αγοράς εργασίας, οι οποίες μεταβάλλουν τους παραδοσιακούς κανόνες που επί χρόνια ρύθμιζαν την επαγγελματική ζωή. Τα νέα μέσα μεταβάλλουν ριζικά τον τρόπο διάδοσης των επιστημονικών γνώσεων και πληροφοριών, επηρεάζοντας και την οργάνωση της εκπαίδευσης, της εργασίας, της παραγωγής και γενικότερα την ανάπτυξη των ανθρωπίνων

πόρων. Η παραγωγή αγαθών, πληροφοριών και υπηρεσιών στηρίζεται ολοένα και περισσότερο στη γνώση και στη διαχείριση τους από τον άνθρωπο.

Σημαντικό γεγονός για να αναπτυχθεί σωστά μια επιχείρηση θεωρείται η διορατική ικανότητα του επιχειρηματία(perspective). Ο επιχειρηματίας πρέπει να είναι προοδευτικός. Δεν πρέπει ποτέ να ικανοποιείται και οφείλει να προσπαθεί συνεχώς να βελτιώσει τα προϊόντα, τις υπηρεσίες και τις εσωτερικές διαδικασίες.

Το κύριο ερώτημα που πρέπει να απασχολήσει έναν επιχειρηματία είναι πως μπορεί να διεκπεραιώσει τη δουλειά του με τέτοιο τρόπο ώστε να γίνει αποδοτικότερη. Έτσι η διαισθητική απάντηση ενός επιχειρηματία σ' αυτή την ερώτηση είναι: «Πρέπει να υπάρχει καλύτερος τρόπος». Όταν μιλάμε για επιχειρηματικότητα, εννοούμε μια προσωπική δέσμευση για συγκεκριμένα επιτεύγματα και οι επιχειρηματίες συχνά φαίνεται ότι είναι γεννημένοι με συναίσθηση του σκοπού τους, δηλαδή να αλλάξουν τον κόσμο, να κάνουν τη διαφορά και να συμβάλλουν και αυτοί στην πρόοδο της κοινωνίας έχοντας την αντίληψη ότι «Όλοι είναι εδώ για κάποιο σκοπό». Η απόφαση για εμπορική εκμετάλλευση μιας ευκαιρίας περιλαμβάνει τη σύγκριση της αξίας αυτής της ευκαιρίας με το κόστος δημιουργίας της.

Η προοπτική επιτυχίας μιας επιχείρησης είναι συνήθως ενσωματωμένη στην πολιτική και στον τρόπο λειτουργίας της, και αυτό θα μπορούσε να θεωρηθεί ως επιχειρηματική στρατηγική. Οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες αναπτύσσουν την κατάλληλη στρατηγική και την εφαρμόζουν σε όλες τους τις δραστηριότητες. Οι συγκεκριμένοι επιχειρηματίες είναι πρωτοπόροι σε όλες τους τις δραστηριότητες όχι μόνο πιστεύουν και επιμένουν στη δημιουργικότητα και στην καινοτομία αλλά παίρνουν πάντοτε υπολογισμένα ρίσκα. Πολλοί μπορούν να διακρίνουν μια ευκαιρία αλλά μόνο οι προικισμένοι επιχειρηματίες θα επενδύσουν σ' αυτήν και με την δουλειά τους θα αλλάξουν το μέλλον τους. Οι αληθινοί επιχειρηματίες είναι παθιασμένοι με ό, τι κάνουν. Η ζωή τους χωρίς αυτό το συναίσθημα είναι απλώς ρουτίνα, η δουλειά γίνεται ανιαρή και το μυαλό αδρανοποιείται. Η επιμονή είναι αρετή μόνο των επιχειρηματιών αλλά και βασικό συστατικό της επιτυχίας τους.

6.4 «Ο ρόλος των ΑΕΙ-ΤΕΙ»

Το κενό που εντοπίζεται στις επιχειρήσεις στους τομείς της έρευνας και της ανάπτυξης, θα μπορούσε να καλυφθεί από τα ΑΕΙ και ΤΕΙ, όπως γίνεται και στις περισσότερες βιομηχανικές χώρες εκτός ίσως από την Ιαπωνία, όπου οι επιχειρήσεις

έχουν μια σχετική αυτονομία στις ερευνητικές τους δραστηριότητες.

Στο σημείο αυτό πρέπει να τονιστεί ο καταλυτικός ρόλος που πρέπει να διαδραματίσουν τα ΑΕΙ-ΤΕΙ στην αντιμετώπιση αυτής της κατάστασης. Μπορούν και πρέπει, εκτός από τον εκπαιδευτικό τους ρόλο, να συνδράμουν ενεργά στην αναπτυξιακή προσπάθεια που έχει ανάγκη η χώρα. Αυτό σημαίνει σπάσιμο της απομόνωσης τους από τις παραγωγικές διαδικασίες και πλαισίωση των επιχειρήσεων, των οργανισμών και των άλλων κοινωνικών φορέων στις προσπάθειες τους για εκσυγχρονισμό και ανάπτυξη.

Αν και υπάρχουν κάποια νομοθετικά πλαίσια που προβλέπουν την εκτέλεση εργασιών από τα ΑΕΙ για λογαριασμό εξωπανεπιστημιακών φορέων, οι διαδικασίες είναι δαιδαλώδεις, γραφειοκρατικές και χρονοβόρες.

Μία επιχείρηση δεν εξυπηρετείται όταν πρέπει να περιμένει τουλάχιστον 6 μήνες για να πάρει ένα πιστοποιητικό ελέγχου από κάποιο πανεπιστημιακό εργαστήριο, ή να της εγκριθεί η διενέργεια κάποιας ερευνητικής εργασίας για λογαριασμό της από κάποιον πανεπιστημιακό τομέα. Η προσέγγιση επιχειρήσεων με ΑΕΙ-ΤΕΙ εκτός από την προαγωγή της καινοτομίας έχει και θετικές επιπτώσεις στην απορρόφηση του επιστημονικού δυναμικού που αποφοιτά κάθε χρόνο. Ειδικότερα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν μεγάλη ανάγκη στελέχωσης τους με επιστημονικό προσωπικό. Υπάρχει όμως δυσπιστία του επιχειρηματία ως προς τις ικανότητες του νέου επιστήμονα, και συγκεκριμένα στο κατά πόσο θα τον βοηθήσει στην αντιμετώπιση των προβλημάτων του. Αν όμως η επιχείρηση ανέθετε μια εργασία για λογαριασμό της σε ένα ΑΕΙ και μέσα από αυτή τη συνεργασία, που δεν προϋποθέτει μακροχρόνια δέσμευση του επιχειρηματία με τον επιστήμονα, αναπτυσσόταν μια σχέση εμπιστοσύνης με την πανεπιστημιακή ομάδα, οι πιθανότητες πρόσληψης μελών της ομάδας από την επιχείρηση θα ήταν μεγαλύτερες. Αυτή η απλή διαδικασία, που είναι αυτονόητη σε άλλες χώρες, στην χώρα μας δεν έχει γίνει ακόμα συνείδηση και πρέπει γρήγορα να ξεκινήσει.

Στο πλαίσιο αυτό βοηθάει πολύ και η θέσπιση της πρακτικής εξάσκησης των φοιτητών των ΤΕΙ σε επιχειρήσεις ή οργανισμούς κατόπιν συμφωνίας μεταξύ του Υπουργείου Παιδείας και των αρμόδιων φορέων. Θα ήταν ευχής έργο να υπάρξει και αντίστοιχη ρύθμιση για τους φοιτητές των ΑΕΙ. Η δημιουργία από τα ΑΕΙ, κατάλληλων φορέων που να μπορούν πιο ευέλικτα να δραστηριοποιηθούν για λογαριασμό των επιχειρήσεων, θα ήταν επίσης ένα θετικό βήμα στην κατεύθυνση αυτή. Κατ' αρχήν λείπει από τα Πανεπιστήμια μας η υπηρεσία εκείνη που μπορεί να ονομαστεί «υπηρεσία δημοσίων σχέσεων», από την οποία ο ενδιαφερόμενος θα έχει τη δυνατότητα να αντλήσει

πληροφορίες για το ποιος τομέας μπορεί να τον εξυπηρετήσει, ποιες διαδικασίες απαιτούνται, πόσο θα κοστίσει η εργασία που ζητάει. Στο εξωτερικό τα γραφεία αυτά λέγονται υπηρεσίες σύνδεσης (liaison) και παρέχουν έντυπα με όλες τις πληροφορίες που χρειάζεται ο κάθε ενδιαφερόμενος. Ακόμα η ίδρυση Ινστιτούτων στα πλαίσια του Πανεπιστημίου που θα εμπλουτίζουν τις διδακτικές δραστηριότητες με ερευνητικές, εντάσσεται στα πλαίσια μιας τέτοιας προσπάθειας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7.

7.1 «Οι επιδράσεις της ΕΥΡΩΠΑΙΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ στις Ελληνικές Μικρομεσαίες επιχειρήσεις (Μ.Μ.Ε.)»

Η Ευρωπαϊκή Ένωση προωθεί τρεις πυλώνες δράσης για μια κοινωνία που θα βασίζεται στην επιχειρηματικότητα:

1^{ος} πυλώνας δράσης: άρση των φραγμών στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων

2^{ος} πυλώνας δράσης: εξισορρόπηση κινδύνων και ανταμοιβών σε επίπεδο επιχειρηματικότητας

3^{ος} πυλώνας δράσης: μια κοινωνία που να προκρίνει την επιχειρηματικότητα.

Οι πολιτικές και το πρόγραμμα της κοινότητας συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό στην ανάπτυξη μια ευρωπαϊκής επιχειρηματικής δυναμικής που προωθεί τη δημιουργία και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων καθώς και την ικανότητα τους να καινοτομούν, να διεισδύουν σε νέες αγορές και να προσαρμόζονται στη νέα οικονομία.

7.1.1 «Η δικτύωση των νέων επιχειρηματιών στην Ευρώπη και τον κόσμο»

Οι επιχειρηματίες οδηγούν την οικονομική ανάπτυξη. Όλες οι χώρες εξαρτώνται από τις φιλοδοξίες και τις ιδέες νέων ανθρώπων που καινοτομούν, ώστε να δημιουργηθούν θέσεις εργασίας και να υπάρξει ευημερία.

Οι γρήγοροι τρόποι επικοινωνίας αλλά και η συνεχής βελτίωση των συγκοινωνιών δημιουργούν τις κατάλληλες προϋποθέσεις για τους επιχειρηματίες, να ξεκινήσουν και να επιτύχουν σε παγκόσμιο επίπεδο. Παρ' όλ' αυτά, οι χώρες πρέπει να κάνουν πολλά περισσότερα από το να επαναπαύονται στις παραπάνω τάσεις. Οι χώρες πρέπει να απελευθερώσουν τη δημιουργικότητα των πολιτών τους, ώστε να αυξηθεί η δημιουργία επιχειρήσεων. Αυτό συνεπάγεται ότι με τη χρήση δοκιμασμένων εργαλείων, όπως

εκστρατείες προβολής των επιχειρήσεων και πρωτοβουλίες επιμόρφωσης, πρέπει να ενθαρρύνουν τους πολίτες να σκέφτονται και να ενεργούν με επιχειρηματικό τρόπο: να αναγνωρίζουν ευκαιρίες και να οργανώνουν τους διαθέσιμους πόρους, να κάνουν τις ιδέες τους πραγματικότητα. Πάνω από όλα, όμως, πρέπει να καλλιεργείται η «παγκόσμια νοοτροπία» μεταξύ των εκκολλαπτόμενων επιχειρηματιών, ώστε να σκέφτονται σε παγκόσμιο επίπεδο, να έχουν παγκόσμιες φιλοδοξίες και να δημιουργούν συνέργειες σε παγκόσμιο επίπεδο.

Στο σημερινό αυξανόμενο ανταγωνιστικό κόσμο, οι κοινωνίες χρειάζονται περισσότερους επιχειρηματίες. Οι επιχειρηματίες καινοτομούν, δημιουργούν θέσεις εργασίας, διευρύνουν την οικονομική ανάπτυξη και ως αποτέλεσμα υποστηρίζουν την ανταγωνιστικότητα της χώρας τους. Οι οικονομίες χρειάζονται ανθρώπους με επιχειρηματικές ικανότητες και εργαζόμενους που καινοτομούν και βοηθούν τις εταιρείες τους να αναπτύσσονται. Επιχειρηματίες αλλά και επιχειρηματικά σκεπτόμενοι πολίτες αναγνωρίζουν ευκαιρίες, αναλαμβάνουν ρίσκα, έχουν ιδέες και κάνουν τις ιδέες τους πραγματικότητα.

Οι επιχειρηματίες στηρίζουν τις ευκαιρίες ανάπτυξης του εμπορίου μεταξύ αναπτυσσόμενων και αναπτυγμένων οικονομιών. Επιπλέον, η ανταλλαγή ιδεών μεταξύ επιχειρηματιών και ανθρώπων που καινοτομούν από όλο τον κόσμο αποτελεί την καλύτερη ελπίδα αντιμετώπισης των παγκόσμιων προκλήσεων, όπως αυτές της φτώχειας και της κλιματικής αλλαγής, δύο προβλήματα τα οποία συνδέουν όλα τα κράτη και οι ευκαιρίες για συνεργασίες είναι μεγάλες.

Για να μπορέσουν όμως οι νέοι επιχειρηματίες να οδηγήσουν την ανάπτυξη και να συμβάλουν ενεργά στην επίλυση των κοινωνικών και περιβαλλοντολογικών θεμάτων, χρειάζονται τα παρακάτω 3 στοιχεία:

1. Εμπνευση:

Οι νέοι επιχειρηματίες είναι δημιουργικοί - παράγουν νέα και καλύτερα προϊόντα και υπηρεσίες, καθώς και νέους τρόπους διοχέτευσης τους στην αγορά. Για να μεγιστοποιήσουν τη δημιουργικότητά τους χρειάζονται τόνωση και επιβράβευση της περιέργειάς τους, μέσα από μια κουλτούρα η οποία προσφέρει ευκαιρίες προς εξερεύνηση. Το περιβάλλον πρέπει να γιορτάζει και να ανταμείβει την ανάληψη ρίσκου.

2. Πόροι:

Όταν αναφερόμαστε στους πόρους, εννοούμε τόσο τους υλικούς όσο και τους άυλους. Το κεφάλαιο εκκίνησης αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους υλικούς πόρους. Εξίσου όμως σημαντικοί πόροι είναι οι συμβουλές σε θέματα τιμολόγησης ή

στρατηγικής προβολής και προώθησης των προϊόντων/υπηρεσιών τους. Οι παραπάνω πόροι μπορούν να προκύψουν μέσω κρατικής υποστήριξης, δικτύωσης των ίδιων των επιχειρηματιών, διάθεσης επιχειρηματικών κεφαλαίων ή συμβουλών από επιχειρηματικούς μέντορες.

3. Αγορές:

Οι επιχειρήσεις πάνω από όλα χρειάζονται αγοραστές των προϊόντων τους. Όμως αυτό από μόνο του δεν είναι αρκετό. Χρειάζονται «διασύνδεση» - δρόμους προώθησης των προϊόντων/υπηρεσιών τους προς τους αγοραστές, που σημαίνει διασύνδεση μεταφορών αλλά και διαδικτυακή. Αποτελεί πλέον πραγματικότητα για τις επιχειρήσεις να ξεκινούν με το όραμα της παγκόσμιας αγοράς και να αναπτύσσονται σε παγκόσμια κλίμακα.

