

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**‘ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΑΝΤΙΣΤΑΘΗΚΑΝ ΣΤΗΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ’**

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ

ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ ΚΥΡΙΑΚΑΚΗ

A.M.4398

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ

κ. ΔΗΜΟΥ ΕΙΡΗΝΗ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ, ΙΟΥΛΙΟΣ 2016

Copyright © Κυριακάκη Κωνσταντίνα 2016

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved. Η έγκριση της παρούσας εργασίας από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΤΕΙ Κρήτης δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων των συγγραφέων εκ μέρους του Τμήματος.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω την καθηγήτριά μου κ. Δήμου, για τον πολύτιμο χρόνο που διέθεσε για την εκπόνηση της πτυχιακής μου εργασίας. Η βοήθειά της ήταν καταπέλτης ενώ με βοήθησε να κατανοήσω την οικονομική κρίση που πρόεκυψε στην Ελλάδα, τα αίτια αυτής αλλά και το πώς λειτουργεί η επιχειρηματικότητα στη χώρα μας.

Τέλος, η συμβολή της οικογένειάς μου σε κάθε βήμα που κάνω έχει για μένα πολύτιμη αξία. Την ευχαριστώ λοιπόν που γι ακόμα μία φορά ήταν δίπλα μου κατά τη διάρκεια των ετών φοίτησής μου στο ΤΕΙ, παροτρύνοντάς με σε όλα τα σχέδιά μου.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρακάτω πτυχιακή εργασία γίνεται για να εξεταστεί η εξέλιξη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα και η οικονομική κατάσταση των Ελληνικών επιχειρήσεων την περίοδο της κρίσης και πιο συγκεκριμένα μέχρι και το 2015. Μελετάται δηλαδή το κατά πόσο μπόρεσαν οι επιχειρήσεις, και ειδικότερα στο νομό Ηρακλείου, να αντισταθούν στην κρίση που πρόέκυψε. Στη συνέχεια θα δούμε ποιες ήταν αυτές, τι το διαφορετικό έκαναν σε σχέση με τις άλλες, ποια ήταν τα σχέδια τους και αν μπόρεσαν τελικά να τα υλοποιήσουν.

Αρχικά, το πρώτο κεφάλαιο αναφέρεται στον ορισμό της κρίσης και ειδικότερα στον ορισμό της οικονομικής κρίσης. Αναλύονται οι ορισμοί καθώς και οι επιχειρήσεις που αντιστάθηκαν στην κρίση. Τέλος εξετάζεται ποιες ήταν οι αρνητικές επιπτώσεις στις επιχειρήσεις.

Στο επόμενο κεφάλαιο παρουσιάζεται ο ορισμός της επιχειρηματικότητας και οι σχετικές θεωρίες. Ακόμα, αναλύονται τα είδη της επιχειρηματικότητας, τα χαρακτηριστικά ενός επιτυχημένου επιχειρηματία αλλά και οι μύθοι της επιχειρηματικότητας σε σχέση με την πραγματικότητα.

Στη συνέχεια στο τρίτο κεφάλαιο, συζητώνται τα αίτια της κρίσης, το πώς εισέβαλε η κρίση στις ελληνικές επιχειρήσεις αλλά και η εξέλιξη της καινοτομίας στην Ελλάδα.

Τα επόμενα κεφάλαια αφορούν στην πρωτογενή έρευνα και πιο συγκεκριμένα, το τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζει τη μεθοδολογία της έρευνας και το επόμενο κεφάλαιο τα αποτελέσματα.

Συμπερασματικά λοιπόν, η πτυχιακή εμβαθύνει στη γενικότερη κατάσταση που έχει δημιουργηθεί στον επιχειρηματικό κόσμο από την οικονομική κρίση που μαστίζει τη χώρα μας τα τελευταία χρόνια, εστιάζοντας στα αίτια αυτής και στις επιπτώσεις της στις επιχειρήσεις, με πεδίο εφαρμογής τις επιχειρήσεις του νομού Ηρακλείου.

ABSTRACT

The following thesis is to examine the development of entrepreneurship in Greece and the financial situation of Greek enterprises in the period of crisis and in particular up to 2015. Studied that whether the companies were able, in particular in Heraklion, resist the crisis emerged. Then we will see what they were, what they did different compared to the others, what were their plans if they could finally materialize.

Initially, the first chapter deals with the definition of the crisis and in particular the definition of the economic crisis. Analyzed the definitions and firms resisted the crisis. Finally what was considered the negative impact on business.

In the next section the definition of entrepreneurship and related theories. Still, they analyzed the types of entrepreneurship, the characteristics of a successful entrepreneur and myths of entrepreneurship in relation to reality.

Then in the third chapter, discussed the causes of the crisis, how the crisis broke in Greek businesses and the development of innovation in Greece.

The following chapters are in primary research and, more specifically, the fourth chapter presents the research methodology and the next chapter in the results.

So in conclusion , the thesis deepen the general situation created in the business world from the economic crisis in our country in recent years , focusing on the causes of this and its impact on business, with the scope of Heraklion businesses.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Ευχαριστίες	3
Περίληψη	4
Abstract	5
Εισαγωγή	7
Κεφάλαιο 1^ο : Οικονομική Κρίση.....	8
1.1 Ορισμός Κρίσης	8
1.2 Ορισμός Οικονομικής Κρίσης	9
1.3 Επιχειρήσεις που αντιστάθηκαν στην Οικονομική Κρίση.....	10
1.4 Οι Αρνητικές Επιπτώσεις της Κρίσης.....	13
Κεφάλαιο 2^ο : Επιχειρηματικότητα.....	15
2.1 Ορισμός Επιχειρηματικότητας	15
2.2 Θεωρίες Επιχειρηματικότητας	17
2.2.1 Γυναικεία Επιχειρηματικότητα	17
2.2.2 Νεανική Επιχειρηματικότητα	19
2.2.3 Πράσινη Επιχειρηματικότητα	22
2.3 Είδη Επιχειρηματικότητας	23
2.4 Τα Χαρακτηριστικά ενός επιτυχημένου Επιχειρηματία	25
2.5 Μύθοι και πραγματικότητα στην Επιχειρηματικότητα	27
2.6 Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα	29
2.7 Το επίπεδο της Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα	31
2.8 Προγράμματα Ενίσχυσης Επιχειρηματικότητας.....	32
Κεφάλαιο 3^ο :Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα- Επιδράσεις Οικονομικής Κρίσης..	33
3.1 Τα Βαθύτερα Αίτια της Ελληνικής Οικονομικής Κρίσης	33
3.2 Πολιτική και Θεσμική Ανισορροπία.....	35
3.3 Η Κρίση στις Ελληνικές Επιχειρήσεις.....	36
3.4 Η Αρχή της Κρίσης στην Ελλάδα.....	38
3.5 Η Καινοτομία στην Ελλάδα.....	39
Κεφάλαιο 4^ο : Μεθοδολογία Έρευνας.....	41
4.1 Σκοπός Έρευνας	41
4.2 Μεθοδολογία Έρευνας.....	41
Κεφάλαιο 5^ο : Αποτελέσματα Έρευνας.....	44
Κεφάλαιο 6^ο : Συμπεράσματα.....	52
Βιβλιογραφία.....	54
Συγγράμματα.....	54
Ηλεκτρονικές Πηγές.....	54
Παράρτημα Έρευνας.....	58

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η οικονομική κρίση που ήρθε στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια δημιούργησε πολλά προβλήματα στο χώρο των επιχειρήσεων. Κατά αυτόν τον τρόπο επηρεάστηκαν μικρές αλλά και μεγάλες επιχειρήσεις. Επιχειρήσεις με μεγάλο όνομα και διάρκεια πορείας όλα αυτά τα χρόνια δεν μπόρεσαν να κρατηθούν και έκλειναν η μία μετά την άλλη. Παρόλα αυτά κάποιες αποτέλεσαν έκπληξη καθώς τα κέρδη τους μπόρεσαν να κρατηθούν σταθερά χωρίς να χάσουν τους πελάτες τους ή την καλή τους φήμη.

Επιπλέον, οι επιχειρήσεις που μπόρεσαν να επιβιώσουν φαίνεται να είναι εκείνες που είχαν κατανοήσει την έννοια της επιχειρηματικότητας. Οι επιχειρηματίες συνεχώς σκεφτόνταν καινοτόμες ιδέες έτσι ώστε η επιχείρησή τους να μπορέσει να κρατηθεί. Με τον τρόπο αυτό δημιουργούσαν προϊόντα που τα επιζητούσε ο κάθε καταναλωτής, αποκτώντας και η μία πλευρά και η άλλη αυτό που ήθελε. Οι καταναλωτές προϊόντα για κάθε χρήση και την απλούστευση της καθημερινότητάς τους, ενώ οι επιχειρηματίες υψηλά κέρδη και δυνατό όνομα για την επιχείρησή τους.

Πιο συγκεκριμένα, στην παρούσα πτυχιακή εργασία, επιχειρήσεις του νομού Ηρακλείου σε κλάδους όπως είναι ο τουριστικός, ο βιομηχανικός αλλά και το λιανικό εμπόριο μπόρεσαν να κρατήσουν ισορροπίες και να επιβιώσουν. Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύεται η οικονομική κρίση και οι παράγοντες που οδήγησαν σε αυτήν. Στο δεύτερο κεφάλαιο η επιχειρηματικότητα και πως αυτή αποτέλεσε την άνοδο του τζίρου των επιχειρήσεων. Τέλος, στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται λόγος για την οικονομική κρίση στην Ελλάδα και ποιες ήταν οι επιδράσεις αυτής.