Υπάρχουν λοιπόν πτυχές της παγκοσμιοποίησης οι οποίες υποστηρίζουν τους επιχειρηματίες και ένας από τους καλύτερους τρόπους να αποκτήσουμε πλεονέκτημα για τη δημιουργία πλούτου και κοινωνικού οφέλους, είναι να δώσουμε προτεραιότητα στους νέους, οι οποίοι επηρεάζονται όλο και περισσότερο από το συνεχώς μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον και ειδικότερα:

1. Σκέφτονται επιχειρηματικά και θέλουν να γίνουν το αφεντικό του εαυτού τους
2. Σκέφτονται παγκόσμια
3. Επιθυμούν περισσότερο από τους μεγαλύτερους να ταξιδεύουν και να μένουν αρκετό χρόνο σε διαφορετικές χώρες
4. Χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα μέσω του διαδικτύου

Αν οι νέοι άνθρωποι επιθυμούν να εκπληρώσουν της δυνατότητές τους βασισμένοι μόνο στις παραπάνω τάσεις, τότε αυτό από μόνο του δεν είναι αρκετό.

Οι κυβερνήσεις των χωρών πρέπει να ενθαρρύνουν περισσότερους νέους, ώστε να σκέφτονται επιχειρηματικά. Να μετατρέπουν τους νέους από «στοχαστές» σε νέους της «δράσης» και να υποστηρίζουν τους εκκολλητούς επιχειρηματίες να διευρύνουν τους ορίζοντές τους, ώστε να μπορέσουν να εκμεταλλευτούν τις νέες ευκαιρίες.

Πρόσκληση για δράση

Για να επιτύχουμε σε μια οικονομία την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δυναμικής, χρειάζεται κινητοποίηση από κάθε τμήμα της κοινωνίας.

1. Οι κυβερνήσεις πρέπει να υποστηρίξουν την προβολή της επιχειρηματικότητας ανάμεσα στους νέους. Δεν μπορούν να το κάνουν μόνες τους - γι' αυτό πρέπει να υποστηρίξουν κάθε πρόσωπο ή φορέα που δουλεύει πάνω στο στόχο αυτό.

2. Τα εκπαιδευτικά συστήματα πρέπει να αναπτύξουν και να βελτιώσουν τις δεξιότητες των νέων προς ένα επιχειρηματικό πνεύμα με παγκόσμια νοοτροπία από τη μικρή ηλικία.
3. Οι επιχειρήσεις πρέπει να προσφέρουν ευκαιρίες ανάπτυξης επιχειρηματικών ικανοτήτων των υπαλλήλων τους, δίνοντάς τους την ελευθερία να τις χρησιμοποιήσουν στο χώρο εργασίας τους και σε συνεργασία με την εκπαιδευτική κοινότητα να κάνουν τις ιδέες τους πράξη.
4. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης πρέπει να ενθαρρύνονται προς τον εορτασμό της επιχειρηματικότητας και να πληροφορούν το κοινό τους για την οικονομική αλλά και κοινωνική συνεισφορά των επιχειρηματιών.
5. Τα κοινωνικά δίκτυα πρέπει να παρέχουν τις υποδομές οι οποίες ρίχνουν τα όποια εμπόδια, όπως αυτό της γλώσσας, επιτρέποντας την άμεση δικτύωση και δημιουργία συνεργασιών.
6. Οι επιχειρηματίες πρέπει να ενεργούν ως πρότυπα για τους νέους, με το να μοιράζονται πραγματικές ιστορίες και συμβουλές τους και να ενθαρρύνουν την επόμενη γενιά των επιχειρηματιών.

Μεμονωμένα τα κράτη μπορούν να κάνουν πολλά από τα παραπάνω. Αν όμως δουλέψουν μαζί, τιθασεύοντας τη δύναμη των κοινωνικών δικτύων αλλά και το ενδιαφέρον των νέων για την επιχειρηματικότητα και την παγκοσμιοποίηση, μπορούν να καταφέρουν πολλά περισσότερα. Τα κράτη μεταξύ τους πρέπει να ανταλλάσσουν καλές πρακτικές, να χτίζουν κοινές δράσεις, να δημιουργούν ένα κίνημα, το οποίο θα καταφέρει να απελευθερώσει τις επιχειρηματικές ιδέες των νέων σε παγκόσμιο επίπεδο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

8.1 «Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 2009 – 2010. ΑΝΑΖΗΤΩΝΤΑΣ ΔΙΕΞΟΔΟ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ»

8.1.1 «ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ»

Βασικά Ευρήματα

- Περὶ τα 1,6 εκατ. άτομα αναπτύσσουν επιχειρηματική δράση.
- Περὶ τα 600.000 άτομα βρίσκονται στα αρχικά στάδια επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- Περὶ τα 1,2 εκατ. άτομα σκοπεύουν να εισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο μέσα στα επόμενα τρία χρόνια.
- Περὶ τα 180.000 άτομα διέκοψαν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα μέσα στο 2009.
- Η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας ανήλθε στο 47% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, έναντι 39,5% πέρυσι.
- Η ρηχότητα, η εσωστρέφεια και η μικρή συμβολή στην απασχόληση παραμένουν βασικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.
- Οι Έλληνες επιχειρηματίες κατατάσσονται στις πρώτες θέσεις ανάμεσα στις χώρες του GEM αναφορικά με το επίπεδο αυτοπεποίθησής τους σχετικά με τις γνώσεις, τα προσόντα και την απαιτούμενη εμπειρία για την έναρξη μιας επιχειρήσεως.
- Ταυτόχρονα βρίσκονται στις πρώτες θέσεις της παγκόσμιας κατάταξης αναφορικά με το φόβο της αποτυχίας.

Όπως προκύπτει από την έκθεση του IOBE, σημαντικό κομμάτι του πληθυσμού, υπό την πίεση της οικονομικής κρίσης, αναζητά διέξοδο στην επιχειρηματική δράση. Περίπου το 17% του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών -δηλαδή 1,2 εκατ. άτομα- δήλωσαν ότι σκοπεύουν να εισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο την επόμενη τριετία, που αποτελεί το υψηλότερο ποσοστό της τελευταίας πενταετίας. Τούτο μπορεί να αποδοθεί στις δυσμενείς εξελίξεις στην εγχώρια αγορά εργασίας: τα άτομα ωθούνται στην επιχειρηματικότητα είτε λόγω πίεσης από πραγματική απώλεια θέσης εργασίας, είτε λόγω φόβου για ενδεχόμενη απώλεια της βραχυπρόθεσμα ή ακόμα λόγω της δυσαρέσκειας από την υπάρχουσα απασχόληση. Από την έκθεση του IOBE προκύπτει ότι περισσότερα

από 1,6 εκατ. άτομα αναπτύσσουν σήμερα επιχειρηματική δραστηριότητα στη χώρα μας, ενώ επιπλέον 1,2 εκατ. άτομα σχεδιάζουν να αναπτύξουν επιχειρηματική δράση εντός της επόμενης τριετίας. Το 2009, ο βασικός δείκτης της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα

μειώνεται ελαφρώς, αν και η επίδοση αυτή αποτελεί τη δεύτερη υψηλότερη της τελευταίας πενταετίας. Αναλυτικά, το 8,8% (έναντι 9,9% το 2008) του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών -δηλαδή περίπου 610.000 άτομα δήλωσαν ότι βρίσκονται στα αρχικά στάδια έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας, συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης. Η πτώση οφείλεται κυρίως σε περιορισμό των επίδοξων επιχειρηματιών, καθώς οι νέοι επιχειρηματίες διατηρούνται στα ίδια με τα περυσινά επίπεδα. Από την άλλη πλευρά, οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες, δηλαδή οι επιχειρηματίες που είναι ιδιοκτήτες ή συνιδιοκτήτες μιας επιχείρησης που λειτουργεί τουλάχιστον 3,5 χρόνια, αυξάνονται το 2009, με το σχετικό ποσοστό να φτάνει στο υψηλότερο σημείο της πενταετίας (15,1%). Έτσι, η συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα αφορά στο 23,6% του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, ποσοστό σχεδόν διπλάσιο από τις αντίστοιχες επιδόσεις των χωρών που βασίζονται στην καινοτομία, στις οποίες συγκαταλέγεται η Ελλάδα, αλλά και από το μέσο όρο του συνόλου των χωρών του GEM. Όσον αφορά στους επιχειρηματίες που διέκοψαν τη δραστηριότητά τους κατά το 2009, αυξάνονται μόλις οριακά συγκριτικά με το 2008 (2,6% έναντι 2,3%). Έτσι, περίπου 180.000 άτομα δηλώνουν πως διέκοψαν τη λειτουργία ή έκλεισαν μια επιχείρηση που κατείχαν ή συμμετείχαν στη διοίκηση. Ως κύρια αιτία (45,7%) για την αναστολή προκρίνεται η έλλειψη επαρκούς κερδοφορίας.

Βασικά χαρακτηριστικά της Επιχειρηματικότητας Αρχικών Σταδίων στην Ελλάδα. Η ρηχότητα, η εσωστρέφεια και η μικρή συμβολή στην απασχόληση παραμένουν βασικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Το 2009, ένας στους τέσσερις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων δηλώνει ως βασικό κίνητρο την ανάγκη, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό την προηγούμενη χρονιά ήταν 33,4%. Η ανάγκη φαίνεται να κινητοποιεί τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων στην Ελλάδα σε εντονότερο βαθμό από ό,τι στις υπόλοιπες χώρες καινοτομίας, όπου ο μέσος όρος δεν ξεπερνά το 17%. Επιπλέον, θα πρέπει να σημειωθεί πως περίπου το 27% των εγχώριων επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (ποσοστό ελαφρώς ενισχυμένο από πέρυσι) δηλώνει ως κίνητρο το συνδυασμό ανάγκης και ευκαιρίας, γεγονός που υποδηλώνει πως, αν συνυπολογιστεί και αυτή η «συγκεκρικαλυμμένη» επιχειρηματικότητα ανάγκης, η πραγματική επιχειρηματικότητα

αυτού του τύπου είναι τελικά αρκετά υψηλότερη.

Όσον αφορά στην επιχειρηματικότητα ευκαιρίας, ο σχετικός δείκτης διευρύνεται και προσεγγίζει το 47% (39,5% πέρυσι) των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων. Κινητήριοις μοχλός της επιλογής αυτής αποτελεί σταθερά τα τελευταία χρόνια η αύξηση του εισοδήματος (26,8%), με την επιθυμία για μεγαλύτερη εργασιακή ανεξαρτησία να διέπει το 20% αυτών των επιχειρηματιών (14,5% το 2008). Το 2009, το 42% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που εντόπισε η έρευνα του GEM δεν απασχολεί κάποιο άλλο άτομο (46,1% το 2008), δηλαδή τα εγχειρήματα αυτά δεν προσφέρουν θέσεις εργασίας πέρα από αυτή του/των μοναδικού(ων) ιδιοκτήτη(των). Το υπόλοιπο ποσοστό δηλώνει προφανώς ότι απασχολεί τουλάχιστον ένα άτομο ακόμα, με το 43% να προσφέρει εργασία κατά την ίδρυσή του το πολύ σε 5 άτομα.

Αποθαρρυντικά είναι τα αποτελέσματα της έρευνας αναφορικά με το βαθμό καινοτομίας προϊόντος: το ποσοστό των επιχειρηματιών που θεωρεί ότι τα προϊόντα/οι υπηρεσίες που (θα) προσφέρει είναι εντελώς νέα/ες για όλους τους πελάτες στους οποίους (θα) απευθύνονται υποχωρεί στο 13,1% και είναι χαμηλότερο του μέσου όρου των χωρών καινοτομίας (16,7%) αλλά και του συνολικού μέσου όρου των χωρών του GEM (17,2%).

Ταυτόχρονα, σχεδόν οι μισοί επιχειρηματίες αρχικών σταδίων παραδέχονται πως τα προϊόντα τους δεν παρουσιάζουν καμία πρωτοτυπία, όπως πάντως συμβαίνει και στην υπόλοιπη Ευρώπη. Ο εξαγωγικός προσανατολισμός φαίνεται να ενισχύεται ελαφρώς σε σχέση με πέρυσι.

Παρ' όλο που δύο στις πέντε επιχειρήσεις συνεχίζουν να συναλλάσσονται μόνο με εγχώριους πελάτες, ένα 6,6% έχει ισχυρή εξαγωγική δραστηριότητα, με τουλάχιστον τα $\frac{3}{4}$ των πελατών να βρίσκονται εκτός συνόρων. Εξαιρετικά ενδιαφέρον είναι το γεγονός ότι, παρά το διαχρονικά έντονα λιανεμπορικό χαρακτήρα της μέσης ελληνικής επιχείρησης, η μεταποίηση τονώνεται το 2009. Ταυτόχρονα, τα $\frac{3}{4}$ των επιχειρήσεων με εξαιρετικά έντονο εξαγωγικό προσανατολισμό (τουλάχιστον το 75% των πελατών εκτός χώρας) δραστηριοποιούνται στο δευτερογενή τομέα. Φτωχές είναι οι επιδόσεις των νέων εγχειρημάτων σε όρους τεχνολογίας. Μόνο μία στις τρεις δηλώνει πως χρησιμοποιεί σχετικά νέες τεχνολογίες, με την έννοια ότι έχουν εμφανιστεί τα τελευταία 1-5 χρόνια στην αγορά. Πρώτοι σε αυτοπεποίθηση αλλά και φόβο αποτυχίας.

Όπως κάθε χρονιά, οι Έλληνες κατατάσσονται στις πρώτες θέσεις ανάμεσα στις χώρες του GEM αναφορικά με το επίπεδο αυτοπεποίθησής τους σχετικά με τις

γνώσεις, τα προσόντα και την απαιτούμενη εμπειρία για την έναρξη μιας επιχείρησης. Η επίδοση του 2009 (58%) είναι η δεύτερη υψηλότερη ανάμεσα στο σύνολο των χωρών του GEM. Ακόμα μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση εμφανίζουν οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, μιας και σχεδόν το 90% αυτών δηλώνει ότι διαθέτει τις γνώσεις για να ξεκινήσει μια επιχείρηση.

Όμως παρά την υπερβολική τους αυτοπεποίθηση, οι Έλληνες βρίσκονται ταυτόχρονα στις πρώτες θέσεις της παγκόσμιας κατάταξης και αναφορικά με το φόβο της αποτυχίας (45% του πληθυσμού). Το επίπεδο εκπαίδευσης έχει αποδειχθεί πως λειτουργεί αντιστρόφως ανάλογα της εμφάνισης φόβου για την αποτυχία. Έτσι, το υψηλότερο ποσοστό των Ελλήνων επιχειρηματιών που δέχονται πως ο φόβος για πιθανή αποτυχία του νέου εγχειρήματος έχει σημαντικές επιπτώσεις στις επιχειρηματικές τους αποφάσεις έχουν ολοκληρώσει μερικώς τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση, ενώ μικρότερος είναι αυτός ο φόβος στους κατόχους πανεπιστημιακού διπλώματος.