Στο τελευταίο μέρος γίνεται ανάλυση της πρωτογενούς έρευνας των αποτελεσμάτων που διεξήχθη. Μέσα από την έρευνα γίνονται περισσότερο κατανοητές οι προσπάθειες που έκαναν προκειμένου να μπορέσουν να κρατήσουν τις επιχειρήσεις τους αλλά και ποιες μεθόδους χρησιμοποίησαν για να είναι πρώτοι στον κλάδο τους. Στη συνέχεια παρατίθενται τα αποτελέσματα αλλά και τα συμπεράσματα που βγαίνουν από την έρευνα.

Κεφάλαιο 1^ο : ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΚΡΙΣΗΣ

Αρχικά, ο όρος κρίση εμφανίζεται για πρώτη φορά στην Ιατρική Επιστήμη. Κρίση στον τομέα αυτό σημαίνει τη δυσλειτουργία του ανθρώπινου σώματος για κάποιους λόγους κάθε φορά⁽¹⁾. Μέχρι να ερευνηθούν αυτοί οι λόγοι το σώμα περνάει από διάφορα στάδια. Το ίδιο συμβαίνει και στην κρίση όσον αφορά τους πολιτισμούς. Περνάνε από διάφορα στάδια μέχρι να ακμάσουν πάλι και να βρεθούν στο ίδιο σημείο που ήταν πριν υποστούν τις διάφορες αλλαγές.

Επιπλέον, ο όρος κρίση με την έννοια της κακής τροπής μίας κατάστασης, εμφανίζεται από το χώρο της οικονομίας στη σύγχρονη σκέψη μόλις τον 19^ο αιώνα. Ο Αρόν στο βιβλίο του αναφέρεται στον Μαρξ και τον Ένγκελς που κάθε φορά που ξεσπούσε μία κρίση στην οικονομία αναρωτιούνταν για το είδος της κρίσης. Όπως αναφέρεται χαρακτηριστικά στο αν η κρίση αυτή ήταν κυκλική, δομική, κρίση παροδική ή κρίση του καπιταλισμού⁽²⁾.

Κυκλική οικονομική κρίση ονομάζεται το φαινόμενο όπου υπάρχει διακοπή του κύκλου της ευρύτερης αναπαραγωγής του κεφαλαίου. Αυτή η ευρύτερη αναπαραγωγή εναλλάσσεται σταδιακά σε σχέση με την άνοδο και την πτώση και δεν είναι μία μόνιμη κατάσταση αλλά διακόπτεται ανά διαστήματα⁽³⁾. Δομική κρίση σημαίνει πως δεν αναφέρεται μόνο σε μία χώρα αλλά κάτι που είναι πιο γενικό. Η ελληνική λοιπόν κρίση δεν είναι εξολοκλήρου μόνο ελληνική αλλά είναι παγκόσμια. Παροδική κρίση ονομάζεται η κρίση η οποία δεν είναι μία μόνιμη κατάσταση αλλά εμφανίζεται ανά τακτά χρονικά διαστήματα. Αυτό σημαίνει ότι κρατάει λίγο καιρό επηρεάζει την εκάστοτε χώρα αλλά στη συνέχεια ξεπερνιέται χωρίς να αφήνει τυχόν προβλήματα. Καπιταλιστική είναι η κρίση κατά την οποία οι καπιταλιστές δεν αναλώνουν όλα τα κέρδη που τους αναλογούν, από το εισόδημά τους, αλλά τα επενδύουν αμέσως στην παραγωγική διαδικασία. Το παραπάνω συμβαίνει για το λόγο ότι επιθυμούν να κερδίσουν ακόμα περισσότερα χρήματα ενώ αυτή η διαδικασία φαίνεται να σταματάει μετά από κάποιο χρονικό διάστημα.

Η κρίση που προκύπτει λοιπόν, από τη δυσλειτουργία του κράτους επιφέρει σταδιακά πολλά προβλήματα στο χώρο της οικονομίας, δημιουργώντας αναταραχές, χάνοντας ακόμα και τον έλεγχο από όλες τις παραγωγικές δυνάμεις της χώρας. Δεν μπορεί να λειτουργήσει τίποτα σωστά ενώ όλα σιγά σιγά παρακμάζουν χωρίς να μπορεί κανείς να βοηθήσει. Επιθυμούν όλοι να βρεθεί λύση και να μπορεί να αναπλαστεί ξανά η χώρα, όπως ακριβώς γίνεται και με τη δυσλειτουργία του σώματος.

Παραπομπές:

1. C. Singer, A history of biology, London, 1950, σ.4. Η αναφορά από την ελληνική μετάφραση του βιβλίου John D.Bernal : Η επιστήμη στην ιστορία, Τομ. Ι, (μετφ. Ε.Ι.ΜΠΙΣΤΑΚΗΣ), Αθήνα: Ι. Ζαχαρόπουλος, 1982. σ. 214

2. Ραιημον Αρόν, Συνηγορία για την Ευρώπη που παρακμάζει (τομ. Β'), (Μετάφραση Πέτρου Ρούσου), Αθήνα: Σιδέρης, 1980, σ.342.

3. Αντωνίου Ερμής, Άγραφα, <http://ropewalker.pblogs.gr/2008/10/ti-einai-oikonomikh-krish.html> , (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).

1.2 ΟΡΙΣΜΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Αρχικά, η οικονομική κρίση ορίζεται το φαινόμενο κατά το οποίο μειώνεται σταθερά και διαρκώς η οικονομική δραστηριότητα μίας χώρας. Αυτό σημαίνει ότι παίρνουν καθοδική πορεία όλα τα πράγματα που συγκροτούν μία οικονομία όπως είναι οι επενδύσεις, το εθνικό προϊόν αλλά και η απασχόληση ^{1} .

Οι τιμές μειώνονται συνεχώς τόσο, ώστε στη συνέχεια να μην μπορεί να υπάρξει κέρδος για τις επιχειρήσεις. Ακόμα, ο βασικότερος δείκτης της οικονομικής δραστηριότητας που είναι οι επενδύσεις όταν αυξάνεται ή μειώνεται συνεχώς παίρνει μαζί του κι όλα τα υπόλοιπα μεγέθη της οικονομίας. Με αυτόν τον τρόπο όποιος επιθυμεί να κάνει μία νέα επένδυση την εγκαταλείπει από τα σχέδιά του μέχρις ότου η οικονομία φτάσει στο σημείο που ήταν. Αυτό συμβαίνει για το λόγο ότι όταν δεν μπορεί να επιβιώσει στην καθημερινή του ζωή δεν θα μπορεί να οραματίζεται επενδύσεις ή γενικότερα άλλα επενδυτικά σχέδια. Η εργασιακή απασχόληση γίνεται όλο και πιο δύσκολη στην αναζήτησή της ή αν βρεθεί μετά από κάποιο χρονικό διάστημα, δεν υπάρχουν τα ίδια χαρακτηριστικά σε αυτήν όπως υπήρχαν παλαιότερα. Δηλαδή, ο μισθός είναι ο μισός σε σχέση με αυτόν που ήταν πριν από λίγα χρόνια όπως και στο ωράριο απασχόλησης υπάρχουν διαβαθμίσεις για το αν είσαι άντρας ή γυναίκα, μικρός ή μεγαλύτερος σε ηλικία.

Συμπερασματικά λοιπόν, η οικονομική κρίση δεν βοηθάει καμία χώρα στο να αναπτυχθεί όπως πρέπει καθώς εμφανίζονται συνεχώς εμπόδια και καταστάσεις που την κάνουν να περιορίζεται σε κάποια θέματα. Όλος ο πληθυσμός της χώρας περνάει από αυτή την κρίση, με κάποιες ελάχιστες εξαιρέσεις, δημιουργώντας πανικό, σύγχυση και φαινόμενα που οι νέοι άνθρωποι δεν έχουν αντιμετωπίσει ποτέ ξανά.

Παραπομπές:

1. Γεώργιος Κουφάρης, «Η παγκόσμια οικονομική κρίση και οι χρηματιστηριακές αγορές». Περιοδικό Χρήμα, Ιανουάριος-Φεβρουάριος 2010

1.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΑΝΤΙΣΤΑΘΗΚΑΝ ΣΤΗΝ ΚΡΙΣΗ

Πολλές ήταν οι επιχειρήσεις μέχρι το έτος του 2014 που δεν μπόρεσαν να επιβιώσουν και έβαλαν λουκέτο καθώς δεν ήταν σε θέση να ανταπεξέλθουν στις υποχρεώσεις που τους είχαν ανατεθεί. Από την άλλη υπήρξαν όμως και επιχειρήσεις, λιγότερες βέβαια, που μπόρεσαν να κρατηθούν, δίνοντας μία μάχη που θα ζήλευε ο καθένας. Παρακάτω θα παρουσιασθούν κάποιες εταιρείες στην Ελλάδα, που με τον τρόπο τους κατάφεραν να επιτύχουν υψηλά κέρδη και όχι απλά να επιβιώσουν.

Αρχικά, μία από αυτές είναι η επιχείρηση ΟΤΕ⁽¹⁾. Είναι ο Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος που προσφέρει σταθερά όλα αυτά τα χρόνια λειτουργίας του πρωτοποριακά προγράμματα, σύγχρονα και ευέλικτα. Οι άνθρωποι που εργάζονται εκεί προσπαθούν να προσφέρουν λύσεις στον καθένα ξεχωριστά ανάλογα με την οικονομική κατάσταση που έχει, ανάλογα με τα δεδομένα που επιθυμεί να αποκτήσει. Δίνονται λύσεις όσον αφορά τα σταθερά και κινητά τηλέφωνα αλλά και το internet προσπαθώντας να επιτύχουν τη μέγιστη δυνατή λύση για το κάθε καταναλωτή που τους προτιμάει. Στα καταστήματα του ΟΤΕ υπάρχουν άτομα που μπορούν να σε εξυπηρετήσουν πρόθυμα, να σου υποδείξουν τη νέα γκάμα προϊόντων και αξεσουάρ που υπάρχει έτσι ώστε να βγουν κι οι δύο πλευρές κερδισμένες. Τέλος, η παραπάνω επιχείρηση ήταν αυτή που τα κέρδη της το 2014 ξεπέρασαν τα €395.400.000.

Η επόμενη επιχείρηση είναι ο ΟΠΑΠ. Τα αρχικά του σημαίνουν Οργανισμός Προγνωστικών Αγώνων Ποδοσφαίρου. Όπως γίνεται λοιπόν κατανοητό τα κέρδη σε αυτή την επιχείρηση αυξάνονται συνεχώς. Ο καταναλωτής με την ιδέα ότι μπορεί να κερδίσει πολλά χρήματα παίζει συνεχώς διάφορα παιχνίδια. Τα παιχνίδια αυτά που ανήκουν στην παραπάνω επιχείρηση μπορεί να είναι το στοίχημα, το κίνο, το τζόκερ, το προ-πο ή το λόττο. Τα παιχνίδια αυτά είναι τυχερά, δηλαδή δεν μπορεί κανείς να ελέγξει το αποτέλεσμά τους και με αυτόν τον τρόπο ωθούν τους παίχτες συνεχώς στο να επηρεάζονται και να παίζουν. Αυτά ασχολούνται με αγώνες ποδοσφαίρου ή απλά με αριθμούς που αν είναι κανείς τυχερός και βρει τη σειρά κερδίζει. Με αυτόν λοιπόν τον τρόπο η επιχείρηση ΟΠΑΠ μπόρεσε να κερδίσει €305.579.000 αυξάνοντας ακόμα περισσότερο τα κέρδη της.

Τρίτη μεγάλη επιχείρηση που μπόρεσε και κρατήθηκε μέσα στην κρίση ήταν η FOLLI FOLLIE. Η εταιρεία αυτή προσπαθεί να αναδείξει τη θηλυκή πλευρά κάθε γυναίκας μέσα από μία μεγάλη γκάμα αξεσουάρ. Διαθέτει ρολόγια, τσάντες, κοσμήματα και αξεσουάρ πράγματα δηλαδή που κάθε γυναίκα ονειρεύεται να αποκτήσει. Συνεχώς δημιουργεί προσφορές έτσι ώστε να μην χάνει την πελατεία της που η περισσότερη από αυτήν είναι σταθερή. Αυτά που προσφέρει είναι όμορφα αλλά και καλά κομμάτια που η κάθε γυναίκα μπορεί να αγοράσει και να αφήσει ανεξίτηλα στη μνήμη των άλλων την ομορφιά τους. Το 2014 μπόρεσε να κρατήσει ένα υψηλό βαθμό κέρδους, το μισό όμως σε σχέση με αυτόν του 2013. Ο αριθμός αυτός ήταν €192.799.000.

Επιπλέον, η Εθνική Πανγαία ΑΕΕΑΠ ήταν αυτή που αύξησε τα κέρδη της μέσα σε ένα χρόνο κατά 848,1 % , δηλαδή €179.100.000. Τα αρχικά ΑΕΕΑΠ σημαίνουν

Ανώνυμη Εταιρεία Επενδύσεων σε Ακίνητη Περιουσία. Ο όμιλος δηλαδή των επιχειρήσεων ασχολείται με ακίνητες περιουσίες κερδίζοντας συνεχώς όλο και περισσότερο όπως φαίνεται⁽²⁾. Είναι μέλος του ομίλου της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος και ιδρύθηκε το 1999 με το διακριτικό τίτλο ΑΤΤΙΚΑ ΑΚΙΝΗΤΑ Α.Ε.

Η εταιρεία JUMBO παραμένει σταθερή όλα αυτά τα χρόνια και κρατιέται στην αγορά χωρίς να επηρεάζεται από την κρίση. Στα καταστήματά της υπάρχουν όλα τα είδη παιχνιδιών, ειδών bebe αλλά και οτιδήποτε χρειάζεται κάποιος για το σπίτι. Τα προϊόντα είναι οικονομικά σε σχέση με άλλα καταστήματα αλλά όχι όλες τις φορές το ίδιο ανθεκτικά. Την πελατεία του δεν τη χάνει ποτέ ενώ συνεχώς προσλαμβάνει νέους υπαλλήλους να εργαστούν στο χώρο του. €129.979.000 ήταν ο αριθμός που σημείωσαν τα κέρδη του το 2014, 35,8% παραπάνω από το 2013.

Ακόμα, η εταιρεία Εθνική Ασφαλιστική βγήκε κερδισμένη μετά από μία πορεία στο χώρο 120 ετών. Κύριος μέτοχός της είναι η Εθνική Τράπεζα ενώ δημιουργεί ασφάλεια ανάλογα με τα δεδομένα που εξυπηρετούν τον καθένα. Έχει ασφάλειες για το χώρο της υγείας, τις συντάξεις, τις μετακινήσεις και γενικότερα οτιδήποτε χρειάζεται ο κάθε πολίτης⁽³⁾. Προσπαθεί να βοηθάει όποιον την έχει ανάγκη δημιουργώντας συνεχώς νέα προϊόντα ώστε να καλύπτει όλες τις επιθυμίες. Τα κέρδη της ήταν €105.424.000 ενώ συνεχώς αυξάνονται.

Επομένη επιχείρηση από τον κλάδο των αερομεταφορών αυτή τη φορά είναι η Aegean Airlines. Είναι η μεγαλύτερη αεροπορική εταιρεία σε σχέση με τον αριθμό των επιβατών που μεταφέρονται καθημερινά, από το μέγεθος των προορισμών που μπορεί να καλύψει αλλά και από το μεγάλο μέγεθος των αεροπλάνων που διαθέτει. Κεντρικοί άξονές της είναι το αεροδρόμιο Αθηνών και το αεροδρόμιο Θεσσαλονίκης. Το 2014 τα κέρδη της ξεπέρασαν τα €90.000.000 πράγμα που δείχνει ότι οι πελάτες της είναι ευχαριστημένοι από τα ταξίδια που προσφέρει και από την εξυπηρέτηση που τους δείχνουν⁽⁴⁾.

Η καπνοβιομηχανία Καρέλια ήταν αυτή που δεν έχασε κανένα πελάτη της. Το συγκεκριμένο είδος υπάρχει ακριβώς ή σχεδόν το ίδιο σε πολλά διαφορετικά αντίτυπα. Οι καταναλωτές όμως επιθυμούσαν αυτά τα τσιγάρα, αυτή τη συγκεκριμένη εταιρεία η οποία αύξησε τα κέρδη της κατά 42,7% περισσότερο μέσα σε ένα χρόνο. Ίσως είχε κάτι το διαφορετικό στον τρόπο που τα πρότεινε στους καταναλωτές ή στο είδος του καπνού που χρησιμοποιούσε.

Ακόμα, τα αφορολόγητα είδη είναι αυτά που κερδίζουν τους επισκέπτες στα αεροδρόμια. Τα DUTY FREE SHOPS που υπάρχουν σε όλα τα αεροδρόμια του κόσμου έχουν σταθερό κοινό όλο το χρόνο. Μέσα σε αυτά τα καταστήματα μπορεί να αγοράσει κανείς σοκολάτες, αξεσουάρ, καλλυντικά ή μικρά souvenir. Εξυπηρετούν τον άντρα, τη γυναίκα αλλά και το παιδί σε ό,τι αγορά επιθυμεί να κάνει. Οι υπάλληλοι που δουλεύουν εκεί είναι ευγενικοί πάντα και πρόσχαροι να σε βοηθήσουν όπου τους χρειαστείς. €62.708.000 ανήρθαν τα κέρδη της το 2015.

Τέλος, η εταιρεία TITAN όπου ασχολείται με την παραγωγή τσιμέντου αλλά και άλλων ειδών δομικών υλικών εδώ και 113 χρόνια, φαίνεται να ξεπέρασε τα €46.000.000 τον προηγούμενο χρόνο. Η παραπάνω επιχείρηση διαθέτει εργοστάσια σε εννέα χώρες ενώ απασχολεί 5.500 εργαζομένους συνολικά⁽⁵⁾. Ο κάθε πελάτης

ξέρει ότι θα βρει αυτό που επιθυμεί, οι παραγγελίες καταφτάνουν αμέσως και είναι ευχαριστημένες και οι δύο πλευρές από αυτό.

Παραπομπές:

1. 2015, ΟΙ 20 ΓΙΓΑΝΤΕΣ ΠΟΥ ΝΙΚΟΥΝ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ: Ποιες είναι οι ελληνικές επιχειρήσεις που αντέτρεψαν τα δεδομένα, *crash online*, 3 Νοεμβρίου, Διαθέσιμο στο <http://www.crashonline.gr/%CE%BF%CE%B9-20-%CE%B3%CE%B9%CE%B3%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%B5%CF%83-%CF%80%CE%BF%CF%85-%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%85%CE%BD-%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%BA%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%B7-%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%B5/>, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).
2. <http://www.nbgpangaea.gr/>, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).
3. <https://www.ethniki-asfalistiki.gr/default.aspx?page=home>, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).
4. https://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&sqi=2&ved=0ahUKEwjPs8vt2aPJAhXDshQKHct4BywQFgqgMAA&url=https%3A%2F%2Fen.wikipedia.org%2Fwiki%2FAegean_Airlines&usq=AFQjCNE1U-UFQSuNdY9FlqB-ShsDpF-nJg&sig2=OLw1YTVFg5WrzWNOBPNnZA&bvm=bv.108194040,d.d24, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).
5. <http://www.titan.gr/el/titan-group/>, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).