«Οι περίοδοι κρίσης κρύβουν πραγματικές ευκαιρίες»

Η σημερινή κρίση στην οικονομία έχει προβληματίσει την παγκόσμια επιχειρηματική κοινότητα και όλοι μιλούν για μια τεράστια υποχώρηση στις επιχειρηματικές επενδύσεις. Κι όμως, όσοι διαισθάνονται την πραγματικότητα πίσω από τις κραυγές των μέσων μαζικής ενημέρωσης και τις σκοπιμότητες των οίκων αξιολόγησης, γνωρίζουν ότι οι περίοδοι κρίσης και κατάρρευσης του πλαστικού, εικονικού χρήματος είναι περίοδοι πραγματικών ευκαιριών για επενδύσεις σε επιχειρήσεις που αποφέρουν πραγματικό, ρευστό χρήμα. Και τέτοιες επιχειρήσεις είναι αυτές που στήνουν σήμερα -εν μέσω της κρίσης- οι νέοι επιχειρηματίες. Και μόνο για το γεγονός αυτό και μόνο για το ότι μετατρέπουν τη μιζέρια σε ανταγωνιστικότητα, αξίζουν της καλύτερης μεταχείρισης τόσο από το κράτος όσο κι από την κοινωνία.

«Κοινωνική Επιχειρηματικότητα»

Το 2009, η έρευνα του GEM εξέτασε για πρώτη φορά την έννοια της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα αφορά στα άτομα ή τους οργανισμούς που επικεντρώνονται σε επιχειρηματικές δραστηριότητες με κοινωνικούς ή περιβαλλοντικούς στόχους, όπως για παράδειγμα η ανακούφιση μειονεκτικών ομάδων, η ανακύκλωση, η λειτουργία πολιτιστικών χώρων, η παροχή υπηρεσιών φροντίδας κατ' οίκον σε ηλικιωμένους και αρρώστους κτλ. Σύμφωνα με την έρευνα, οι νεότεροι είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένοι σε θέματα που άπτονται κοινωνικού ενδιαφέροντος, ενώ το μορφωτικό επίπεδο των εμπλεκόμενων φαίνεται να συνδέεται θετικά με την

πιθανότητα έναρξης μιας τέτοιας επιχείρησης.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, το επίπεδο εμφάνισης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στις χώρες του GEM είναι 1,8%, με το ποσοστό της Ελλάδας να φτάνει το 1,9% του πληθυσμού, όσο δηλαδή κατά μέσο όρο και στις χώρες που βασίζονται στην καινοτομία.

Οι εγχώριες επιχειρήσεις με κοινωνικό ή περιβαλλοντικό χαρακτήρα διαφέρουν ως προς το προσωπικό που απασχολούν. Η δυναμική της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα γίνεται προφανής και από τις προβλέψεις αναφορικά με τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης κατά την επόμενη πενταετία, καθώς πάνω από το 50% των κοινωνικών επιχειρηματιών θεωρεί πως η επιχείρηση θα δημιουργήσει τουλάχιστον 20 νέες θέσεις εργασίας στο διάστημα αυτό.

Μέσα από την έρευνα του GEM εξετάστηκε και ο βαθμός καινοτομικότητας των κοινωνικών επιχειρήσεων. Φαίνεται, λοιπόν, πως σχεδόν μία στις τρεις κοινωνικές επιχειρήσεις θεωρεί πως εισάγει ένα νέο προϊόν στη δεδομένη αγορά, ενώ ισάριθμο ποσοστό αναγνωρίζει ως καινοτόμο τον τρόπο παραγωγής που λαμβάνει χώρα στα πλαίσιά της. Ταυτόχρονα, το 48% των κοινωνικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα θεωρεί πως δρα σε μια εξειδικευμένη αγορά ή/και στοχεύει σε συγκεκριμένη ομάδα πελατών (niche market/customers). Οι επιπτώσεις της κρίσης στην επιχειρηματικότητα. Η φετινή έρευνα του GEM έχει συμπεριλάβει ερωτήματα που σχετίζονται με την οικονομική κρίση και εξετάζουν ακριβώς αυτές τις αντιδράσεις των επιχειρηματιών σε κάθε χώρα.

Γενικότερα, οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες εμφανίζονται περισσότερο απαισιόδοξοι από ότι οι νέοι, γεγονός που μπορεί να αποδοθεί στη μεγαλύτερη εμπειρία, την τριβή με τα καθημερινά προβλήματα και τη βαθύτερη αντίληψη των απαιτήσεων για τη λειτουργία μιας επιχείρησης από τους πρώτους. Σε ό,τι αφορά στην ίδρυση μιας νέας επιχείρησης, τρεις στους τέσσερις καθιερωμένους Έλληνες επιχειρηματίες κρίνουν πως το 2009 κάτι τέτοιο ήταν σχετικά δυσκολότερο συγκριτικά με το 2008, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων αγγίζει οριακά το 70%.

Ενδιαφέρον έχει το γεγονός ότι περίπου ένας/μία στους δέκα επιχειρηματίες (καθιερωμένοι και αρχικών σταδίων) δηλώνει πως αντιμετώπισε πολύ λιγότερες δυσκολίες κατά τη φετινή χρονιά στην προσπάθειά του/της να ιδρύσει μια επιχείρηση.

Η διατήρηση/ανάπτυξη των ήδη υφιστάμενων επιχειρήσεων φαίνεται να ήταν δυσκολότερη για τους καθιερωμένους επιχειρηματίες στην Ελλάδα. Ταυτόχρονα, μόλις το 13% των καθιερωμένων και το 17,5% των νέων και επίδοξων επιχειρηματιών

αναγνωρίζουν ευκαιρίες ανάπτυξης μιας επιχείρησης εν μέσω της επικρατούσας κρίσης.

Όσον αφορά στις επιπτώσεις της κρίσης στους επιμέρους κλάδους της ελληνικής οικονομίας, προκύπτει ότι όλοι οι τομείς δραστηριότητας φαίνεται να έχουν πληγεί, με τις επιχειρήσεις του πρωτογενούς τομέα σε μεγαλύτερο βαθμό βάσει των αποτελεσμάτων. Και η μεταποίηση φαίνεται να έχει επηρεαστεί αρνητικά, καθώς η συντριπτική πλειοψηφία των μεταποιητικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων δηλώνει συρρίκνωση των ευκαιριών.

Πάντως, υπάρχει και ένα 7% επιχειρηματιών από το χώρο της μεταποίησης που δηλώνει ότι οι ευκαιρίες αυξήθηκαν. Παρόμοια, αν και κατά τι λιγότερο αρνητική, είναι η εικόνα στις επιχειρήσεις που έχουν ως τελικό πελάτη τον καταναλωτή, παρ' όλο που και εδώ υπάρχει ένα μικρό ποσοστό που θεωρεί ότι η κρίση δημιούργησε ευκαιρίες.

Επίλογος

Η πραγματοποίηση των επιχειρηματικών φιλοδοξιών και στόχων των ατόμων ήταν, είναι και θα είναι αναπόσπαστο τμήμα της ελληνικής και παγκόσμιας κοινωνικής δομής. Τις δύο τελευταίες δεκαετίες το παγκόσμιο σκηικό έχει αλλάξει σε τέτοιο βαθμό που σε τίποτα δε θυμίζει τις δεκαετίες στις αρχές και στα μέσα του αιώνα μας. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν το μοναδικό καταφύγιο για τον επιχειρηματία, σε μια αγορά που συνεχώς διογκώνεται και δείχνει να μην συμπαθεί τους νέους με τις ανεξάρτητες πρωτοβουλίες τους για την επιχειρηματικότητα.

Απ' την άλλη πλευρά έχει επιστρατευθεί κάθε δυνατό μέσο με στόχο την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας όχι για να δώσουν την ευκαιρία στο άτομο να δράσει ανεξάρτητα από τα πολυεθνικά συμφέροντα αλλά γιατί οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις ευνοούν την οικονομία. Έτσι ο σύγχρονος επιχειρηματίας μπορεί να κλιθεί να αντιμετωπίσει πολλές δυσκολίες, όμως η Ευρωπαϊκή Ένωση και οι διάφοροι εγχώριοι οργανισμοί που φιλοδοξούν να δώσουν μια συστατική ώθηση στις νεανικές επιχειρήσεις της χώρας τους, του παρέχουν πολλά κίνητρα.

ΜΕΡΟΣ 2

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η πράσινη ανάπτυξη αποτελεί ίσως τον μόνο τρόπο διαφυγής μας από την οικονομική, κοινωνική και πολιτική κρίση που βιώνει η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια. Η ύπαιθρος διαρκώς μειώνεται σε αξία και ποιότητα. Τα σπάνια ελληνικά οικοσυστήματα καταστρέφονται μέρα με τη μέρα από την ανθρώπινη παρέμβαση. Κάθε χρόνο καίγονται κατά μέσο όρο 400.000-500.000 στρέμματα δασών και δασικών εκτάσεων στην χώρα μας. Τα τελευταία χρόνια εντείνεται η τάση συγκέντρωσης της παραγωγικής βάσης της χώρας στην Αττική με εμφανείς πλέον επιπτώσεις τόσο στην ανταγωνιστικότητα της οικονομίας όσο και στην κοινωνική και χωρική συνοχή. Στην μελέτη αυτή αναλύονται μέθοδοι εφαρμογής πράσινης ανάπτυξης στις ελληνικές επιχειρήσεις και μελετώνται επιχειρηματικές μέθοδοι πράσινης ανάπτυξης για επιχειρήσεις και οργανισμούς. Τέλος μελετώνται οι διαφορές μεταξύ πράσινης επιχειρηματικότητας και οικονομικής ανάπτυξης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται αναφορά στην πράσινη επιχειρηματικότητα και στην κατάσταση που επικρατεί σήμερα στην Ελλάδα. Γνωστοποιούνται οι κατηγορίες των «πράσινων» επιχειρηματιών και τρόποι που μπορούν να οδηγήσουν τις ελληνικές επιχειρήσεις προς την πράσινη ανάπτυξη. Επισημαίνονται και αναλύονται μέθοδοι που μπορούν να ενισχύσουν την ελληνική οικονομία και ταυτόχρονα να προστατεύσουν το περιβάλλον. Στο δεύτερο κεφάλαιο περιγράφονται οι τομείς στους οποίους είναι δυνατό να εφαρμοστεί η πράσινη επιχειρηματικότητα, κυρίως μέσω των Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας. Τέλος, στο τρίτο κεφάλαιο αναλύεται παράδειγμα από το οποίο προκύπτει ότι πράσινη επιχειρηματικότητα και οικονομική ανάπτυξη μπορούν να συνυπάρξουν.

1.1 Περί πράσινης επιχειρηματικότητας

Σύμφωνα με τον Βασίλη Τακτικό (2009) η πράσινη επιχειρηματικότητα αναγνωρίζεται σήμερα σε παγκόσμιο επίπεδο ως η βασική προϋπόθεση για την αειφορία και βιώσιμη ανάπτυξη, μπροστά στην απειλή της οικολογικής κατάρρευσης του πλανήτη από τις ρυπογόνους δραστηριότητες του ανθρώπου και το φαινόμενο του θερμοκηπίου. Θεωρείται μάλιστα ως η μόνη λύση ριζικής αντιμετώπισης της ατμοσφαιρικής ρύπανσης που λειτουργεί στο επίπεδο της πρόληψης πριν είναι αργά για την "θεραπεία". Είναι το κλειδί για το μέλλον της οικονομίας, καθώς συνδυάζει το τερπνόν της οικοπροστασίας μετά του ωφελίμου της οικονομίας και της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας. Σύμμαχος για την πράσινη επιχειρηματικότητα είναι η νέα υψηλή πράσινη τεχνολογία που εισδύει σε όλους τους τομείς της ενέργειας, παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών και κάνει εφικτή την μετάβαση σε μια νέα οικονομία φιλική για το περιβάλλον. Συνδέεται άμεσα με την πράσινη ζήτηση σε υγιεινά και ωφέλιμα προϊόντα και υπηρεσίες. Με την ανάπτυξη των Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας και την οικοδιαχείριση του νερού. Τα βιοκλιματικά κτίρια και την εξοικονόμηση της ενέργειας, με την πολιτική για τις πράσινες πόλεις και την ανακύκλωση με την οικοπροστασία των δασών και της θάλασσας. Με την αξίωση για καθαρό περιβάλλον και υγεία. Το κέρδος έτσι, είναι διπλό. Από την μία πλευρά έχουμε ενεργητική προωθητική διαδικασία για την προστασία του περιβάλλοντος και από την άλλη πράσινη ανάπτυξη που εξασφαλίζει την βιωσιμότητα των οικοσυστημάτων.

1.2 Ιστορία της πράσινης επιχειρηματικότητας

Από προηγούμενη έρευνα (Ιωάννης Ζήσης 2003, Ε.Ν. Σταματίου, nd), αναδυόμενη νέα εναλλακτική μορφή οικονομικής δραστηριότητας, η πράσινη επιχειρηματικότητα, βασίζεται καταρχήν σε ουσιαστικές ανάγκες της κοινωνίας σχετικές με την ποιότητα ζωής και του περιβάλλοντος. Δεν είναι όμως νέο ιδεολόγημα ή πρακτική, καθώς υπήρχε ήδη στους πρώτους πολιτισμούς (α' φάση, προϊστορική, εποχή αρμονίας με τη φύση) που συνδέονταν στενά με τη φύση και λειτουργούσαν αειφορικά και συνεργατικά με αυτήν στα όρια της μικροκοινωνίας ή σε μεγαλύτερες κλίμακες (πχ. στο δάσος, σε παραθαλάσσιους τόπους, κλπ.). Από την άλλη πλευρά, η νοοτροπία κατάκτησης της φύσης -συνήθως εξαίρεση στον κανόνα- συνδεόταν με την υπέρβαση του ορίου της αναπτυξιακής χρήσης του εδάφους. Η β' φάση, η ιστορική, ξεκινάει με τις πρωτοβουλίες και δράσεις προστασίας της φύσης και της βιοποικιλότητας, μετά την

εμφάνιση περιβαλλοντικών προβλημάτων. Αυτές εκφράστηκαν με τις μέσω διαταγμάτων συστηματικές προσπάθειες προστασίας της πανίδας, και σεβασμό στη φύση με την προσαρμογή του χρόνου της συγκομιδής στις απαιτούμενες συνθήκες για την προστασία της τοπικής βιοποικιλότητας, ενώ εστιάστηκε στη σχέση ανθρώπου- κοινωνίας-φύσης. Συνεχίστηκε με την προβολή της προβληματικής για την οικολογική αρμονία και την περιβαλλοντική διαχείριση των πόλεων. Εδώ εντάσσονται οι ρυθμίσεις και πολιτικές ρύθμισης ύδρευσης, άρδευσης (Μεσοποταμία), αποχέτευσης (αρχαία Ρώμη) με την κατασκευή αντίστοιχων έργων, διαχείρισης των λυμάτων και των απορριμμάτων, αλλά και αργότερα από το Μεσαίωνα και μετά, των προβλημάτων ρύπανσης στις πόλεις, που εντάθηκαν λόγω και της πυκνοκατοίκησης αυτών. Παράλληλα, αναπτύχθηκαν οι πρώτες περιβαλλοντικές αρχές που συνδέονταν α) με την αξίωση για ποιότητα ζωής και β) με την εξέλιξη της οικονομικής δραστηριότητας σε πρότυπο επιχειρηματικότητας, με ελαχιστοποίηση της εκμετάλλευσης της φύσης. Στη γ' φάση παρουσιάστηκαν τα πρώτα θεσμικά πλαίσια πράσινης επιχειρηματικότητας και οικονομικής πολιτικής για το περιβάλλον. Με εκκίνηση το 19ο αι. και ουσιαστική ενεργοποίηση στον 20ο στις ΗΠΑ και την Ευρώπη (Τερκενλή, 1996) εκφράστηκε κυρίως με τη θέσπιση προστατευόμενων περιοχών (Fontainebleau στη Γαλλία, ίδρυση στις ΗΠΑ των πρώτων εθνικών δρυμών, στο Yosemite της California το 1864 και στο Yellowstone του Wyoming το 1872). Η επιστημονική και πολιτική ευαισθητοποίηση που ακολούθησε δυναμικά, μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, ταυτίστηκε με τις πρώτες διατυπώσεις συνδυασμού οικολογικών επιστημονικών θεωριών με τις σύγχρονες οικονομικές θεωρίες (Σταματίου, 1997) . Στην δ' φάση ανήκουν χρονικά σοβαρότατα περιβαλλοντικά ζητήματα που οδήγησαν σε Διεθνείς Διασκέψεις και στις πολιτικές της Ε.Ε., οι οποίες αποτελούν, πλέον, το πλαίσιο θεσμοθέτησης και λειτουργίας για την πράσινη επιχειρηματικότητα (Μελέτες Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων, περιβαλλοντικές πιστοποιήσεις ISO 14000, ΕΜΑΣ, οικολογικά σήματα (eco-labels) σε όλους τους τομείς υπηρεσιών και προϊόντων). Παράλληλα, η περιβαλλοντική ζωνοποίηση οικονομικών δραστηριοτήτων (η καθιέρωση του δικτύου οικοτόπων Natura κατόπιν 92/43 Οδηγίας της ΕΕ, υδροβιότοποι Ramsar μέσω της ομώνυμης Συνθήκης 1971, κλπ.) και τομεακές πολιτικές για το περιβάλλον (Φλογαϊτη, 1998), καθώς και η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και οι πολιτικές για τις ιδιωτικές οικονομικές δραστηριότητες διαμόρφωσαν ευνοϊκό πλαίσιο υποδοχής της πράσινης επιχειρηματικότητας. Στην Ελλάδα, η νομοθετική διαδικασία για την προστασία του περιβάλλοντος ξεκίνησε με τη θεσμοθέτηση των Εθνικών Δρυμών του Ολύμπου και του Παρνασσού το 1938, ενώ το

άρθρο 24 (σήμερα τροποποιημένο) του Συντάγματος του 1975, καθόρισε τη διαμόρφωση της περαιτέρω ευνοϊκής (έστω και νομοθετικά, καταρχήν) κατεύθυνσης της Πολιτείας στην περιβαλλοντική προστασία και διαχείριση (Αραβαντινός, 1997). Η οικεία νομοθεσία με το Ν.1650/1986 περί προστασίας περιβάλλοντος (που προβλέπει κατηγορίες προστατευόμενων περιοχών), το Ν. 2742/1999 για το χωροταξικό σχεδιασμό και την αειφόρο ανάπτυξη, η ΚΥΑ 3044/02 που επισπεύδει τη δημιουργία των φορέων διαχείρισης, καθώς τα Προεδρικά Διατάγματα για τους διαχειριστικούς φορείς κ.ά., είχαν επίσης σημαντική συμβολή (ΥΠΕΧΩΔΕ, 2003). Το ίδιο και Ευρωπαϊκές Οδηγίες (όπως η 60/2000 για τα Νερά), προδιαγράφουν όρους λειτουργίας της πράσινης επιχειρηματικότητας. Θεσμοί όπως η Ανεξάρτητη Αρχή του Συνηγόρου του Πολίτη, με τον αντίστοιχο Κύκλο του της Ποιότητας Ζωής έχουν καθοριστικό ρόλο στις εξελίξεις περιβαλλοντικών θεμάτων και στην ερμηνεία και τήρηση νομοθεσίας που είναι συναφής προς την αειφόρο ανάπτυξη και επομένως και προς τις προϋποθέσεις πλαισίου λειτουργίας, αποδοχής και υποδοχής της πράσινης επιχειρηματικότητας

1.3 Κατηγορίες πράσινων «επιχειρηματιών»

Ο Ιωάννης Ζήσης (2003) στο βιβλίο του «Πράσινο επιχειρείν», συμπεραίνει ότι η πράσινη επιχειρηματικότητα είναι ένας τομέας, στον οποίο μπορούμε να δούμε να ενεργοποιούνται:

Α.-Οι αυτοδιοικήσεις πρώτου και δεύτερου βαθμού, οι ομάδες παραγωγών, οι συνεταιρισμοί και οι οργανώσεις των καταναλωτών, διαμορφώνοντας έτσι ένα νέο πλαίσιο προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών. Σε αυτό το πλαίσιο έχει θέση και μια νέα εμπορευματική σχέση και δυναμική, που διαμορφώνει μια καινούργια αγορά.

Β.-Επίσης τα πανεπιστήμια, οι μη κυβερνητικές οργανώσεις αλλά και οι συναφείς εταιρείες δραστηριοποιούνται στον τομέα της πράσινης επιχειρηματικότητας, σε διάφορους ερευνητικούς τομείς και προγράμματα παρακολούθησης.

Γ.-Σε ορισμένους άλλους τομείς ενεργοποιούνται οι μη κυβερνητικές οργανώσεις (μόνες τους ή σε εταιρικά σχήματα), οι διαχειριστικοί φορείς των προστατευόμενων περιοχών και ακόμη και το ίδιο το κράτος. Το κράτος διαθέτει ένα βραχίονα πράσινης επιχειρηματικότητας, που λειτουργεί σαν μια δραστηριότητα η οποία διαμορφώνει μια οικονομία κλίμακας και έναν στρατηγικό σχεδιασμό για τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Δ.-Το πιο κρίσιμο όμως σημείο για την πράσινη επιχειρηματικότητα, η πιο κρίσιμη δυναμική διαμορφώνεται και θα διαμορφωθεί σε καθαρά ιδιωτικοοικονομική κατεύθυνση.

Αυτό συμβαίνει επειδή είναι ένας τομέας πρόκλησης για νέους επιχειρηματίες, για τις γυναίκες, καθώς για αυτές αποτελεί ένα προνομιακό πεδίο και μια έξοδο στις δραστηριότητες ήπιας παραγωγής, ή για υφιστάμενες επιχειρήσεις και για νέα εταιρικά σχήματα. Αυτή η πρόκληση αναδεικνύεται στην αναζήτηση παραγωγής νέων προϊόντων και στον προσδιορισμό και κάλυψη μιας νέας καταναλωτικής ζήτησης, που θα μπορεί να εκπληρώνει τους όρους τόσο της βιώσιμης ανάπτυξης όσο και της ιδιαίτερης εκείνης πλευράς της βιώσιμης ανάπτυξης που εκπληρώνει τους όρους της αποσύνδεσης. Η αποσύνδεση περιλαμβάνει την μείωση των υλικών ροών που επιβαρύνουν τη φύση με τρόπο όμως που να μη μειώνονται οι δείκτες ευημερίας.

1.4 Ο ρόλος των ΜΚΟ

Τα τελευταία χρόνια παρουσιάζεται μια μεγάλη αύξηση των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων (ΜΚΟ). Υπολογίζεται ότι από τη δεκαετία του '90 οι ΜΚΟ έχουν δεκαπλασιαστεί σ' όλο τον κόσμο. Η αύξηση αυτή έχει πυροδοτήσει τη συζήτηση για τη λεγόμενη «κοινωνία των πολιτών», τις Οργανώσεις της και το ρόλο τους στη ζωή μας. Στην πραγματικότητα όλη αυτή η κινητικότητα είναι άμεσα συνδεδεμένη με την ταχύτητα των εξελίξεων στη λεγόμενη μεταβιομηχανική εποχή και την παγκοσμιοποίηση. Νέες απαιτήσεις και προσδοκίες δημιουργούνται σ' όλα τα επίπεδα, που συμπεριλαμβάνουν τον τρόπο οργάνωσης της κοινωνίας και την αποτελεσματικότερη λειτουργία της δημοκρατίας. Στην Ελλάδα η συζήτηση έχει ιδιαίτερη σημασία λόγω της δομής του κράτους και μιας δημόσιας διοίκησης που συγκεντρώνει πάνω της την κεντρική ευθύνη χωρίς αρκετή αποτελεσματικότητα και διατηρεί την «κοινωνία των πολιτών» σε τροχιά εξάρτησης και υποτέλειας έναντι του κράτους. Η αναθεώρηση του Συντάγματος, λαμβάνοντας υπόψη και το αίτημα 800 ΜΚΟ και την καταρχήν θετική αποδοχή από τα κόμματα, ανοίγει νέες δυνατότητες για την ανανέωση του πολιτικού συστήματος με την ενδυνάμωση της θέσης της «κοινωνίας των πολιτών» και την ενίσχυση της συμμετοχής στην πολιτική διακυβέρνηση. Η άποψη αυτή έχει υποστηριχθεί από τον Γιώργο Βερνίκο (2007).

1.5 Οικολογική ενημέρωση

Το συζητάμε φωναχτά, ψιθυριστά, σε παρέες, σε αίθουσες διδασκαλίας, σε καφεενεία. Η ενημέρωση που έχουμε (και παρέχουμε) δε μας αρέσει. Φαίνεται και από τις

κυκλοφορίες των εφημερίδων και από τις τηλεθεαματικότητες και από κάθε είδους μέτρηση, είτε συμφωνούμε με τον τρόπο που γίνεται είτε όχι. Μια ενδιαφέρουσα πρόταση έρχεται από το διευθυντή της Le Monde diplomatique, Ιγνάσιο Ραμονέ: «Είναι απαραίτητο να διαμορφώσουμε αυτό που θα μπορούσε να ονομαστεί «οικολογία της ενημέρωσης».... Όπως μπορέσαμε να αποκτήσουμε βιολογικές τροφές που είναι κατά τεκμήριο λιγότερο μολυσμένες από τις άλλες, θα πρέπει να αποκτήσουμε ένα είδος «βιολογικής» ενημέρωσης».

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. Εφαρμογή πράσινης επιχειρηματικότητας

2.1 Τομείς εφαρμογής πράσινης επιχειρηματικότητας

Η πράσινη επιχειρηματικότητα, σύμφωνα με το Κέντρο Ανανεώσιμων Πηγών και Εξοικονόμησης Ενέργειας (ΚΑΠΕ) μπορεί να εφαρμοστεί στους εξής τομείς:

□ **Βιομηχανία:** Οι υπηρεσίες που προσφέρονται προς τη βιομηχανία εντοπίζονται κυρίως σε θέματα εξοικονόμησης ενέργειας και δαπανών σχετικά με τις απαιτήσεις & καταναλώσεις των βιομηχανικών μονάδων και περιλαμβάνουν τόσο ενεργητικές όσο και παθητικές εφαρμογές σε αυτές. Το ΚΑΠΕ μπορεί να διεξάγει ολοκληρωμένες και αναλυτικές μετρήσεις σχετικά με τις ενεργειακές ανάγκες αυτών των μονάδων και να προτείνει / σχεδιάσει συγκεκριμένα συστήματα και λύσεις για την εξοικονόμηση ενέργειας. Παράλληλα παρέχει προς την κατασκευαστική βιομηχανία συστημάτων ΑΠΕ και δομικών υλικών τόσο συμβουλευτικές υπηρεσίες όσο και πιστοποιήσεις προϊόντων τους από τα διαπιστευμένα εργαστήρια που διαθέτει.

□ **Μεταφορές:** Το ΚΑΠΕ παρέχει συμβουλευτικές και τεχνικές υπηρεσίες σε θέματα οικονομικής και οικολογικής οδήγησης, διαχείρισης κινητικότητας, καθώς και ανάπτυξης αγοράς οχημάτων εναλλακτικών καυσίμων. Επιπλέον το ΚΑΠΕ, αποτελεί αξιόπιστο συνεργάτη στο πλαίσιο πιλοτικών και επιδεικτικών έργων σε θέματα αειφόρων ενεργειακών μεταφορών καθώς έχει συμμετάσχει σε ένα πλήθος Ευρωπαϊκών έργων κατά το παρελθόν και έχει αναπτύξει τόσο εκπαιδευτικά εργαλεία όσο και εφαρμογές παρακολούθησης και αποτίμησης των έργων στον τομέα των μεταφορών. Το ΚΑΠΕ παρέχει επίσης συμβουλευτικές και τεχνικές υπηρεσίες σε δράσεις βελτίωσης της διαχείρισης και της ενεργειακής-περιβαλλοντικής απόδοσης των μεταφορών, τόσο σε επίπεδο μέτρων και πολιτικής όσο και σε επίπεδο εφαρμογής νέων τεχνολογιών.

□ **Γεωργία:** Οι υπηρεσίες που προσφέρει το ΚΑΠΕ στο τομέα της γεωργίας περιλαμβάνουν τεχνολογικές λύσεις σε θέματα θέρμανσης θερμοκηπίων και γενικότερα γεωργικών εφαρμογών με βιομάζα και γεωθερμία αλλά κυρίως περιλαμβάνουν υπηρεσίες υπό τη μορφή μελετών και μετρήσεων για την αξιολόγηση διαφόρων ενεργειακών καλλιεργειών σε συγκεκριμένες περιοχές, καθώς και την αποτίμηση του δυναμικού βιομάζας σε αυτές. Επιπλέον, παρέχεται ολοκληρωμένη υπηρεσία σχετικά με επενδυτικά σχέδια για βιοκαύσιμα που περιλαμβάνει σχεδιασμό της εφοδιαστικής αλυσίδας της καταλληλότερης τεχνολογίας για την ανάπτυξη της μονάδας καθώς και μετρήσεις της ενεργειακής απόδοσης των καλλιεργειών και των βιοκαυσίμων.

□ **Περιβάλλον:** Το ΚΑΠΕ, διαθέτοντας πολύχρονη εμπειρία, παρέχει υπηρεσίες συμβούλου σε θέματα ενεργειακών στρατηγικών & πολιτικών σε επίπεδο εθνικό αλλά και ευρωπαϊκό, σχετικά με την αειφόρο ανάπτυξη και την κλιματική αλλαγή. Αυτό το επιτυγχάνει μέσω της προώθησης δράσεων βελτίωσης της ενεργειακής απόδοσης και της περιβαλλοντικής επίδοσης των ενεργειακών τεχνολογιών, καθώς και της μέτρησης περιβαλλοντικών ρύπων.

□ **Ενεργειακή πολιτική και σχεδιασμός:** Το ΚΑΠΕ διαθέτοντας την απαραίτητη τεχνογνωσία και διαχειριστική εμπειρία στους τομείς των νέων ενεργειακών τεχνολογιών στοχεύει στην προώθηση δράσεων που σχετίζονται με το σχεδιασμό, την ανάλυση και την ενημέρωση αναφορικά με την παραγωγή και κατανάλωση της ενέργειας, προς όλους τους ενδιαφερόμενους φορείς. Συγκεκριμένα, εκπονεί μελέτες & αναλύσεις ενεργειακών δεδομένων, αναπτύσσει ενεργειακά μοντέλα, σχεδιάζει και πραγματοποιεί εξειδικευμένες εκστρατείες ενημέρωσης και αντίστοιχα προγράμματα εκπαίδευσης-κατάρτισης συμβάλλοντας τελικά στην ουσιαστική ενημέρωση των επενδυτών και στη λήψη αποφάσεων για τη διαμόρφωση της πολιτικής και του προγραμματισμού των επενδύσεων στους τομείς των ΑΠΕ & της ΕΞΕ.