1.4 ΟΙ ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Πολλές είναι οι επιπτώσεις που φαίνεται να αντιμετωπίζει η Ελλάδα κατά τη διάρκεια της κρίσης. Σε μικρό χρονικό διάστημα η χώρα ήρθε στο προσκήνιο για την οικονομική κρίση που διανύει, για τα δάνεια που δεν μπόρεσαν ποτέ να επιστραφούν στους δανειστές αλλά και για το ποιες ήταν οι κύριες αιτίες που έφτασε στο σημείο αυτό.

Αρχικά, ως κύρια επίπτωση, ήταν η ανεργία που ξεπέρασε κάθε όριο⁽¹⁾. Άνθρωποι όλων των ηλικιών δεν μπόρεσαν να κρατηθούν στις εργασίες τους ακόμα κι αν εργαζόνταν σε αυτές περισσότερο από είκοσι χρόνια. Οι περισσότεροι επιχειρηματίες προσπάθησαν να κρατήσουν το προσωπικό τους έστω και με το μισό μέρος του μισθού από ότι είχαν παλαιότερα. Νέοι αναζητούσαν εργασία στον τομέα που ήταν απόφοιτοι αλλά ούτε αυτό ήταν εφικτό καθώς δεν υπήρχαν θέσεις να εργαστούν. Σαν αποτέλεσμα ήταν η φτώχεια να ξεπεράσει κάθε όριο, πολλοί άνθρωποι να μένουν στο δρόμο καθώς δεν είχαν στέγη αλλά ούτε και φαγητό.

Επιπλέον, άρχισε σιγά-σιγά να περιορίζεται ολοένα η ανάπτυξη σε όλους τους κλάδους της χώρας. Γινόταν με αργούς ρυθμούς στο βιομηχανικό κλάδο για παράδειγμα, καθώς δεν υπήρχε το κατάλληλο κεφάλαιο για να μπορέσουν να γίνουν οι πληρωμές και οι παραγγελίες των πραγμάτων. Κατά αυτόν τον τρόπο η οικονομία άρχισε να συρρικνώνεται, να μην μπορεί να αποδώσει καρπούς και όλα να γίνονται με αργές κινήσεις.

Ακόμα, αρνητικές ήταν οι συνέπειες στις εξαγωγές αλλά και στις εισαγωγές εμπορεύσιμων προϊόντων και καυσίμων. Με το να μην υπάρχουν τα απαιτούμενα χρήματα για τις πληρωμές αυτών, η χώρα, δεν μπορούσε να εισάγει αλλά ούτε να εξάγει προϊόντα καθώς δεν υπήρχε η πιστότητα για το αν πληρωθούν μετά από αυτές. Γνωρίζοντας όλες οι χώρες ότι η οικονομία της Ελλάδας είναι προβληματική λόγω της οικονομικής κρίσης, κανείς δεν την εμπιστευόταν για να προχωρήσει σε περαιτέρω συναλλαγές με ελληνικές επιχειρήσεις. Κατά αυτόν λοιπόν τον τρόπο το διεθνές εμπόριο άρχισε να μειώνεται σταθερά, οι υπόλοιπες χώρες να μη μπορούν να επενδύσουν στην Ελλάδα αλλά ούτε και τις υπόλοιπες χώρες του εξωτερικού.

Επιπρόσθετα, μειώθηκαν οι αγορές πρώτης κατοικίας για το λόγο ότι ο κάθε ένας πολίτης πρώτη του επιθυμία ήταν να έχει ένα πιάτο φαγητό, ένα σπίτι να κατοικεί και μετά να προβεί στην αγορά της δικής του κατοικίας. Τα ασφαλιστικά προγράμματα για τον κάθε άνθρωπο ήταν δύσκολο να διατηρηθούν. Αυτό συνέβη καθώς δεν υπήρχαν κεφάλαια παραπάνω για να μπορέσει να αποκτήσει ο κάθε ένας τη δίκη του ασφάλεια. Η υγεία και η εκπαίδευση, δύο πράγματα αυτονόητα για όλους τους ανθρώπους, που μέχρι πριν από μερικά χρόνια παρέχονταν και τα δύο δωρεάν, άρχισαν να αμφισβητούνται. Δεν υπήρχαν οι κατάλληλοι πόροι αλλά και οι υποδομές έτσι ώστε να μπορέσει κάποιος να πηγαίνει σε δημόσια νοσοκομεία ή σχολεία και να λαμβάνει την ίδια περίθαλψη ή εκπαίδευση αντίστοιχα.

Μεταξύ των άλλων, άρχισε να μειώνεται η εμπιστοσύνη των καταναλωτών απέναντι στα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Οι τράπεζες άρχισαν να χάνουν το ενδιαφέρον του

κόσμου καθώς οι τελευταίοι δεν τις εμπιστευόταν πλέον. Ενώ τα παλαιότερα χρόνια δάνειζαν σε μεγάλο βαθμό τους καταναλωτές, τον τελευταίο καιρό και ειδικά μετά τα capital controls όλα άλλαξαν. Πάρθηκαν κάποια μέτρα προκειμένου η χώρα να μπορέσει να μείνει στη ζώνη του ευρώ χωρίς να επιστρέψει στη δραχμή. Όλα αυτά επηρέασαν τους καταναλωτές, οι οποίοι σταμάτησαν να εμπιστεύονται τις τράπεζες.

Ακόμα, η μεταφορά εμβασμάτων γινόταν όλο και πιο δύσκολη σε χώρες που είχαν αρχίσει να αναπτύσσονται το τελευταίο διάστημα. Επειδή χρειαζόταν πάνω από μία τράπεζες για να επιτευχθεί αυτή η μεταφορά, η εμπιστοσύνη προς τα κράτη-μέλη που δεν είχαν αναδείξει στο παρελθόν κάτι σταθερό άρχισε να μειώνεται. Προτιμότερο ήταν, λοιπόν, η Ελλάδα να έκανε τις συναλλαγές της με ανεπτυγμένες χώρες που ήξερε ότι ήταν έμπιστες και δεν θα υπήρχε κάποιο πρόβλημα στο μέλλον παρά με μη αναπτυσσόμενες μη γνωρίζοντας τι θα προκύψει.

Τέλος, οι ισοτιμίες μεταξύ των διαφόρων νομισμάτων όλων των χωρών, άρχισαν να δημιουργούν προβλήματα. Δεν υπήρχαν οι πραγματικές ισοτιμίες που έπρεπε να υπάρχουν δημιουργώντας αναταραχές στο εξαγωγικό εμπόριο αλλά και στον τουρισμό. Με το να μην μπορεί να αντιστοιχιστεί η πραγματική τιμή της μίας χώρας με την άλλη, στο αντίστοιχο νόμισμα, ήταν προφανές ότι θα δημιουργούνταν πολλά προβλήματα. Κατά αυτόν τον τρόπο η αστάθεια κυμαινόταν σε υψηλά επίπεδα κρατώντας την Ελλάδα όλο ένα και πιο πίσω σε κάθε είδους συναλλαγή με το εξωτερικό. Οι τιμές των προϊόντων άρχισαν να μειώνονται κατακόρυφα πράγμα που εξυπηρετούσε τον καταναλωτή αλλά όχι τους παραγωγούς.

Συμπερασματικά λοιπόν, αυτές είναι οι επιπτώσεις που πρόέκυψαν από την κρίση τα τελευταία χρόνια. Επηρέασαν την ενδοχώρα τόσο στο εσωτερικό της, καθώς αυξήθηκε η ανεργία κατακόρυφα, αλλά κι όλες τις συναλλαγές που επιθυμούσε να επιτευχθούν με το εξωτερικό. Δεν μπορούσε να εισάγει αλλά ούτε και να εξάγει προϊόντα τόσο εύκολα όσο τα προηγούμενα χρόνια, στοιχείο που την έκανε να χάνει την εμπιστοσύνη των άλλων.

Παραπομπές:

1. Mihaly Simai, 2010, Το φόντο, τα χαρακτηριστικά και οι συνέπειες της τρέχουσας παγκόσμιας κρίσης και η μετάβαση στον κόσμο μετά την κρίση, φθινόπωρο, τόμος 1, σελ. 7, Διαθέσιμο στο: http://www.southeast-europe.org/pdf/03/DKE_03_G_W_SIMAI-M_Koutoulakou-M.pdf (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016)

Κεφάλαιο 2^ο : ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

2.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Επιχειρηματικότητα είναι η προσπάθεια μετατροπής της πρωτοβουλίας σε αποτέλεσμα κι από αυτή τη διαδικασία να προκύψει οικονομικό κέρδος. Περιλαμβάνει σαν βήματα την καινοτομία, την ηγεσία, τη διαχείριση και την ανάπτυξη της πρωτοβουλίας⁽¹⁾.

Το παραπάνω σημαίνει πως ο κάθε επιχειρηματίας δηλαδή ο άνθρωπος ο οποίος έχει μία επιχείρηση, όταν επιθυμεί να δημιουργήσει κάτι καινούργιο μπορεί να το επιτύχει αρκεί να βγει κερδισμένος από αυτό. Μπορεί να επεξεργαστεί αυτό που σκέφτεται, να το μελετήσει, να διερευνήσει τους παράγοντες και να δει αν τον συμφέρει ή αν μπορεί τελικά να το υλοποιήσει.

Επιπλέον, σύμφωνα με τον Dollinger (1999), 'επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία καινοτόμου οικονομικής οργάνωσης με σκοπό το κέρδος ή την ανάπτυξη σε περιβάλλον ρίσκου και αβεβαιότητας⁽²⁾.