□ **Παραγωγή ενέργειας:** Το ΚΑΠΕ προσφέρει σε επιχειρήσεις και επενδυτές, οι οποίοι επιθυμούν να προχωρήσουν σε έργα παραγωγής ενέργειας από ΑΠΕ, ολοκληρωμένες υπηρεσίες σχετικά τόσο με την αποτίμηση του δυναμικού διαφορετικών τεχνολογιών όσο και στην εκπόνηση μιας πλήρους τεχνικό-οικονομικής μελέτης για την ανάπτυξη σταθμού παραγωγής ενέργειας. Πραγματοποιούνται για αυτό το λόγο και επιτόπιες μετρήσεις χαρακτηριστικών του δυναμικού της περιοχής καθώς και αναλύσεις με υπολογιστικά εργαλεία για τη βέλτιστη χωροθέτηση και ανάπτυξη ενός τέτοιου έργου. Παράλληλα εξετάζονται συνδυαστικά συστήματα διαφορετικών τεχνολογιών και ειδικών εφαρμογών. Κτήρια: Στον τομέα των κτηρίων το ΚΑΠΕ δραστηριοποιείται τόσο σε

θέματα ενεργειακού σχεδιασμού με αρχιτεκτονικές μελέτες, μελέτες φωτισμού-αερισμού – θέρμανσης- ψύξης, όσο και με ολοκληρωμένες προτάσεις εφαρμογών συστημάτων ΑΠΕ σε κτηριακές εγκαταστάσεις. Διενεργούνται ενεργειακές επιθεωρήσεις υπαρχόντων κτηρίων ενώ δίνεται και η δυνατότητα διεξαγωγής μετρήσεων και υπολογισμού των ενεργειακών χαρακτηριστικών απόδοσης και συμπεριφοράς των κτηρίων. Στο πλαίσιο αυτό εξετάζονται και λύσεις εφαρμογής συστημάτων ενεργειακής διαχείρισης των κτηρίων και προτείνονται μέτρα αναφορικά με τον Η/Μ εξοπλισμό αυτών. Ολοκληρωμένες προτάσεις ανάπτυξης αειφόρων οικιστικών συνόλων περιλαμβάνονται επίσης στις υπηρεσίες που προσφέρει το ΚΑΠΕ προς Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης και εταιρίες οικιστικής ανάπτυξης.

2.2 Ανανεώσιμες πηγές ενέργειας

Το μεγαλύτερο μέρος της ενέργειας που χρησιμοποιούμε σήμερα προέρχεται από ορυκτές καύσιμες ύλες. Στο πέρασμα εκατομμυρίων ετών η αποσύνθεση των φυτών, των δεινοσαύρων και άλλων ζώων οδήγησε στο σχηματισμό των ορυκτών καύσιμων υλών. Αυτά τα καύσιμα βρίσκονται θαμμένα ανάμεσα σε στρώματα χώματος και πετρωμάτων. Ο μόνος τρόπος για να τα βρούμε είναι με γεώτρηση ή με εξόρυξη. Ενώ οι ορυκτές καύσιμες ύλες δημιουργούνται ακόμα μέσω υπόγειας θέρμανσης και πίεσης, καταναλώνονται όμως πιο γρήγορα απ' ότι δημιουργούνται. Γι' αυτό το λόγο, τα ορυκτά καύσιμα θεωρούνται μη-ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, δηλαδή δεν αντικαθίστανται τόσο γρήγορα όσο τις χρησιμοποιούμε. Έτσι μπορούν να μας τελειώσουν κάποια στιγμή στο μέλλον ή μπορεί να καταναλώνουμε τόσο πολύ που θα είναι αδύνατο να κάνουμε γεωτρήσεις και εξορύξεις αρκετά γρήγορα, ώστε να προλάβουμε τη ζήτηση. Επειδή ο κόσμος μας εξαρτάται τόσο πολύ από την ενέργεια, πρέπει αν βρούμε πηγές ενέργειας μεγάλης διάρκειας. Τι θα γινόταν αν υπήρχε μια μορφή ενέργειας που δεν θα τελείωνε ποτέ; Πράγματι υπάρχει και ονομάζεται ανανεώσιμη ενέργεια. Επιπρόσθετα, επειδή υπάρχουν τόσοι πολλοί άνθρωποι πάνω στη γη που χρησιμοποιούν ορυκτά καύσιμα, παράγεται μεγάλη μόλυνση του περιβάλλοντος. Έτσι πρέπει να βρούμε νέες μορφές ενέργειας που θα παράγουν όσο το δυνατό λιγότερη μόλυνση. Αφού όλες οι πηγές ενέργειας παράγουν κάποια μόλυνση είτε στην δημιουργία τους, είτε στην κατανάλωσή τους, τα συστήματα ανανεώσιμων μορφών ενέργειας, γενικά, προκαλούν λιγότερη μόλυνση από τα ορυκτά καύσιμα.

Ως Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας (ΑΠΕ) ορίζονται οι ενεργειακές πηγές, οι οποίες υπάρχουν εν αφθονία στο φυσικό μας περιβάλλον. Είναι η πρώτη μορφή ενέργειας που χρησιμοποίησε ο άνθρωπος πριν στραφεί έντονα στη χρήση του άνθρακα και των

υδρογονανθράκων. Οι ΑΠΕ πρακτικά είναι ανεξάντλητες, η χρήση τους δεν ρυπαίνει το περιβάλλον και η αξιοποίησή τους έγκειται μόνο στην ανάπτυξη αξιόπιστων και οικονομικά αποδεκτών τεχνολογιών που θα δεσμεύουν το δυναμικό τους. Το ενδιαφέρον στη σύγχρονη εποχή για την ανάπτυξη των τεχνολογιών αυτών και την ευρύτερη αξιοποίηση των ΑΠΕ, παρουσιάστηκε αρχικά μετά την πρώτη πετρελαϊκή κρίση του 1974 και παγιώθηκε μετά τη συνειδητοποίηση η των παγκόσμιων περιβαλλοντικών προβλημάτων την τελευταία δεκαετία. Για πολλές χώρες, οι ΑΠΕ αποτελούν μια εγχώρια πηγή ενέργειας με ευνοϊκές προοπτικές συνεισφοράς στο ενεργειακό τους ισοζύγιο, συμβάλλοντας στη μείωση της εξάρτησης από το ακριβό εισαγόμενο πετρέλαιο και στην ενίσχυση της ασφάλειας του ενεργειακού τους εφοδιασμού. Παράλληλα, συμβάλλουν στη βελτίωση της ποιότητας του περιβάλλοντος, καθώς έχει πλέον διαπιστωθεί ότι ο ενεργειακός τομέας είναι ο κλάδος που ευθύνεται κατά κύριο λόγο για τη ρύπανση του περιβάλλοντος.

Οι κύριες ανανεώσιμες πηγές ενέργειας είναι:

1. Η αιολική ενέργεια γίνεται όλο και πιο δημοφιλής αφού το κόστος παραγωγής πέφτει ραγδαία – γεγονός που την καθιστά ολοένα πιο ανταγωνιστική έναντι της παραγωγής ενέργειας από ορυκτά καύσιμα.
2. Η ηλιακή ενέργεια σήμερα είναι 90% φθηνότερη από ότι τη δεκαετία του 1970. Στα σπίτια που διαθέτουν ηλιακή οροφή μπορεί να παράγεται περισσότερη ενέργεια από όση χρειάζονται ορισμένες ώρες της ημέρας, η οποία δυνητικά θα μπορούσε να μεταπωλείται στις τοπικές εταιρείες ηλεκτρισμού.
3. Η υδροηλεκτρική ενέργεια μπορεί να προέρχεται από σταθμούς παραγωγής υδροηλεκτρικής ενέργειας, από τις παλίρροιας, ή από θαλάσσια κύματα.
4. Η γεωθερμική ενέργεια έχει να κάνει με τη χρήση της θερμότητας της Γης για την παραγωγή ενέργειας. Οι αντλίες γεωθερμικής ενέργειας μπορούν να χρησιμοποιηθούν σχεδόν παντού.
5. Η ενέργεια από βιομάζα είναι η ενέργεια που προέρχεται από οργανική ύλη. Η ενέργεια που είναι για παράδειγμα αποθηκευμένη στα φυτά μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την παραγωγή ενέργειας με πολλές διαφορετικές μεθόδους, όπως η αποσύνθεση, η καύση ή η αεριοποίηση.
6. Η πυρηνική ενέργεια ενίοτε προωθείται ως τρόπος καταπολέμησης της υπερθέρμανσης του πλανήτη. Όμως το WWF υποστηρίζει ότι η πυρηνική ενέργεια δεν είναι ανανεώσιμη πηγή ενέργειας, καθώς επιφυλάσσει σοβαρούς κινδύνους ατυχήματος και παράγει απόβλητα υψηλής τοξικότητας.

2.3 Υπερπληθυσμός ή υπερκατανάλωση

Υπάρχει ένας διαχεόμενος μύθος ότι οι προσπάθειες για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής και άλλων περιβαλλοντικών κινδύνων δεν θα έχουν κανένα αποτέλεσμα εκτός και αν «κάνουμε κάτι» για την αύξηση του πληθυσμού. Ακόμα και έμπειροι αναλυτές μιλούν για την απειλή της εκθετικής αύξησης του πληθυσμού. Αλλά δεν υπάρχει καμία εκθετική αύξηση. Στον περισσότερο κόσμο οι ρυθμοί γονιμότητας πέφτουν γρήγορα, και οι χώρες στις οποίες ο πληθυσμός συνεχίζει να αυξάνεται είναι αυτές που συνεισφέρουν το λιγότερο στην δύσκολη περιβαλλοντική μας κατάσταση. Πίσω, στα τέλη του '60, όταν ο Paul Ehrlich έγραφε το βιβλίο του «The population bomb» (Η πληθυσμιακή βόμβα) η γρήγορη πληθυσμιακή αύξηση ήταν η νούμερο 1 απειλή για το μέλλον του πλανήτη. Πολλοί πίστεψαν ότι ο αυστηρός έλεγχος των γεννήσεων θα μπορούσε να αποτρέψει την μέρα της κρίσης. Αλλά μετά από σκάνδαλα γύρω από τα Δρακόντεια μέτρα για ένα μόνο παιδί στην Ινδία και την Κίνα τέτοιες απόψεις έπεσαν σε ανυποληψία. Ακόμα, η πρόβλεψη του Ehrlich για εκατοντάδες εκατομμύρια θανάτους από λιμό γύρω στη δεκαετία του 80 ευτυχώς απέτυχε να γίνει πραγματικότητα. Τώρα, το δημογραφικό τέρας έχει ξανάρθει στο προσκήνιο. Ακόμα, τα επιχειρήματα δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα. Η πληθυσμιακή «βόμβα» αποπλίζεται γρήγορα. Οι γυναίκες στον φτωχό κόσμο έχουν δραματικά λιγότερα παιδιά απ' ό,τι είχαν οι μητέρες τους – κυρίως λόγω επιλογής και όχι εξαναγκασμού. Πριν μισό αιώνα ο παγκόσμιος μέσος όρος των παιδιών μιας γυναίκας ήταν μεταξύ 5 και 6 παιδιά. Τώρα μία γυναίκα έχει 2,6. Παρατηρώντας αυτήν την μείωση είναι δύσκολο να δούμε τι μπορεί να καταφέρει αν κάνουμε κάτι παραπάνω για τον παγκόσμιο πληθυσμό. Η μισός κόσμος τώρα έχει ένα ρυθμό γονιμότητας κάτω από το επίπεδο αντικατάστασης, που είναι υπολογίζοντας και τα κορίτσια που δεν φτάνουν την ενηλικίωση περίπου 2,3. Αυτό περιλαμβάνει την Ευρώπη, την ανατολική Ασία την Βόρεια Αμερική και την Καραϊβική Το αντίθετο συμβαίνει σε λίγες Μουσουλμανικές χώρες – εκτός του Ιράν με ρυθμό γονιμότητας 1,7 – και σε πολλά μέρη της Αφρικής. Αλλά είτε είναι πλούσια μια χώρα είτε φτωχή, σοσιαλιστική ή καπιταλιστική, Μουσουλμανική ή Καθολική, κοσμική ή ευλαβική, με σκληρό κυβερνητικό έλεγχο των γεννήσεων ή κανένα έλεγχο, οι περισσότερες χώρες λένε την ίδια ιστορία. Αυτό δεν έχει ακόμα σταματήσει την πληθυσμιακή αύξηση. Βρίσκεται σε 6,8 δισεκατομμύρια και αυξάνεται κατά 75 εκατομμύρια κάθε χρόνο. Αυτό συμβαίνει κυρίως λόγω του τεράστιου αριθμού νεαρών γυναικών που γεννήθηκαν κατά την παγκόσμια

«έκρηξη» των γεννήσεων του 20ου αιώνα, οι οποίες είναι ακόμα γόνιμες: μπορεί τυπικά να έχουν 2 παιδιά η καθεμία, αλλά αυτό είναι από μόνο του πολλά μωρά. Σύντομα πάντως, αν οι ρυθμοί γονιμότητας συνεχίσουν να μειώνονται κάθε γενιά γυναικών θα είναι μικρότερη από την προηγούμενη.

Φυσικά, οι ρυθμοί γονιμότητας μπορεί να μη συνεχίσουν να μειώνονται, αλλά μέχρι σήμερα τα στοιχεία από χώρες που έχουν ρίξει τους ρυθμούς τους στα επίπεδα αντικατάστασης δείχνουν ότι δεν μένουν σε αυτά αλλά συνεχίζουν να μειώνονται. Η αιτία αυτού του γεγονότος μπορεί να έχει να κάνει με την αλλαγή της θέσης που έχει η γυναίκα στην κοινωνία. Όταν οι άντρες παίρνουν έναν μεγαλύτερο ρόλο στην ανάθρεψη των παιδιών και η πολιτεία μεσολαβεί στο να βοηθήσει τις εργαζόμενες μητέρες, οι ρυθμοί γονιμότητας μένουν κοντά σε αυτούς της αντικατάστασης. Όταν δεν συμβαίνουν τα παραπάνω, τότε υπερβολικά μικροί ρυθμοί γονιμότητας ακολουθούν. Ακόμα και αν η πληθυσμός της γης σταθεροποιηθεί σύντομα και αρχίζει να μειώνεται αυτό δεν θα λύσει τα περιβαλλοντικά προβλήματα. Το βασικό ζήτημα δεν είναι ο υπερπληθυσμός αλλά ο υπερκαταναλωτισμός – κυρίως στις πλούσιες χώρες που έχουν από καιρό σταματήσει να προσθέτουν ουσιαστικά νούμερα στους πληθυσμούς τους. Πάρτε μία μέτρηση: τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα. Ο Stephen Pacala, διευθυντής στο Princeton Environmental Institute υπολόγισε ότι μισό δισεκατομμύριο των πλουσίων του κόσμου, περίπου δηλαδή 7% του πληθυσμού της γης, είναι υπεύθυνοι για το 50% των παγκόσμιων εκπομπών. Από την άλλη, το 50% των φτωχών της γης είναι υπεύθυνοι για το 7% των εκπομπών. Ένας Αμερικανός ή Ευρωπαίος είναι συχνά υπεύθυνος για περισσότερες εκπομπές απ' ότι ένα χωριό Αφρικανών. Κάθε φορά αυτοί από μας στον πλούσιο κόσμο που μιλάμε για πάρα πολλά μωρά στην Αφρική ή στην Ινδία, αρνούμαστε την δική μας ενοχή. Είναι τα παγκόσμια πρότυπα κατανάλωσης που πρέπει να διορθώσουμε και όχι τις αναπαραγωγικές συνήθειες. (NewScientist 2010)

Το άρθρο αυτό έρχεται για να μας "βάλει λίγο στη θέση μας", καθώς έχει αρκετή δόση αλήθειας και ευθυνών. Αυτό βέβαια δεν σημαίνει ότι το πρόβλημα του υπερπληθυσμού δεν είναι έντονο και υπαρκτό, και ότι το μεγαλύτερο μερίδιο ευθύνης για αυτό έχουν οι "αναπτυσσόμενες" χώρες. Για παράδειγμα το ότι η Κίνα του 1,5 δισεκατομμυρίου έχει γίνει ένας πολύ μεγάλος ρυπαντής δεν μπορεί κανείς να το προσπεράσει. Αλλά επίσης κανείς δεν μπορεί να πει στην Κίνα να μην αναπτυχθεί, δεν έχει το ηθικό δικαίωμα όταν ο ίδιος αναπτύχθηκε με άλλους όρους από αυτούς που ζητάει από την Κίνα. Ο καθένας πρέπει να αναλογιστεί τις ευθύνες του, και αυτές σίγουρα είναι πολλές...

2.4 Μέτρα για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής

Η πράσινη ανάπτυξη αποτελεί βασικό στόχο και άξονα της στρατηγικής της κυβέρνησης, αφού μπορεί να δώσει μακροχρόνια προοπτική ευημερίας, αναφέρει μεταξύ άλλων σε ανακοίνωσή του το υπουργείο Περιβάλλοντος, Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής. Στο πλαίσιο αυτό το ΥΠΕΚΑ έχει εφαρμόσει ένα ολοκληρωμένο σχέδιο δράσης και όχι μία αποσπασματική πολιτική, θέτοντας ως στρατηγικούς στόχους τη βελτίωση της ενεργειακής αποδοτικότητας, την αύξηση του ενεργειακού δυναμικού της χώρας από ανανεώσιμες πηγές ενέργειας (ΑΠΕ) και φυσικό αέριο, τη διασφάλιση στους καταναλωτές αξιόπιστων ενεργειακών προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς και το σχεδιασμό πολιτικών μετριασμού και προσαρμογής στις αρνητικές επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής.

Το νομοσχέδιο για την προώθηση των ΑΠΕ περιλαμβάνει ένα πακέτο ρυθμίσεων, το οποίο, σύμφωνα με την ανακοίνωση, περιλαμβάνει:

1. Καθορίζεται εθνικός δεσμευτικός στόχος 20% για τη συμμετοχή των ΑΠΕ στην κάλυψη της τελικής κατανάλωσης ενέργειας το 2020 (αντί του 18% που προβλέπει η Οδηγία 28/2009). Καθορίζεται αντίστοιχος εθνικός στόχος 40%, κατ' ελάχιστον, για τη συμμετοχή των ΑΠΕ στην κάλυψη της κατανάλωσης ηλεκτρικής ενέργειας το 2020.
2. Καθορίζεται ότι η προστασία του κλίματος μέσω της προώθησης της παραγωγής ενέργειας από ΑΠΕ αποτελεί περιβαλλοντική και ενεργειακή προτεραιότητα ύψιστης σημασίας για τη χώρα.
3. Απλοποιείται/ορθολογικοποιείται η διαδικασία έκδοσης της άδειας παραγωγής έργου ΑΠΕ, η οποία επανατά τον προ του Ν. 3468/06 χαρακτήρα της, ως μια πρώτη εκτελεστή άδεια σκοπιμότητας του έργου. Η άδεια παραγωγής αφορά πλέον την τεχνικοοικονομική επάρκεια του συγκεκριμένου έργου ΑΠΕ και αποσυνδέεται από τη διαδικασία περιβαλλοντικής αδειοδότησης, η οποία ακολουθεί σε επόμενο στάδιο. Η άδεια παραγωγής εκδίδεται από τη Ρυθμιστική Αρχή Ενέργειας (ΡΑΕ), και όχι από το Υπουργείο (πρώην) Ανάπτυξης, όπως γινόταν μέχρι σήμερα, με αποτέλεσμα το δραστικό περιορισμό της διάρκειας της σχετικής αδειοδοτικής διαδικασίας, σε δύο (2) μόνο μήνες. Εξαιρούνται από την υποχρέωση λήψης άδειας παραγωγής ή άλλης διαπιστωτικής απόφασης εγκαταστάσεις ΑΠΕ περιορισμένης ισχύος, επιταχύνοντας έτσι χιλιάδες μικρομεσαίες επενδύσεις.
4. Συγχωνεύονται, σε μία ενιαία διαδικασία, οι διαδικασίες Προκαταρκτικής Περιβαλλοντικής Εκτίμησης και Αξιολόγησης (ΠΠΕΑ) και Έγκρισης Περιβαλλοντικών

Όρων (ΕΠΟ). Μετά την έκδοση της άδειας παραγωγής έργου ΑΠΕ, ο φάκελος και η Μελέτη Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων (ΜΠΕ) υποβάλλονται από τον ενδιαφερόμενο στην Αρχή που είναι αρμόδια για την περιβαλλοντική αδειοδότηση. Η Αρχή αυτή προχωρά στην εκτίμηση των επιπτώσεων σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία. Οι κατά νόμο προβλεπόμενες γνωμοδοτήσεις στη διαδικασία περιβαλλοντικής αδειοδότησης των έργων ΑΠΕ, περιορίζονται αποκλειστικά στα θέματα αρμοδιότητας κάθε γνωμοδοτούντος φορέα και στην τήρηση των όρων και προϋποθέσεων χωροθέτησης που προβλέπονται στο Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τις Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας, όπως ισχύει κατά περίπτωση, και αν καθυστερήσουν πέραν των προβλεπομένων προθεσμιών, η αρμόδια περιβαλλοντική αρχή προχωρά στην έκδοση της ΕΠΟ. Η χορήγηση της άδειας παραγωγής, όταν απαιτείται, είναι προϋπόθεση για την υποβολή από τον ενδιαφερόμενο αίτησης προς τον αρμόδιο Διαχειριστή για τη χορήγηση Προσφοράς Σύνδεσης. Η τελική και δεσμευτική για το Διαχειριστή χορήγηση της Προσφοράς Σύνδεσης γίνεται μετά την έκδοση της απόφασης ΕΠΟ του σταθμού. Μετά τη χορήγηση της Προσφοράς Σύνδεσης και την έκδοση της αντίστοιχης ΕΠΟ, ο ενδιαφερόμενος: α) υποβάλλει αίτηση για τη χορήγηση άδειας εγκατάστασης, β) υποβάλλει αίτηση για την υπογραφή της Σύμβασης Σύνδεσης και της Σύμβασης Πώλησης (οι οποίες υπογράφονται και ενεργοποιούνται μετά τη χορήγηση της άδειας εγκατάστασης), γ) υποβάλλει αίτηση για την έκδοση των αδειών, πρωτοκόλλων ή λοιπών εγκρίσεων που απαιτούνται από τη νομοθεσία, οι οποίες εκδίδονται χωρίς να απαιτείται η προηγούμενη χορήγηση της άδειας εγκατάστασης.

5. Αποδίδεται σημαντικό μέρος (το 1/3) του ειδικού τέλους 3% επί της παραγωγής ΑΠΕ προς όφελος της τοπικής κοινωνίας απ' ευθείας στους οικιακούς καταναλωτές του δημοτικού ή κοινοτικού διαμερίσματος του ΟΤΑ, στο οποίο εγκαθίσταται το έργο ΑΠΕ, μέσω των λογαριασμών ηλεκτρικού ρεύματος (δηλ. πίστωση στον προμηθευτή π.χ. ΔΕΗ ποσοστού των εσόδων από το ειδικό τέλος και, στη συνέχεια, πίστωση από τον προμηθευτή των εσόδων αυτών στους λογαριασμούς των οικιακών καταναλωτών της περιοχής). Το υπόλοιπο ποσοστό των εσόδων από το ειδικό τέλος αποδίδεται στον αντίστοιχο ΟΤΑ και στο Πράσινο Ταμείο, για την εκ του νόμου καθοριζόμενη χρησιμοποίησή τους. Διευρύνεται το πεδίο αξιοποίησης των πόρων αυτών από τους ΟΤΑ που πλέον περιλαμβάνει πέραν των έργων τοπικής ανάπτυξης, έργα περιβαλλοντικών δράσεων και κοινωνικής υποστήριξης.

6. Βελτιώνεται το Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο των ΑΠΕ (ΚΥΑ 49828/2008) και το συναφές με αυτό νομικό πλαίσιο, με βασικό στόχο την αποσαφήνιση κρίσιμων ρυθμίσεών

του και την παροχή της δυνατότητας άμεσης και αποτελεσματικής εφαρμογής του, έτσι ώστε να συμβάλλει ουσιαστικά στην απεμπλοκή μεγάλου αριθμού εν εξελίξει έργων ΑΠΕ, που βρίσκονται σήμερα σε αδειοδοτική τελμάτωση.

7. Συνίσταται στο Υπουργείο Περιβάλλοντος, Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής Αυτοτελής Υπηρεσία Πολιτικής και Έργων ΑΠΕ (ΑΥΠΕ-ΑΠΕ). Δημιουργούμε σήμερα με την παρέμβασή μας το πλαίσιο και τις προϋποθέσεις για την αποτελεσματική εξέλιξη της νέας αυτής Υπηρεσίας σε one-stop shop, με επαρκείς ανθρώπινους και λοιπούς πόρους. Αποστολή της Υπηρεσίας αυτής, η οποία λειτουργεί σε επίπεδο Διεύθυνσης και υπάγεται απ' ευθείας στον Υπουργό Π.Ε.Κ.Α., είναι η παροχή πληροφοριών και η συντονισμένη διεκπεραίωση των αιτημάτων επενδυτών, οι οποίοι ενδιαφέρονται να πραγματοποιήσουν επενδύσεις για την παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας από ΑΠΕ.

8. Ορθολογικοποιείται η τιμολόγηση της παραγόμενης ενέργειας με στόχο να ενισχυθούν μικρές εγκαταστάσεις και τεχνολογίες που έχουν πολλαπλασιαστικά οφέλη όπως είναι οι μικρές μονάδες φωτοβολταϊκών από ιδιώτες ή αγρότες, η βιομάζα και το βιοέριο. Εξασφαλίζεται η βιωσιμότητα των έργων και η ασφάλεια των επενδύσεων με στόχο τη διαμόρφωση μιας υγιούς, διαφανούς και σταθερής ανάπτυξης που θα συμβάλει στην προστασία του περιβάλλοντος, στην επίτευξη των εθνικών δεσμεύσεων και τη διάχυση της ανάπτυξης στην περιφέρεια και την κοινωνία.

9. Ειδικά για τα θαλάσσια αιολικά πάρκα, που είναι μια νέα και ανώριμη αγορά, προβλέπεται ο στρατηγικός σχεδιασμός της χωροθέτησης των εγκαταστάσεων και η προκήρυξη δημόσιου διαγωνισμού για την κατασκευή και την εκμετάλλευσή τους. Διασφαλίζεται έτσι αφ' ενός ο βέλτιστος ενεργειακά, περιβαλλοντικά και εθνικά σχεδιασμός και η μεγιστοποίηση των ωφελειών για την εθνική οικονομία και την ελληνική κοινωνία. [Άρθρο 6]. Προϋπόθεση για την ανάπτυξη αυτή, σύμφωνα με τις οδηγίες της Ε.Ε., είναι η ανάπτυξη στρατηγικών περιβαλλοντικών μελετών που θα χωροθετούν τις θέσεις των θαλάσσιων πάρκων, ενώ παράλληλα είναι απαραίτητη η διασφάλιση της ασφάλειας των θαλάσσιων μεταφορών αλλά και της εθνικής ασφάλειας της χώρας. Η κυβέρνηση επέλεξε το μοντέλο που έχουν ακολουθήσει και άλλες ευρωπαϊκές χώρες, όπως η Μ. Βρετανία, η Πορτογαλία. Πιο συγκεκριμένα θα μεριμνήσει για την έκδοση αδειών εγκατάστασης θαλάσσιων αιολικών πάρκων, στο πλαίσιο του στρατηγικού σχεδιασμού, τις οποίες συνέχεια θα δημοπρατήσει, μέσω δημόσιων διαγωνισμών, στους οποίους θα συμμετέχουν ενδιαφερόμενοι επενδυτές...».

2.5 Εταιρική κοινωνική ευθύνη

Σύμφωνα με το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (2009), με την έννοια Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) νοείται «η ηθική συμπεριφορά μίας επιχείρησης στις σχέσεις της με την κοινωνία. Ειδικότερα, αυτό σημαίνει τις υπεύθυνες ενέργειες της διοίκησής της κατά τις σχέσεις της με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη». Συγκεκριμένα, η ΕΚΕ συνίσταται στην ίση αντιμετώπιση της επίδρασης της λειτουργίας της επιχείρησης σε οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο. Ακόμη, η ΕΚΕ έχει ως επίκεντρο την οικονομική ανάπτυξη μέσω της βιωσιμότητας και της αειφορίας. Η Ευρωπαϊκή Ένωση ορίζει την ΕΚΕ ως την «έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και οικολογικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές δραστηριότητές τους και στις επαφές τους με τα άλλα ενδιαφερόμενα μέλη».

Κύρια πλεονεκτήματα της ανάπτυξης ΕΚΕ μπορούν να θεωρηθούν η βελτίωση της εικόνας των επιχειρήσεων προς τους πελάτες, τους προμηθευτές, τους κυβερνητικούς φορείς και τα συνδικάτα, αλλά και η αύξηση των εσόδων και συνεπώς των κερδών από την σωστή και συστηματική διαχείριση. Ακόμη, οι εταιρείες μπορούν να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους, βελτιώνοντας το εταιρικό προφίλ τους. Πολλές εταιρείες, πολυεθνικές και μη, έχουν ήδη αναπτύξει δραστηριότητα που εμπίπτει στην έννοια της ΕΚΕ. Αυτό που πρέπει να σημειωθεί και να προσεχθεί, όπως αναφέρουν πολλοί μελετητές, είναι πως η ΕΚΕ δεν αποτελεί μία σύγχρονη μορφή φιλανθρωπίας, αλλά επιτακτική ανάγκη για επιβίωση των επιχειρήσεων και του ευρύτερου κοινωνικού συνόλου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. Προστασία του περιβάλλοντος ενάντια στην ανάπτυξη

3.1 Ανάπτυξη και Περιβάλλον

Σύμφωνα με τον Μανόλη Βουτυράκη (2008) τα τεχνολογικά επιτεύγματα και οι δυνάμεις της αγοράς οδηγούν ταχύτατα την ανθρώπινη κοινωνία προς την παγκοσμιοποίηση. Παγκοσμιοποίηση είναι η αυξανόμενη αλληλεξάρτηση μεταξύ ανθρώπων και εταιρειών σε διάφορα μέρη του κόσμου. Είναι μια γενική έννοια που αναφέρεται σε ένα σύμπλεγμα σχέσεων στα πεδία της οικονομίας, του εμπορίου, της κοινωνίας της τεχνολογίας, της κουλτούρας και της πολιτικής. Τα οικοσυστήματα και οι φυσικοί πόροι του πλανήτη πιέζονται έντονα από την παγκοσμιοποιημένη ανάπτυξη, σε συνδυασμό και με την αύξηση του ανθρώπινου πληθυσμού. Η διατήρηση καλής ποιότητας του οικολογικού και του ανθρώπινου συστήματος δεν είναι δυνατή, σε συνθήκες παγκοσμιοποίησης, χωρίς το ξεπέραςμα της οικονομικής, κοινωνικής και πολιτιστικής υπανάπτυξης που επικρατεί στο μεγαλύτερο μέρος του πλανήτη. Ζούμε σε μια εποχή όπου η προστασία του περιβάλλοντος παγκόσμια, αποτελεί την τελευταία προτεραιότητα στην πολιτική ατζέντα. Η Περιβαλλοντική υποβάθμιση, η εξάντληση του φυσικού κεφαλαίου της γης και η διατάραξη του οικολογικού ισοζυγίου στον πλανήτη, αποτελούν αδιαμφισβήτητα τις ορατές επιπτώσεις αυτής της συνειδητής πολιτικής επιλογής. Η επιλογή αυτή, συνδέεται άμεσα με την καταστροφική μανία της χωρίς όρια οικονομικής ανάπτυξης, η οποία ενισχύθηκε σε ανησυχητικό βαθμό τελευταία, ως αποτέλεσμα της επικράτησης του νεοφιλελεύθερου φαινομένου της παγκοσμιοποίησης της οικονομίας. Σύμφωνα με την οποία η επιθετική ανάπτυξη, προβάλλεται ως πρόσχημα για την άνοδο του επιπέδου του συνόλου των κατοίκων της γης και την επίτευξη του οράματος τη καθολικής ευημερίας.