Ο ορισμός αυτός εξηγεί, πως όταν κάποιος προβεί στη δημιουργία ενός καινοτόμου προϊόντος πρέπει να γνωρίζει ότι θα χρειαστεί να πάρει μεγάλο ρίσκο. Αυτό προκύπτει καθώς θα είναι η πρώτη επιχείρηση που θα εμφανίζει το νέο προϊόν στην αγορά. Ακόμα, το ρίσκο φαίνεται να συνδέεται με την έκβαση, το ποια κατάληξη δηλαδή θα έχει η παραπάνω κίνηση που έχει ξεκινήσει η επιχείρηση. Επιπλέον, θα υπάρξει μεγάλη αβεβαιότητα όσον αφορά το μέλλον για το λόγο ότι δεν μπορεί κανείς από αυτούς που εφηύρε την κεντρική ιδέα να είναι σίγουρος για την επιτυχία που θα προκύψει. Τέλος, δεν μπορεί να γνωρίζει εκ των προτέρων το περιβάλλον που περικλείει τον επιχειρηματία, την κοινωνία ή την εξέλιξη της οικονομίας για να προβεί σε κάποιες σταθερές κινήσεις.

Επιπρόσθετα, αυτά που θα πρέπει να έχει ένα νέο επιχειρηματικό πρόγραμμα είναι να είναι καινοτόμο, δηλαδή να μην υπάρχει ξανά το ίδιο στην αγορά, να είναι πρωτοπόρο. Συν τοις άλλοις, θα πρέπει να μπορεί να αναπτυχθεί και να διαχειριστεί αυτή την πρωτοβουλία, δηλαδή συνεχώς να εξηγεί τις κινήσεις που θα επέρθουν. Θα πρέπει ο επιχειρηματίας να είναι σε θέση να διαχειριστεί αυτό που σκέφτεται, αυτό που έχει τελικά υλοποιήσει. Τέλος, η πρωτοβουλία για την επιχειρηματικότητα θα πρέπει να περιλαμβάνει την έννοια της ηγεσίας, δηλαδή αυτός που εφηύρε τη νέα ιδέα να μπορεί να προσελκύσει και άλλα άτομα γύρω του αλλά εθελοντικά και πρόθυμα. Θα πρέπει δηλαδή να συνεργαστεί ο ηγέτης με τα άτομα που δέχεται κοντά του προκειμένου να δώσουν τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα στο μέλλον.

Συμπερασματικά λοιπόν, η έννοια της επιχειρηματικότητας μπορεί να υλοποιηθεί από το κάθε άτομο αρκεί να είναι σε θέση να προσεγγίζει τον υπόλοιπο κόσμο με τον αυθορμητισμό του. Δημιουργώντας νέα προϊόντα καινοτόμα, τα οποία θα μπορέσουν να του αυξήσουν στο μέλλον τα κέρδη της επιχείρησής του, θα μπορέσει να αναπτύσσεται συνεχώς και να πρωτοπορεί.

Παραπομπές:

1. Βικιπαιδεια,
<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1> ,
τελευταία πρόσβαση (21/6/2016).
2. Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία & Business Clusters, Πάνος Γ. Πιπερόπουλος, εκδόσεις Α. Σταμούλης. Σελ. 43

2.2 Θεωρίες Επιχειρηματικότητας

2.2.1 ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα πρέπει να αποτελείται στο 50% από γυναίκες σε όλους τους τομείς που δραστηριοποιείται. Αυτό σημαίνει πως η διοίκηση και ο μεγαλύτερος αριθμός των ανθρώπων που εργάζονται εκεί ως επί το πλείστον, πρέπει να είναι γυναίκες, ενώ η συγκεκριμένη επιχείρηση να χρησιμοποιείται ως κύρια δραστηριότητα των γυναικών αυτών⁽¹⁾.

Εν συνεχεία με τα παραπάνω, η γυναίκα φαίνεται πως τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότερο επιθυμεί να είναι ανεξάρτητη σε σχέση με τον άνδρα, να ενσωματώνεται όλο ένα στην κοινωνία, να εκπαιδεύεται συνεχώς και να παίζει σημαντικό ρόλο στο χώρο εργασίας. Ενώ, λοιπόν, ανέκαθεν η θέση της γυναίκας ήταν μόνο κάτω από τη στέγη, τα τελευταία σαράντα περίπου χρόνια δηλαδή από το 1970, προσπαθεί να βρει την ισότητα με τον άντρα στον χώρο της εργασίας και να έχει τα ίδια δικαιώματα κι εκείνη⁽²⁾.

Ακόμα, επειδή οι άντρες τόσα χρόνια έχουν επιτύχει παραπάνω πράγματα στον χώρο εργασίας, επειδή είναι περισσότερο καιρό σε αυτόν, είναι δυσκολότερο να προσπαθήσει να επιτύχει την ίδια θέση μία γυναίκα σε σχέση με έναν άντρα. Το ότι δεν υπάρχουν συμβουλευτικά προγράμματα ή ορισμένη βοήθεια για τις γυναίκες, παίζει σημαντικό ρόλο στην έλλειψη εύρεσης εργασίας σε όποιο τομέα κι αν επιθυμούν εκείνες. Η ανδροκρατούμενη κοινωνία στην οποία ζούμε καθιστά τη γυναίκα πάντα υποδεέστερη του άντρα στο χώρο της εργασίας. Αυτό φαίνεται από την έρευνα του IOBE το 2006 όπου ο δείκτης των αρχικών σταδίων επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα είναι σε ποσοστό 70% για τους άνδρες και 30% για τις γυναίκες⁽³⁾. Τέλος, η γυναίκα χρειάζεται μεγαλύτερη προσπάθεια να επιτύχει το ίδιο αποτέλεσμα που ο άντρας θα το κάνει σε πολύ λιγότερο χρόνο, για τον λόγο ότι δεν έχει μάθει να το κάνει καθώς δεν της έδειξε ποτέ κανείς.

Επιπλέον, κάποιοι φορείς όπως είναι ο Σύνδεσμος Γυναικών Επιχειρηματιών Ελλάδος και ο Γυναικείος Διαβαλκανικός Επιχειρηματικός Φορέας συνεχώς οραματίζονται νέα προγράμματα για τις γυναίκες. Συμβάλλουν στην οργάνωση μίας νέας επιχείρησης αποτελώντας τήν γυναίκες με νέες ιδέες και πολλές αξίες, προσπαθώντας να τις κάνουν να αποκτήσουν την κατάλληλη εμπειρία στον χώρο για να συνεχίσουν μόνες τους το έργο τους.

Σημαντικοί φορείς επίσης στην ανέγερση των νέων γυναικείων επιχειρήσεων είναι το ΕΣΠΑ αλλά και το Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Επιχειρηματιών, χρηματοδοτώντας ως κύριο λόγο αυτές τις επιχειρήσεις μέχρις ότου να μπορούν να ορθοποδήσουν μόνες τους. Συμβουλεύουν τις επιχειρηματίες δείχνοντάς τους πως

θα κάνουν τα πρώτα τους βήματα ωθώντας όλο και περισσότερο τις γυναίκες στο άνοιγμα των δικών τους επιχειρήσεων.

Αξίζει να τονιστεί πως ενώ στην αρχή οι περισσότερες επιχειρήσεις είναι υπόθεση ανδρική στη συνέχεια αυτό εναλλάσσεται εξαιτίας του καταμερισμού των αναγκών που επιβάλλει η οικογένεια. Προκείμενου δηλαδή να συνεχιστεί η επιχείρηση και να μην μεταφερθεί σε άλλα χέρια ενσωματώνονται οι γυναίκες υποχρεωτικά σε αυτήν παίρνοντας τον κυρίαρχο ρόλο, δίνοντας τον καλύτερο τους εαυτό⁽⁴⁾.

Επιπλέον, σημαντικό είναι το πλεονέκτημα των γυναικών ως προς την ιδιαιτερότητα που δείχνουν παραπάνω οι γυναίκες σε κάποια θέματα. Για παράδειγμα την καινοτομία του προϊόντος που παράγουν, τη δύναμη του ανταγωνισμού που χρησιμοποιούν ή το επίπεδο εκπαίδευσης που έχουν καταρτίσει οι ίδιες. Οι άνδρες στα παραπάνω ίσως να μην δίνουν την ιδιαίτερη σημασία που απαιτείται κερδίζοντας έτσι οι γυναίκες στο τομέα αυτό.

Συνοψίζοντας λοιπόν, ο τομέας της επιχειρηματικότητας αρχίζει σιγά σιγά να παίρνει άλλες διαστάσεις δίνοντας την ευκαιρία σε πολλές γυναίκες να επιτύχουν αυτό που επιθυμούν, κατακτώντας και πετυχαίνοντας πολλά περισσότερα από αυτά που κανείς άνδρας δεν μπόρεσε ποτέ να καταφέρει.

Παραπομπές:

1. <http://apothesis.teicm.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/328/morali.pdf?sequence=1>, σελ.13, ορισμός γυναικείας επιχειρηματικότητας.

2. https://el.wikibooks.org/wiki/%CE%97_%CE%B3%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CE%AF%CE%B1_%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD_%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016)

3. Κώστας Π. Κακουλίδης, Επιχειρηματικότητα-Επικοινωνία-Πωλήσεις, εκδόσεις ΔΙΟΝΙΚΟΣ, σελ.31

4. Κώστας Π. Κακουλίδης, Επιχειρηματικότητα-Επικοινωνία-Πωλήσεις, Εκδόσεις ΔΙΟΝΙΚΟΣ, σελ.31

2.2.2 ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότερο φαίνεται να επιχειρούν νέοι σε ηλικία άνθρωποι να προβούν στο άνοιγμα επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Άνδρες και γυναίκες συνεχώς ενημερώνονται μέσω διαφόρων προγραμμάτων για το αν είναι σε θέση να ανοίξουν ή όχι μία επιχείρηση.