3.2 Προστασία του περιβάλλοντος ή ανάπτυξη;

Κάθε πολίτης που αγωνίζεται στην Ελλάδα για το περιβάλλον, έρχεται αργά ή γρήγορα αντιμέτωπος με μια διαδεδομένη μοιρολατρική άποψη: ότι δήθεν η προστασία του περιβάλλοντος έρχεται σε αδήριτη σύγκρουση με την οικονομική ανάπτυξη. Ακόμη και από ανθρώπους ευαισθητοποιημένους και δραστήριους για τα κοινά έχουμε ακούσει να λένε: δυστυχώς, η σύγκρουση αυτή αποτελεί άλυτο δίλημμα, αναπόφευκτα θα επιφέρει καταστροφή για το περιβάλλον και για την ανθρώπινη κοινωνία.

Αποτέλεσμα μιας τέτοιας νοοτροπίας είναι πολλοί να απογοητεύονται και στρέφονται σε προσωπικές λύσεις, ενώ άλλοι να οδηγούνται σε ακραία συμπεράσματα: ότι δεν υπάρχει καμιά λύση χωρίς ριζική ανατροπή του υφιστάμενου «συστήματος». Μόνο που τέτοια αλλαγή επί του παρόντος δεν φαίνεται να είναι και τόσο πιθανή, άσε που δεν υπάρχει και σαφής εικόνα του τι πρέπει να αλλάξει και προς ποια κατεύθυνση. Ξανά λοιπόν απογοήτευση... Επιτρέψτε μου όμως να διατυπώσω έναν εναλλακτικό συλλογισμό. Η οικονομική ανάπτυξη δεν ταυτίζεται κατ' ανάγκη με την οικονομική μεγέθυνση, ούτε με τη σπατάλη φυσικών πόρων. Με άλλα λόγια, δεν υφίσταται θεμελιώδης σύγκρουση μεταξύ οικονομικής ανάπτυξης και προστασίας του περιβάλλοντος.

Ας πούμε ότι ανακαινίζεται το παλαιό κτίριο μιας δημόσιας υπηρεσίας, με χρήση υλικών που είναι φιλικά για το περιβάλλον και την υγεία και με περιορισμό της ενεργειακής σπατάλης. Έτσι, κάποιοι άνθρωποι θα βγάλουν μεροκάματο (μάλιστα εξειδικευμένης εργασίας και όχι ανειδίκευτης), θα έχουμε επιτύχει οικονομία στα καύσιμα (και θα μειώσουμε τις εισαγωγές) και, τέλος, θα αποκτήσουμε ένα κτίριο πολύ πιο ευχάριστο και φιλικό για τους εργαζόμενους και τους πολίτες. Ας πούμε τώρα ότι, με τα ίδια χρήματα, τιμμεντώνεται ένα πάρκο για να φτιαχτεί ένα πάρκινγκ αυτοκινήτων. Σε αυτή την περίπτωση, ο εργολάβος και οι λογής «σύμβουλοι» και «αρμόδιοι» θα το ευχαριστηθούν (διότι όπως ξέρουμε, «τα λεφτά είναι στα μπετά»). Ο υπουργός θα εγκαινιάσει το «νέο έργο», οι πολίτες θα χαρούν που μπορούν πλέον να πετάγονται ως το περίπτερο με το αυτοκίνητό τους. Όμως, το τελικό αποτέλεσμα για τη χώρα θα είναι αρνητικό: το χρέος, η διαφθορά και η ανισότητα θα αυξηθούν ακόμη λίγο, όπως κάθε φορά που ευνοούνται οι εισαγωγές αυτοκινήτων και καυσίμων, οι αρπαχτές, η ανειδίκευτη και πρόχειρη δουλειά. Για να μη μιλήσουμε για τις συνακόλουθες πλημμύρες, το μποτιλιάρισμα, τα τροχαία και το νέφος. Βλέπουμε λοιπόν ότι, επενδύοντας το ίδιο χρηματικό ποσό και πετυχαίνοντας τον ίδιο βαθμό «ανάπτυξης» (έστω μετρώντας την, όπως συνηθίζεται, με όρους ΑΕΠ) παίρνουμε δύο εκ διαμέτρου αντίθετα αποτελέσματα.

Καλό είναι να διευκρινίσουμε λοιπόν το εξής: Συγγέουμε συνήθως τους όρους οικονομική «μεγέθυνση» (growth) και οικονομική «ανάπτυξη» (development), καθώς στην γλώσσα μας μεταφράζονται αδιακρίτως ως «ανάπτυξη». Όμως δεν πρόκειται βέβαια για το ίδιο πράγμα. «Μεγέθυνση» σημαίνει εξάπλωση σε νέες αγορές, νέα προϊόντα, νέες πηγές πρώτων υλών, ενώ «ανάπτυξη» μπορεί κάλλιστα να σημαίνει λελογισμένη εκμετάλλευση ή ποιοτική αναβάθμιση των υφιστάμενων. Εκεί άλλωστε

εδράζει και η χρήση του όρου «βιώσιμη ανάπτυξη». Μπορεί να σκεφτεί κανείς αναρίθμητες περιπτώσεις όπου μια πολιτική βιώσιμης ανάπτυξης βελτιώνει μια οικονομία, ενώ αντίθετα η «άγρια» ανάπτυξη τη βαλτώνει. Η περίπτωση της Ελλάδα αποτελεί άλλωστε τρανή απόδειξη: όσο βελτιώνονται οι δείκτες, τόσο χειροτερεύει η οικονομική πραγματικότητα που ζούμε και βλέπουμε! Οι περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες το έχουν αντιληφθεί αυτό από καιρό και ασκούν πολιτικές βιώσιμης ανάπτυξης, μειώνοντας συνεχώς το ποσοστό παραγωγής αποβλήτων ανά προϊόν, ανακυκλώνοντας, επενδύοντας στις ανανεώσιμες μορφές ενέργειας, προστατεύοντας όση άγρια φύση έχει απομείνει. Όχι μόνο δεν βλέπουν σύγκρουση ανάμεσα στην οικονομική ανάπτυξη και την προστασία του περιβάλλοντος, αλλά αντίθετα θεωρούν τη «βιώσιμη» ανάπτυξη ως την μόνη ελπίδα ώστε να υπάρξει οικονομική ευημερία στο μέλλον. Και όμως πρόκειται για χώρες που παράγουν τον πλούτο τους από τη βιομηχανία και όχι από τον τουρισμό, δηλαδή από τη φυσική και πολιτιστική τους κληρονομιά...

3.3 Περιβάλλον-Κατανάλωση: Μια σχέση με ημερομηνία λήξης(;)

Ο προηγούμενος χειμώνας ήταν ένας δύσκολος και βαρύς χειμώνας, για όλη την Ευρώπη. Προκάλεσε ανυπολόγιστες καταστροφές και σε κάποιες χώρες ακόμα και θανάτους. Κατά τη διάρκεια του χειμώνα, ήταν καθημερινό θέμα συζήτησης οι κλιματολογικές αλλαγές, που λαμβάνουν χώρα, σε όλη την υφήλιο. Το περιβάλλον και τα προβλήματα, που αντιμετωπίζει, όπως η εξαφάνιση ειδών, η εξάντληση των φυσικών πόρων, η μόλυνση από το διαρκώς αυξανόμενο όγκο λυμάτων και απορριμμάτων ήρθαν, για ακόμα μια φορά, στο προσκήνιο. Αυτό, που πρέπει όλοι να συνειδητοποιήσουμε, είναι ότι όλα τα προαναφερόμενα, είναι αποτέλεσμα πρακτικών, που εφαρμόζουν οι αναπτυγμένες χώρες, για την παραγωγή και την κατανάλωση.

Τα τελευταία χρόνια, η τεχνολογική ανάπτυξη και η έρευνα έχουν καταλήξει και προτείνει, βιώσιμες λύσεις, για όλα τα προβλήματα, που αντιμετωπίζει το περιβάλλον. Βασική προϋπόθεση, για να εφαρμοστούν οι λύσεις αυτές, είναι ριζικές αλλαγές, στα κοινωνικά πρότυπα, που διαμορφώνουν και τα πρότυπα κατανάλωσης. Στην πραγματικότητα, αντί να προσδιορίζονται οι πραγματικές καταναλωτικές ανάγκες και να περιορίζεται η υπερκατανάλωση, οι αναπτυγμένες χώρες εφευρίσκουν, καθημερινά, νέες πλασματικές ανάγκες, που αδημονούν να ικανοποιηθούν, μέσα από φρενήρη κατανάλωση. Αντιστρόφως ανάλογο είναι το φαινόμενο, στις υποανάπτυκτες χώρες, που αντιμετωπίζουν, το πρότυπο του αναπτυγμένου τρόπου ζωής, ως μια νέα

Αντουανέτα, που αναζητεί το παντεσπάνι της.

Η αειφόρος παραγωγή, ανάπτυξη και κατανάλωση είναι μια πρόκληση και μια ευκαιρία, ταυτόχρονα. Μια αποτελεσματικότερη χρήση των φυσικών πόρων, θα έχει, ως αποτέλεσμα, τη μείωση των οικονομικών δαπανών και τη μείωση του κακού αντίκτυπου, στο περιβάλλον. Κοινωνία, οικονομία και περιβάλλον έχουν να κερδίσουν πολλά.

Στην Σύνοδο Κορυφής, για την Αειφόρο Ανάπτυξη του 2002, στο Ρίο ντε Τζανέιρο, όλες οι χώρες δεσμεύτηκαν να προωθήσουν πολιτικές και πρακτικές, με στόχο την επίτευξη της Αειφορίας, μέσα στα επόμενα 10 χρόνια. Τον Μάρτιο του 2003, το Συμβούλιο της Ευρώπης έθεσε, ως πρωταρχική προτεραιότητα, τις δεσμεύσεις της Συνόδου Κορυφής, για όλες τις χώρες της Ε.Ε. Ο σκοπός αυτής της ενέργειας ήταν αφενός να μπει η Ε.Ε. σε τροχιά βελτίωσης, αναφορικά με την παραγωγή και την κατανάλωση και αφετέρου να γίνει παράδειγμα, προς μίμηση, για όλες τις χώρες της υφηλίου.

Οι κλιματολογικές αλλαγές, η μείωση και η απώλεια των φυσικών πόρων, η εξαφάνιση ειδών και η καταστροφή του περιβάλλοντος, που προκαλούνται, από τις εκπομπές ρύπων και την απόθεση τεράστιων ποσοτήτων αποβλήτων, είναι αποτελέσματα μιας βραχυπρόθεσμης και κοντόφθαλμης πολιτικής παραγωγής και κατανάλωσης. Αυτές οι πολιτικές θέτουν, σε μεγάλο κίνδυνο το περιβάλλον, την κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη, σε παγκόσμια κλίμακα. Τη δεκαετία, που ακολούθησε τη Σύνοδο Κορυφής, στο Ρίο Ντε Τζανέιρο, οι τεχνολογικές εξελίξεις και οι καινοτομίες αύξησαν την απόδοση των φυσικών πόρων και διευκόλυναν κέρδη, για το περιβάλλον. Αυτά τα κέρδη, όμως, μηδενίζονται, συχνά, από την αύξηση της κατανάλωσης και τις αλλαγές του τρόπου ζωής μας, π.χ. την αύξηση των μετακινήσεών μας. Επίσης, δημιουργούν τρομακτικές ανισότητες, ανάμεσα στις αναπτυγμένες και τις υπό ανάπτυξη χώρες καθώς και ανάμεσα, στους πλούσιους και φτωχούς.

Η αειφόρος κατανάλωση και παραγωγή βρίσκονται, στην καρδιά της αειφόρου ανάπτυξης. Συμπεριλαμβάνουν τρεις διαστάσεις: την οικονομική, την κοινωνική και την περιβαλλοντική. Η συμφωνία της Λισσαβόνας, το 2000, θέτει το γενικό πλαίσιο, για την προώθηση της αειφόρου κατανάλωσης και παραγωγής, στην Ευρώπη. Στη Λισσαβόνα, οι ηγέτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης κατέγραψαν τη θέλησή τους, για μια Ευρωπαϊκή Οικονομία, πιο ανταγωνιστική και δυναμική, μια οικονομία βασισμένη, στη γνώση, η οποία θα επιτευχθεί, μέχρι το 2010. Σε εφαρμογή της Συμφωνίας της Λισσαβόνας, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημιούργησε μια ομάδα υψηλού επιπέδου, η οποία θα

εκπονήσει σχέδια, για την ενσωμάτωση κινήτρων, στη συμφωνία, θα εξειδικεύσει τους στόχους, ανά κράτος - μέλος, θα φροντίσει, για την καλύτερη συνεργασία των κρατών - μελών και τέλος, θα εκτιμήσει την αποτελεσματικότητα των μεθόδων, που θα χρησιμοποιηθούν.

Η υιοθέτηση της Ευρωπαϊκής Στρατηγικής, για την Αειφόρο Ανάπτυξη, το 2001, πρόσθεσε ένα τρίτο πυλώνα, στη Στρατηγική της Λισσαβόνας. Αυτόν της προστασίας του περιβάλλοντος. Η ανάγκη να επιτύχει η Ευρώπη, με ένα ισορροπημένο τρόπο, την οικονομική ανάπτυξη, την κοινωνική συνοχή και την προστασία του περιβάλλοντος μεταφράστηκε σε λεπτομερείς στόχους και δράσεις. Η Στρατηγική εξειδικεύει έξι τομείς - κλειδιά: την αλλαγή του κλίματος, την υγεία, τους φυσικούς πόρους, τη φτώχεια και τον αποκλεισμό, τη γήρανση του πληθυσμού, τη χρήση της γης και την κινητικότητα των πολιτών. Οι δεσμεύσεις, που ανέλαβε η Ευρώπη, σε διεθνείς συνδιασκέψεις, όπως στο Ρίο Ντε Τζανέιρο, στη Ντόχα και στο Μοντερέυ, έδωσαν, στη Στρατηγική, μια διεθνή διάσταση.

Η Στρατηγική της Ευρώπης θα επανεξετάζεται, στην αρχή της θητείας κάθε νέας Επιτροπής. Με βάση τις εκτιμήσεις, για την πρόοδο, που θα επιτυγχάνεται, θα γίνεται αναθεώρηση της Στρατηγικής, με σκοπό να δοθούν πολιτικές κατευθύνσεις, για την καλύτερη επίτευξη των στόχων της Στρατηγικής.