Αρχικά, σημαντικό κριτήριο είναι ο κάθε νέος επιχειρηματίας να έχει σαν βάση κάποιο κεφάλαιο προκειμένου να μπορέσει να ανοίξει όσο το δυνατόν πιο ομαλά την επιχείρησή του. Παρόλα αυτά με τη βοήθεια χρηματοδοτούμενων προγραμμάτων μπορεί ο επιχειρηματίας να προβεί στο άνοιγμά της. Τα προγράμματα αυτά έχουν στόχο να ενισχύσουν νέες επιχειρήσεις που ασχολούνται με τη μεταποίηση ή υπηρεσίες προκειμένου να ενισχύσουν την οικονομία της τοπικής κοινωνίας. Παρέχονται λοιπόν οι χορηγήσεις για να αναπτυχθεί η οικονομία και σε μικρότερες περιοχές της χώρας, δίνοντας την ευκαιρία σε νέους ανθρώπους να ανοίξουν τα φτερά τους⁽¹⁾.

Πιο συγκεκριμένα η ανεργία των νέων φαίνεται να ξεπερνάει το 50%, γκρεμίζοντας όλα τα σχέδιά τους, αυτά που επιθυμούν να υλοποιήσουν αλλά δεν καταφέρνουν. Κατά συνέπεια λοιπόν όλοι οι φορείς οφείλουν να εστιάσουν στον τομέα της επιχειρηματικότητας που αφορά τους νέους ώστε να μπορέσει να καλυφθεί η ανεργία που υπάρχει σε μεγάλο ποσοστό.

Σε συνέχεια με τα παραπάνω, με έρευνα που είχε διεξάγει η Ernst & Young μαζί με τη Συμμαχία των Νέων Επιχειρηματιών του G20, έκανε γνωστές τις 10 συστάσεις που υποστηρίζουν τους νέους στα νέα τους βήματα⁽²⁾. Η G20 αποτελείται από 20 χώρες όπου στόχο έχει τη διεθνή χρηματοπιστωτική σταθερότητα, ενώ εκεί φαίνεται να μπορούν να συζητήσουν το οτιδήποτε οι κυβερνήσεις αλλά και οι διοικητές των κεντρικών τραπεζών των χωρών. Κάποιες από τις χώρες είναι η Αυστραλία, ο Καναδάς, η Κίνα, η Ινδία, η Σαουδική Αραβία, η Τουρκία και άλλες⁽³⁾.

Επιπρόσθετα, θα πρέπει να παρέχεται από την εκάστοτε κυβέρνηση η κατάλληλη χρηματοοικονομική καθοδήγηση και εκπαίδευση προτού προβούν στη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων. Με άλλα λόγια οι νέοι επιχειρηματίες και εργαζόμενοι των επιχειρήσεων θα πρέπει πρώτα να έχουν εκπαιδευτεί στο χρηματοοικονομικό τομέα για να διαπιστωθεί ότι είναι κατάλληλοι να ενεργήσουν σε αυτόν. Στη συνέχεια οι κυβερνήσεις θα μπορέσουν να δώσουν την κατάλληλη χρηματοδότηση ευκολότερα πιστεύοντας πως είναι ικανοί να επιτύχουν.

Ακόμα, γίνεται κατανοητό πως οι τραπεζικές συναλλαγές και η βοήθεια των τραπεζών δεν γίνεται τόσο εύκολα όσο παλαιότερα. Χρήσιμο είναι λοιπόν να δημιουργηθούν κάποια προγράμματα που να ωθούν τις επιχειρήσεις να ξεκινήσουν τα πρώτα τους βήματα δημιουργώντας με αυτόν τον τρόπο τα δικά τους κεφάλαια. Οι κυβερνητικές ομάδες επίσης είναι εκείνες που μπορούν να υποστηρίξουν ως ένα βαθμό τη νεανική επιχειρηματικότητα. Μέσα από συμβουλευτικά προγράμματα προς τους νέους, από έμπειρα άτομα των πανεπιστημιακών ιδρυμάτων, είναι εφικτό να αρχίσουν να

σκέφτονται επιχειρηματικά και να έχουν μία πρώτη βοήθεια στο άνοιγμα της επιχείρησής τους. Οι κυβερνήσεις επιβάλλεται να χρηματοδοτήσουν τις επιχειρήσεις που ξεκινούν να κάνουν τα πρώτα τους βήματα, δίνοντάς τους κάποιες επιδοτήσεις προκειμένου να καλύψουν τα αρχικά τους έξοδα. Οι επιδοτήσεις αυτές θα αναφέρονται στα επιτόκια όπου θα χρηματοδοτούνται προκειμένου η επιχείρηση να έχει βοήθεια χρηματική στο ξεκίνημά της.

Επιπλέον, τα δάνεια από τις τράπεζες θα παραμένουν πάντα στην πρώτη θέση όσο κι αν υπάρχουν άλλοι δίαυλοι βοήθειας. Δηλαδή, όσο κι αν υπάρχουν χρηματοδοτούμενα προγράμματα για τους νέους επιχειρηματίες παραδείγματος χάρι το ΕΣΠΑ, σίγουρα θα είναι πιο εύκολο στην κάθε επιχείρηση ένα τραπεζικό δάνειο. Οφείλουν λοιπόν τα καταστήματα των τραπεζών να δημιουργήσουν νέα προγράμματα για όσους επιθυμούν να τα χρησιμοποιήσουν στις επιχειρήσεις τους.

Σημαντικό εγχείρημα, επίσης, για τα νέα άτομα είναι να μπορέσουν να εισχωρήσουν στο εσωτερικό του κράτους ακόμα κι αν είναι από άλλη χώρα. Να μην χρειάζονται χρονοβόρες διαδικασίες για να εισέρθει κάποιος στην Ελλάδα και να γίνει νόμιμος πολίτης, όταν έχει όρεξη να δημιουργήσει την επιχείρησή του στη χώρα αυτή. Ακόμα, μπορούν να επιδοτούνται οι νέοι που κάνουν αυτή την προσπάθεια και έρχονται από άλλα κράτη προκειμένου να τους δοθεί η ευκαιρία να δημιουργήσουν κάτι καινούργιο σε ένα άλλο μέρος. Το ανθρώπινο δυναμικό κάθε χώρας είναι το σημαντικότερο στοιχείο. Γι αυτό πρέπει να το προσέχουν οι κυβερνήσεις είτε είναι ημεδαπό είτε αλλοδαπό.

Συν τοις άλλοις, για να μπορέσει να αναπτυχθεί η νεανική επιχειρηματικότητα, καθώς οι περισσότεροι νέοι δεν σκέφτονται καθόλου να προβούν στο άνοιγμα μίας δικής τους επιχείρησης, πρέπει όλοι να συμβάλουν σε αυτό. Οι κυβερνήσεις, η οικογένεια και τα μέσα ενημέρωσης είναι οι πρώτοι που μπορούν να ενεργοποιήσουν τους νέους πάνω σε αυτό το κομμάτι. Οι περισσότεροι την επιχειρηματικότητα την φοβούνται είτε επειδή δεν μπόρεσαν να επιτύχουν τα όνειρά τους στο παρελθόν είτε για το αρνητικό κλίμα που έχουν όλοι προς αυτήν. Για το λόγο αυτόν οφείλουν όλοι να στραφούν προς τους νέους χωρίς να είναι αρνητικοί και χωρίς να χαλάνε τις επιθυμίες τους.

Ακόμα, μπορεί να επιτευχθεί ένα επιχειρηματικό πλαίσιο όπου η κάθε επιχείρηση μπορεί να συνεργάζεται και με άλλες μαζί ώστε να επιτύχει το καλύτερο αποτέλεσμα. Σε συνεργασία ακόμα με πανεπιστήμια ή άλλους φορείς μπορεί να δημιουργήσει στην κοινωνία κάτι καινούργιο, κάτι το οποίο θα είναι ξεχωριστό από τα μέχρι τώρα δεδομένα. Ο συνδυασμός αυτός των επιχειρήσεων να εργάζονται μαζί σε μία τοπική κοινωνία μπορεί να ξεφύγει από τα όρια του κράτους και να υπάρξει ακόμα και κυβερνητική συνεργασία για τη βοήθεια των νέων επιχειρήσεων.

Συμπερασματικά λοιπόν, η νεανική επιχειρηματικότητα είναι ένα κομμάτι που οφείλουν να το βοηθήσουν όλοι. Μέσω διάφορων χρηματοδοτούμενων προγραμμάτων, μέσω ειδικών τραπεζικών δανείων μπορούν να δώσουν μία ευκαιρία στα άτομα που επιθυμούν να ανοίξουν τη δική τους επιχείρηση. Σε αυτό μπορούν να συμβάλλουν οι κυβερνήσεις χωρίς να χρειάζεται τόση γραφειοκρατία αλλά και η παρότρυνση από το κοινωνικό περιβάλλον του νέου καθώς επηρεάζεται ως επί το πλείστον από αυτό.

Παραπομπές:

1. Φιτσιλής Π., Πρακτικός Οδηγός Επιχειρηματικότητας, Αθήνα, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, σελ.332
2. Παπάζογλου Π., 2015, Νεανική επιχειρηματικότητα, η “απάντηση” στην ανεργία, *Το Βήμα online*, 22 Μαρτίου, Διαθέσιμο στο: <http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=687868>, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016)
3. <https://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi0hu-n4e3KAhXDPBQKHYPZDF4QFggdMAA&url=https%3A%2F%2Fen.wikipedia.org%2Fwiki%2F20&usq=AFQjCNGOgSiWle9xhgFGTTRX8kmSKVYQFQ&sig2=Uu5NffRTihDWn1n3wHARgg&bvm=bv.113943665,d.d24>, (τελευταία πρόσβαση, 21/6/2016).

2.2.3 ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Πράσινη επιχειρηματικότητα ορίζεται ως η δραστηριότητα των επιχειρήσεων που καταλαμβάνει θέση όλων όσων αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος. Αυτό σημαίνει πως όταν μία επιχείρηση θεωρείται πράσινη σαν στόχο της έχει το μικρότερο όσο το δυνατόν οικονομικό κόστος εστιάζοντας στην ποιότητα ζωής αλλά και στη μικρότερη αλλοίωση του φυσικού περιβάλλοντος ^{1} .

Αρχικά, μία επιχείρηση προσπαθεί να κάνει την παραγωγική της διαδικασία φιλικότερη στο περιβάλλον όταν χρησιμοποιεί καινοτόμες ιδέες. Οι ιδέες αυτές αφορούν τον πρωτογενή, τον δευτερογενή και τον τριτογενή τομέα. Όσον αφορά τον πρωτογενή τομέα χρησιμοποιώντας βιολογικά προϊόντα και όχι τεχνικά ή την ενέργεια φυτοφαρμάκων, βοηθάει στην αναδόμηση του περιβάλλοντος χωρίς να καταναλώνει παραπάνω πόρους η επιχείρηση.

Στον δευτερογενή τομέα ο επιχειρηματίας προσπαθεί να επιτύχει το μέγιστο δυνατό αποτέλεσμα τοποθετώντας στην επιχείρηση του τη μέθοδο της ανακύκλωσης. Κατά αυτόν τον τρόπο η επιχείρηση χωρίς να σπαταλά συνεχώς χρήματα και για αποφυγή της καταστροφής του περιβάλλοντος είναι εφικτό να ανακυκλώνει τα προϊόντα που δεν της χρειάζονται. Για παράδειγμα όλα τα χαρτιά που είναι άχρηστα για την επιχείρηση μπορούν αντί να καταστρέφονται εντελώς να επαναχρησιμοποιούνται με την προαναφερόμενη μέθοδο.

Επιπλέον, στον τριτογενή τομέα, δηλαδή οι βιομηχανίες, μπορούν να παράγουν πράσινα προϊόντα. Τα συγκεκριμένα προϊόντα δεν θα πρέπει να δέχονται μεγάλη επεξεργασία καθώς η μεγάλη επεξεργασία συνεπάγεται και καταστροφή του περιβάλλοντος. Ένα πράσινο προϊόν οφείλει να έχει όσο το δυνατόν τη μικρότερη ελάχιστη δυνατή συσκευασία, να μην προκαλεί ρύπους στο περιβάλλον αλλά και να μην βλάπτει την ανθρώπινη ύπαρξη με τις βλαβερές ουσίες που τυχόν περιέχει. Ακόμα, η κατασκευή του να έχει δημιουργηθεί από πηγές ενέργειας ανανεώσιμες χωρίς να χρειάζεται να σπαταληθεί χημικό υλικό για την κατασκευή του. Αν είναι εφικτό το προϊόν να δημιουργείται από τα υλικά της τοπικής κοινωνίας προκειμένου να αποφεύγονται οι παραπάνω επιβαρύνσεις για το περιβάλλον ενώ οφείλει πάντα να ικανοποιεί τις ανάγκες του ανθρώπου.

Ακόμα, «πράσινοι» επιχειρηματίες μπορούν να χαρακτηριστούν οι άνθρωποι που συμβάλλουν στην καλύτερη λειτουργία του περιβάλλοντος μέσα από τις επιχειρήσεις τους. Μπορούν να ανήκουν στους τοπικούς οργανισμούς, στα πανεπιστήμια ή τα ΤΕΙ, σε συνεταιρισμούς ή να είναι απλοί ιδιοκτήτες επιχειρήσεων. Δηλαδή, ο κάθε ένας από όλους τους ανθρώπους μπορεί να συμβάλλει στη βοήθεια για την προστασία του περιβάλλοντος, χωρίς να χρειαστεί να κάνει κάτι ανέφικτο γι αυτόν.

Συμπερασματικά λοιπόν, η πράσινη επιχειρηματικότητα τα τελευταία χρόνια φαίνεται να ανθίζει συνεχώς. Αυτό συμβαίνει λόγω του ότι οι επιχειρηματίες κατάλαβαν πως λόγω της κακής χρήσης των επιχειρήσεων τους απέναντι στο περιβάλλον προκαλούν πολλά προβλήματα. Φαίνεται να προσπαθούν συνεχώς να μειώσουν τις βλαβερές ουσίες που υπάρχουν δίνοντας μεγάλο αγώνα ως προς τον εαυτό τους αλλά και ως προς το περιβάλλον.

Παραπομπές:

1. http://www.career.aua.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=194, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016)

2.3 ΕΙΔΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Δύο είναι τα είδη που συναντάει κανείς στην έννοια της λέξης επιχειρηματικότητα. Η αμιγής και η μεικτή επιχειρηματικότητα. Αυτές οι δύο διαχωρίζουν τις επιχειρήσεις, μικρές ή μεγάλες, σε όποιο κλάδο και αν ανήκουν προκειμένου να βγαίνουν ευκολότερα οι απαντήσεις σε ορισμένα θέματα.

A) Αμιγής Επιχειρηματικότητα

Πιο συγκεκριμένα, αμιγής είναι η επιχειρηματικότητα κατά την οποία ο επιχειρηματίας δεν χρησιμοποιεί κάποια άλλα μέσα για να διαφημίσει τη δουλειά του αλλά μόνο με τον τρόπο του κερδίζει το ενδιαφέρον των καταναλωτών ⁽¹⁾. Μόνο με το χαρακτήρα της προσωπικότητας του επιτυγχάνει να διεγείρει το μυαλό των ανθρώπων προκειμένου να τον εμπιστευτούν και να προβούν στην αγορά των προϊόντων του. Οι κινήσεις που προβαίνει συνήθως ο επιχειρηματίας σε αυτού του είδους την επιχειρηματικότητα δεν συμβαδίζουν με αυτά που είναι σε θέση να κάνει ένας απλός υπάλληλος.

Το παραπάνω σημαίνει πως ένας υπάλληλος του δημοσίου για παράδειγμα, δεν μπορεί να κάνει τον “πελάτη” με το χαρακτήρα του να προβεί στην πραγματοποίηση της ανάγκης του. Ο υπάλληλος δουλεύει μηχανικά, παρέχοντας απλά και μόνο τις υπηρεσίες που μπορεί να δώσει στον άνθρωπο που είναι απέναντί του. Ακόμα και τον καλύτερο χαρακτήρα να έχει δεν μπορεί να θεωρηθεί επιχειρηματικότητα καθώς δεν λειτουργεί στη δική του επιχείρηση για να μπορεί να πράξει όπως επιθυμεί. Ωστόσο, ο κάθε επιχειρηματίας τις περισσότερες φορές είναι πολύ παραπάνω αυτά που πρόκειται να κάνει στο τομέα της επιχείρησής του, πράγματα που μπορούν να κάνουν κι άλλα άτομα. Κατά αυτόν τον τρόπο η αμιγής επιχειρηματικότητα είναι το είδος που δεν συναντάται συχνά στο χώρο των επιχειρήσεων. Τις περισσότερες φορές το είδος της επιχειρηματικότητας που αντικατοπτρίζει έναν επιχειρηματία είναι η μικτή επιχειρηματικότητα.

B) Μεικτή Επιχειρηματικότητα

Μεικτή είναι η επιχειρηματικότητα κατά την οποία ο επιχειρηματίας ενώ μπορεί να δώσει κάποιες εργασίες να επιτευχθούν από άλλα άτομα, στην επιχείρησή του, αναλαμβάνει να τις κάνει ο ίδιος. Έτσι λοιπόν χωρίζεται σε μεικτή επιχειρηματικότητα εργαζομένων και σε μεικτή επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων.

Η μεικτή επιχειρηματικότητα εργαζομένων περιλαμβάνει εργασίες κατά τις οποίες ακόμα κι αν τις κάνουν άλλα άτομα, πέρα από το διευθυντή της επιχείρησης, δεν θα μειωθεί το αποτέλεσμα. Η διεύθυνση ενώ είναι σε θέση να τοποθετήσει τα κατάλληλα άτομα στις κατάλληλες θέσεις επιλέγει να χειριστεί την κατάσταση η ίδια. Τις περισσότερες φορές βέβαια, αυτό συμβαίνει όταν ο επιχειρηματίας επιλέγει να

δημιουργήσει τη δική του επιχείρηση. Τα προηγούμενα χρόνια εξαιτίας της έλλειψης εκπαιδευμένου προσωπικού, ήταν ο μόνος που μπορούσε να αναλάβει κάτι τέτοιο. Δεν υπήρχαν τα κατάλληλα άτομα τα οποία μπορούσε να βάλει στην επιχείρησή του και να του αποδώσουν το αποτέλεσμα που θα είχε η εργασία αν την έκανε ο ίδιος ο επιχειρηματίας.

Τις τελευταίες δεκαετίες όμως τα πράγματα έχουν αλλάξει. Αυτό προκύπτει από το ότι, αρχικά, τα άτομα είναι πρόθυμα να εργασθούν, έχοντας αποκτήσει τις κατάλληλες γνώσεις από την μέχρι τώρα εκπαίδευση τους σε Πανεπιστήμια και ΑΤΕΙ. Στην τριτοβάθμια εκπαίδευση παρέχονται πλέον πολύ περισσότερες γνώσεις από ότι πριν μερικά χρόνια, καθώς ακόμα και τα βιβλία αναβαθμίζονται σε πολύ λίγο χρονικό διάστημα. Το μόνο λοιπόν που πρέπει να κάνει ο επιχειρηματίας είναι να επιλέξει τα κατάλληλα άτομα για την επιχείρησή του, στο τομέα που μπορούν να αξιοποιηθούν.