Ένας από τους στόχους είναι να σπάσει ο αρνητικός κρίκος ανάμεσα, στο κόστος, για την προστασία του περιβάλλοντος και την οικονομική ανάπτυξη. Αυτό προσπαθεί να επιτύχει το 6ο Πρόγραμμα Δράσης, για το Περιβάλλον της Ευρωπαϊκής Ένωσης, που στοχεύει στην καλύτερη ποιότητα του αέρα, στην προστασία του εδάφους, στην αειφόρο χρήση αγροτικών φαρμάκων, στην προστασία και διατήρηση του θαλάσσιου περιβάλλοντος, στην ενίσχυση της ανακύκλωσης και τον περιορισμό αποβλήτων, στην αειφόρο χρήση των φυσικών πηγών και στη βελτίωση του αστικού περιβάλλοντος. Το Ευρωπαϊκό Σχέδιο Δράσης, για τις τεχνολογίες Περιβάλλοντος, υιοθετήθηκε, το 2004, και προτείνει συγκεκριμένα βήματα, για την ενίσχυση της ανάπτυξης και τη διάδοση των τεχνολογιών του περιβάλλοντος.

Η Αειφόρος Κατανάλωση και Παραγωγή απαιτεί την ενσωμάτωσή της, σε όλες τις πολιτικές. Πολλά ακόμη πρέπει να γίνουν. Χρειάζονται πιο τολμηρά βήματα, εάν θέλουμε, πραγματικά, να σταματήσουμε την καταστροφή του πλανήτη, τη δική μας καταστροφή. Όλοι μπορούμε να συμβάλλουμε: Ευρώπη, Εθνικές Κυβερνήσεις, Απλοί Πολίτες. Φτάνει να το θέλουμε και να βάλουμε τον άνθρωπο, πάνω από το κέρδος. (Καταναλωτικά Βήματα 2006)

3.3 Συμπεράσματα

Σε μια περίοδο με παγκόσμια οικονομική κρίση και με ενεργειακά και περιβαλλοντικά προβλήματα που πρέπει να λυθούν άμεσα προβάλλει η πράσινη επιχειρηματικότητα. Όλο και περισσότερες επιχειρήσεις και οργανισμοί ενημερώνονται μέσω διαφόρων Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων - και όχι μόνο - για θέματα που έχουν σχέση με την επιχειρηματικότητα και την ενέργεια, ιδιαίτερα αυτών που σχετίζονται με τις Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας και την εξοικονόμηση, καθώς και τις δυνατότητες για δημιουργία πολλών νέων θέσεων εργασίας.

Με την υιοθέτηση των κατάλληλων μέτρων δίνονται ευκαιρίες για επιχειρηματικές δραστηριότητες που δε θα επιβαρύνουν το περιβάλλον και την ποιότητα ζωής για τις σημερινές και μελλοντικές γενιές.

ΠΙΝΑΚΕΣ-ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

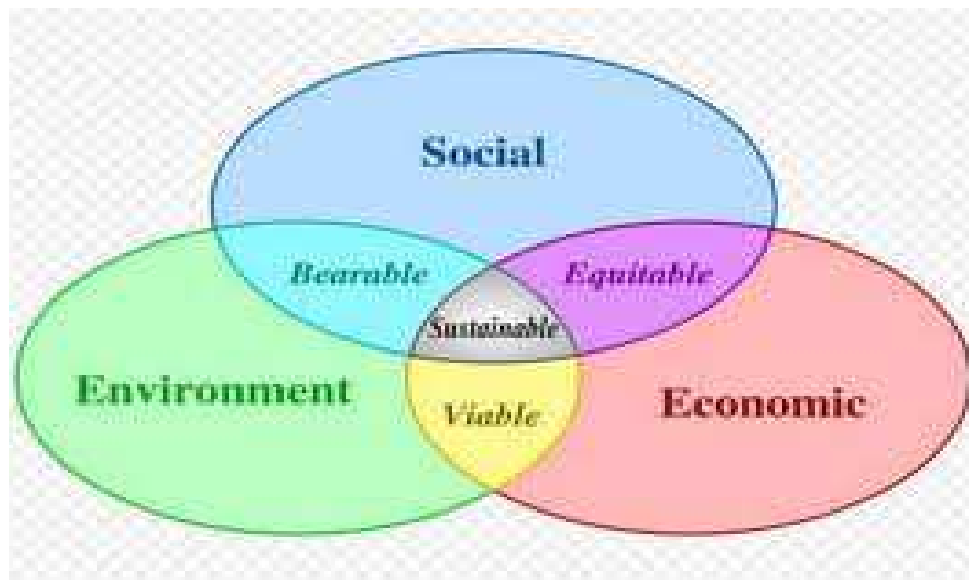
Σύμφωνα με στοιχεία του Ο.Ο.Σ.Α. η περιβαλλοντική απασχόληση καλύπτει παγκοσμίως το 0,4% - 3% της συνολικής απασχόλησης, ενώ στην Ευρώπη των 15 το αντίστοιχο ποσοστό είναι κατά μέσο όρο 1,3%, με πρωτοπόρους τους Αυστριακούς, τους Βέλγους και τους Δανούς (Πηγή 1).

Με βάση την ίδια μελέτη του Ο.Ο.Σ.Α., για την εφαρμογή των ευρωπαϊκών οδηγιών που αναφέρονται στην παρακολούθηση και τη διαχείριση της ρύπανσης στον ατμοσφαιρικό αέρα, στο υδάτινο δυναμικό και στο έδαφος, απαιτούνται δαπάνες, στα 15 κράτη-μέλη της τάξης των 40 δις ευρώ/έτος, ενώ οι επενδύσεις της εικοσαετίας 1990-2010 θα φτάσουν μόλις τα 260 δις ευρώ.

Οι ευεργετικές επιπτώσεις των πράσινων επενδύσεων είναι κάτι παραπάνω από ορατές, αφού σύμφωνα με εκτιμήσεις του Οργανισμού 500.000 νέες θέσεις εργασίας δημιουργούνται κάθε έτος, αριθμός που αντιστοιχεί στο 3% περίπου των ανέργων της Ε.Ε. (Πηγή 1). Αναλυτικά, τα ποσοστά πράσινης απασχόλησης για κάθε κράτος φαίνονται στον πίνακα 1.

Πίνακας 1.	
Ποσοστά πράσινης απασχόλησης	
στην Ευρώπη των 15 (2)	
Κράτος	Απασχόληση ως % της ανεργίας
Αυστρία	10%
Βέλγιο	6%
Γαλλία	2%
Γερμανία	4%
Δανία	5%
Ελλάδα	4%
Ιρλανδία	5%
Ισπανία	2%
Ιταλία	2%
Λουξεμβούργο	12%
Μ. Βρετανία	3%
Ολλανδία	12%
Πορτογαλία	7%
Σουηδία	3%
Φιλανδία	3%

Θέσεις απασχόλησης ως το 2020 από μια στροφή στην πράσινη ανάπτυξη





ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ
«ΝΕΟΙ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ»

1. Αποστολόπουλος Ιωάννης, «Ειδικά Θέματα Χρηματοδοτικής Διοίκησης», Σταμούλης, 2004
2. Βλαχοπούλου Μάρω, «e-Μάρκετινγκ», Ιανός, 2003
3. Ζωή Γεωργαντά, «Επιχειρηματικότητα & Καινοτομίες», Ανίκουλα, 2003
4. Κώστας Ν. Δερβιτσιώτης, «Διοίκηση Παραγωγής», Σύγχρονες Προσεγγίσεις, 1999
5. Μύρων Μ. Ζαβλανός, «Οργανωτική Συμπεριφορά», Σταμούλης, 2002
6. Κώστας Μαγνήσαλης, «Δημιουργική Σκέψη», Ελληνικά Γράμματα, 2003
7. Γιάννης Μάρκοβιτς, «Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού, Παρακίνηση – Εξουσία», University Studio Press, 2002
8. Ζαβλανός Μύρων, «Οργάνωση και Διοίκηση», Έλλην, 2005
9. Ανδρέας Ι. Νικολάου, «Ανάλυση Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων», Μπένος, 1999
10. Νίκος Καζάζης, «Αποτελεσματικό Μάρκετινγκ», Σταμούλης, 2000
11. Κορρές Γεώργιος, «Βασικές Αρχές Οικονομίας και Διοίκησης», Σταμούλης, 2006
12. Κούγιας Γεώργιος – Γεωργίου Δημήτριος, «Χρηματοοικονομικά Μαθηματικά», Νέες Τεχνολογίες, 2004
13. Νικήτας Α. Νίρχος, «Χρηματοοικονομική Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων», Σταμούλης, 2002
14. Στέλλα Ξηροτύρη – Κουφίδου, «Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων», Ανίκουλα, 2001
15. Βασίλης Μ. Παπαδάκης, «Στρατηγική των Επιχειρήσεων», Ε. Μπένου, 2002
16. Πετράκης Μιχαήλ, «Έρευνα Μάρκετινγκ», Σταμούλης, 2006
17. Πομόνης Νικόλαος, «Γενική Λογιστική», Σταμούλης, 2004
18. Κ. Τζωρτζάκης – Α. Τζωρτζάκη, «Οργάνωση και Διοίκηση», Rosili, 1999
19. Γεώργιος Ε. Χαραμής, «Ανάλυση και Σχεδιασμός Πληροφοριακών Συστημάτων», Ανίκουλα, 2002
20. Λεωνίδας Σ. Χυτήρης, «Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων», Interbooks, 2001
21. Ιωάννης Αθ. Χατζηδημητρίου, «Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες», Ανίκουλα,

2003

22. Amelia Au-Yeung, “Global Business”, Kingston University, 2003
23. Fiona Czerniawska, “Management Consultancy”, Palgrave, 2002
24. D.Browne, D.Martland, P.Samouel, T.Sims, “Information Management”, Kingston University, 2002
25. C.Butler, S.Narendram, J.Pidduck, S.Sachdev, K.Truss, B.Willery, J.Woodall, “Human Resource Management”, Kingston University, 2002
26. Patricia Hedges, «Ανακάλυψε την Προσωπικότητά σου», Καστανιώτης, 2003
27. Kimiz Dalkir, “Knowledge Management in Theory and Practice”, Elsevier, 2005
28. David Goleman, «Συναισθηματική Νοημοσύνη», Ελληνικά Γράμματα, 1998
29. David Goleman, «Συναισθηματική Νοημοσύνη στο χώρο της εργασίας», Ελληνικά Γράμματα, 2000
30. M.Mador, R.Matthews, “Strategic Management”, Kingston University, 2003
31. Michael J. Cunningham, “e-Επιχειρείν», Γκιούρδας, 2002
32. A.A. Gropelli – E. Nikbakht, «Χρηματοοικονομική», Κλειδάριθμος, 2002
33. David Kersey, “Please Understand Me II”, Prometheus Nemesis Book Company, 1998
34. Kingston University, “Management Consultancy”, Kingston University, 2003
35. Philip Kotler, “Marketing Management”, Prentice-Hall, 2002
36. Philippe Lassere, “Global Strategic Management”, Palgrave Macmillan, 2003
37. Shim J. Siegel J., “Διοίκηση Εκμετάλλευσης, Operations Management”, Κλειδάριθμος, 2002
38. I. Nonaka – H. Takeuchi, «Η Επιχείρηση της Γνώσης», Καστανιώτης, 2003
39. Patrick J. Thurbin, “Entrepreneurship & Creativity in Business Growth & Value” , Kingston University, 2003
40. John A. Tracy, «Χρηματοοικονομικά», Γκιούρδας, 2000
41. Jean Woodall, “Personal & Professional Development”, Kingston University, 2002

«Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

- 1.Ανώνυμος, (2011). *Επιτάχυνση της ανάπτυξης των ΑΠΕ για το κλίμα*, [e-book]. Διαθέσιμο στο <http://www.econews.gr>.
- 2.Ανώνυμος, (nd). *Πράσινη Επιχειρηματικότητα*. Διαθέσιμο στο <http://touristiki-agma.gr>. [Πρόσβαση 20 Απριλίου 2011].
- 3.Ανώνυμος, (nd). *Τομείς εφαρμογής*. [Online]. Κέντρο Ανανεώσιμων Πηγών και Εξοικονόμησης Ενέργειας (ΚΑΠΕ). Διαθέσιμο στο <http://www.cres.gr/services/istos.chtm?prnbr=24763&locale=el>. [Πρόσβαση 21 Μαρτίου 2011].
- 4.Ανώνυμος, (2009). *Ανανεώσιμες πηγές ενέργειας. Περιβάλλον –Οικολογία*. Διαθέσιμο στο <http://climate.wwf.gr>. [Πρόσβαση 20 Μαρτίου 2011].
- 5.Βερνίκος, Γ., (2007). *Ρόλος και απαιτήσεις των ΜΚΟ στη σημερινή εποχή*. [pdf]. Διαθέσιμο στο <http://zitaindex.gr/files/mko.pdf>. [Πρόσβαση 26 Μαρτίου 2011].
- 6.Βουτυράκης, Μ., (2008). *Παγκοσμιοποίηση και περιβάλλον*. [Online]. Διαθέσιμο στο http://www.ecocrete.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=4476&Itemid=0. [Πρόσβαση 16 Μαρτίου 2011].
- 7.Ζήσης, Ι., (2003). *Πράσινο Επιχειρείν*. 1^η έκδοση. Αθήνα: Υπουργείο Περιβάλλοντος & Δημοσίων Έργων. [Πρόσβαση 10 Μαρτίου 2011].
- 8.Ξενίτης, (nd). *Προστασία του περιβάλλοντος ή ανάπτυξη;*, [e-book]. Διαθέσιμο στο <http://www.oikologos.gr/News2006/0353.html>. [Πρόσβαση 20 Απριλίου 2011].
- 9.Σταματίου, Ε.Ν., (nd). *Πράσινη επιχειρηματικότητα-χωρικός σχεδιασμός & περιβαλλοντική διαχείριση* [pdf]. Διαθέσιμο στο <http://kallithea.hua.gr/epixeirein/dihm4%20docs/stamatiou.pdf>. [Πρόσβαση 25 Μαρτίου 2011].

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Pearce, F., (2007). *Population: Overconsumption is the real problem*. Translated from English by Ανώνυμο.[online]. Διαθέσιμο στο <http://biologion.blogspot.com>. [Πρόσβαση 25 Απριλίου 2011].

Roskis, E., Caujolle, C., Bouveresse, J., Klinenberg, E., Bénilde, M., Musso P., Okas, L., Balbastre, G., Rimbert, P., Halimi, S., Ignacio, R., Pisani, F., Lazuly, P., Schiller, D., Lemoine, M. & Maler, H., (2007). *Le Monde diplomatique: combats pour le medias*. Translated from France by Χ. Λογοθέτης & Γ. Μπονίκου. Αθήνα: Σαββάλας

ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ

- www.eommex.gr
- www.in.gr
- www.eurofa.com
- www.google.gr
- www.naftemporiki.gr
- www.hellastat.gr
- www.eurostat.gr
- www.iobe.gr
- www.eurostat.com
- www.go-online.gr
- www.tovima.gr
- www.sev.org.gr

Σας ευχαριστούμε για χρόνο σας, και την κατανόηση σας...
Με πολύ εκτίμηση
Νικόλαος Γαλάτουλας & Χαραλαμποπούλου Μαγδαληνή