Επιπλέον, είναι προτιμότερο και πιο επικερδές να ασχοληθεί με την ανακάλυψη μίας νέας ιδέας από το να αναλαμβάνει ο ίδιος όλες τις εργασίες στην επιχείρηση. Καθώς είναι ο μόνος που μπορεί να οραματιστεί νέες ιδέες για την ίδια την επιχείρησή του ή για κάποια νέα, σοφό είναι να αναλαμβάνει να ασχολείται με όσο το δυνατόν λιγότερα προκειμένου να έχει χρόνο για νέες επιχειρηματικές ανακαλύψεις. Τέλος, δεν είναι σε θέση να γνωρίζει τα πάντα σε θέματα τεχνικού ή λογιστικού μέρους. Δεν είναι ειδικός στα περισσότερα θέματα άπλα τις περισσότερες φορές επιθυμεί να αναλαμβάνει ο ίδιος τη διαχείρισή τους. Για το λόγο αυτό χρειάζεται κάποια επιμέρους βοήθεια για να βγαίνει η επιχείρησή του συνεχώς μπροστά.

Στην μεικτή επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων, βρίσκεται το άτομο το οποίο μετά την επιχειρηματική ιδέα που έχει σκεφτεί τείνει να προσφέρει κεφάλαια στην επιχείρησή του. Δεν προσφέρει δηλαδή μόνο την καινούργια ιδέα αλλά προσπαθεί να υλοποιηθεί μέσω κεφαλαίων πιο σύντομα. Η επιχειρηματικότητα αυτή τα τελευταία χρόνια όλο και λιγοστεύει για το λόγο ότι οι επιχειρηματίες μπορούν να αντλήσουν κεφάλαια από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Μπορούν να δανειστούν προκειμένου να επιτύχουν το στόχο τους ενώ μέσω πολλών συνεργασιών είναι σε θέση να αποκτήσουν ένα ποσό κεφαλαίου το οποίο θα επενδύσουν αργότερα στην επιχείρηση.

Συμπερασματικά λοιπόν παρατηρείται ότι η αμιγής επιχειρηματικότητα τα τελευταία χρόνια τείνει να εξαφανιστεί. Αυτό προκύπτει από το ότι ο κάθε επιχειρηματίας αποφασίζει να τοποθετήσει στο χώρο εργασίας του άτομα αξιόλογα, τα οποία θα κάνουν τις εργασίες που τους αναθέτει. Ελευθερώνοντας τον ίδιο από πολλές ασχολίες και δίνοντάς του την ευκαιρία να ανακαλύψει νέες επιχειρηματικές ιδέες κερδίζει χρήμα αλλά και πολύτιμο χρόνο. Ενώ τέλος η επιχειρηματικότητα των κεφαλαιούχων πρόκειται σε λίγα χρόνια και αυτή να εξαφανιστεί. Αυτό προκύπτει καθώς τα κεφάλαια πλέον μπορούν να δίδονται από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα ως βοήθεια και όχι να πρέπει να προϋπάρχουν από τον επιχειρηματία πριν δημιουργήσει τη δική του επιχείρηση.

Παραπομπές:

1.Γκαγκάσιος Ι. Καινοτομία- Επιχειρηματικότητα-Επιχειρήσεις, σελ 59-60, διαθέσιμο στο : <http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/3094/900.pdf> (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016)

2.4 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΝΟΣ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

Επιχειρηματίας γενικά θεωρείται ο άνθρωπος ο οποίος υλοποιώντας μία ιδέα που έχει, προσπαθεί να βγάλει κέρδος παίρνοντας πάντα και τα ανάλογα ρίσκα⁽¹⁾. Χρησιμοποιεί δηλαδή με τη βοήθεια άλλων, μερικές φορές, τις ικανότητές του προκειμένου να επιτύχει το αποτέλεσμα που επιθυμεί. Το αποτέλεσμα αυτό, θα του επιφέρει χρήματα μέσα από τη σκληρή διαδρομή που θα έχει περάσει.

Αρχικά, επιτυχημένος επιχειρηματίας είναι εκείνος ο οποίος τον διακατέχει η εργατικότητα. Εργάζεται σκληρά και είναι ενεργητικός συνεχώς στον χώρο εργασίας του αλλά και πέρα από αυτόν. Τον απασχολεί η δουλειά του τις περισσότερες ώρες της ημέρας, δίνοντας πάντα τον καλύτερο του εαυτό προκειμένου να επιτύχει το στόχο για τις πράξεις που επιθυμεί να γίνουν. Ακόμα, δε θεωρεί ότι έχει ωράριο εργασίας καθώς τις περισσότερες φορές κάθεται παραπάνω ώρες στο γραφείο του προκειμένου να διεκπεραιωθούν οι εργασίες που πρέπει να κάνει. Το παραπάνω φαίνεται να δημιουργεί κάποιες φορές και εντάσεις με την οικογένειά του ή τα φιλικά του πρόσωπα καθώς περνάνε σε δεύτερη φάση εστιάζοντας ο ίδιος μόνο στους στόχους που έχει για την επιχείρησή του⁽²⁾.

Επιπλέον, είναι αποφασιστικός στις επιλογές του όσον αφορά θέματα εργασίας, γνωρίζει καλά αν πρέπει η επιχείρησή του να πράξει τις οποιοσδήποτε κινήσεις μένοντας πάντα σταθερός στις απόψεις του. Ακόμα, είναι ανεξάρτητος σε σχέση με τους άλλους, δεν τον επηρεάζει η γνώμη τους αλλά πάντα την ακούει. Σημαντικό χαρακτηριστικό ενός επιχειρηματία είναι ότι δεν φοβάται τις αλλαγές που προκύπτουν. Τις δέχεται και βαδίζει με αυτές προκειμένου να καταφέρει να τις κάνει κτήμα του και να σκεφτεί πως θα τις χρησιμοποιήσει στην επιχείρησή του χωρίς να του προκαλέσουν άγχος ή φόβο. Τέλος, επιθυμεί συνεχώς να δημιουργεί καινοτόμα πράγματα, να οραματίζεται νέες ιδέες να ξεπερνάει τους άλλους επιχειρηματίες αποβλέποντας πάντα στο κέρδος.

Ακόμα, είναι ικανός στο να οργανώνει και να ελέγχει όλα τα τμήματα και τη δομή της επιχείρησής του. Είναι σε θέση να αναλάβει να ενημερώσει το κάθε στέλεχος μετά από σχετική απόφαση σε ποια θέση πρέπει να είναι ενώ οφείλει να τον ελέγχει συνεχώς. Όταν δεν μπορεί να αποδώσει σε μία θέση ο υφιστάμενος, τον τοποθετεί σε κάποια άλλη μέχρις ότου λειτουργεί καλύτερα. Τον χαρακτηρίζει γενικότερα η υπευθυνότητα σε όλα τα θέματα της δουλειάς του και το να έχει πάντα προγραμματίσει κάθε του κίνηση όσο το δυνατόν γίνεται. Τα αρχεία του είναι πάντα ταχτοποιημένα σε άριστη κατάσταση ενώ είναι εκείνος που θα πρέπει να αντιμετωπίσει όλες τις περιέργες καταστάσεις που συμβαίνουν στον χώρο εργασίας. Είναι υπεύθυνος, λοιπόν, για τη λειτουργία της επιχείρησής του καθώς περνάνε όλα από εκείνον ενώ οφείλει να είναι όλα ταχτοποιημένα ανά πάσα στιγμή, ώστε όταν χρειαστεί κάτι να ξέρει που θα το βρει.

Σημαντικό χαρακτηριστικό ενός επιτυχημένου επιχειρηματία είναι πως δεν μπορεί να κρατήσει κακία σε κανένα με τον οποίο στο παρελθόν είχαν κάποιες διαφωνίες. Ο καλός επιχειρηματίας φροντίζει να προχωράει και να μην μένει στο παρελθόν και σε

τυχόν κρούσματα που τον κρατάνε πίσω. Προχωράει συνεχώς, κρατώντας μόνο αυτά που τον έκαναν καλύτερο στο να επιτύχει την μέχρι τώρα πορεία του. Δίνει τη βοήθεια του σε όποιον του τη ζητήσει χωρίς να σκέφτεται αν θα φανεί λιγότερος κοινωνικά από αυτό που είναι. Ξέρει ο καθένας ποιος είναι και μπορεί αυτό να το μεταφέρει και στους άλλους απλόχερα, πόσο μάλλον ένας επιτυχημένος επιχειρηματίας. Τέλος, παίρνει την απόφαση να χαμογελάει συνεχώς, να φαίνεται ευτυχισμένος στους άλλους ανθρώπους ακόμα και στις δυσκολίες που περνάει. Η πρώτη εντύπωση που θα κάνει σε κάποιον θα μετρήσει στη μετέπειτα πορεία του αλλά και να μην μετρήσει, αυτός το κάνει επειδή το θέλει χωρίς να αποσκοπεί κάπου τις περισσότερες φορές.

Επίσης, είναι σε θέση να μπορεί να δει κλιμακωτά τις εναλλακτικές λύσεις που υπάρχουν για το κάθε πρόβλημα. Από τη μικρότερη συμφέρουσα λύση για την επιχείρησή του μέχρι τη μεγαλύτερη έτσι ώστε να μπορεί να βγάλει ένα αποτέλεσμα που να τον εξυπηρετεί. Εντοπίζει σε όλες τις περιπτώσεις τις πιο συμφέρουσες λύσεις προκειμένου να βγει κερδισμένος και να επιτύχει σε οικονομικό επίπεδο αυτό που δεν καταφέρνουν οι συνάδελφοί του. Συμπληρωματικά, γνωρίζει πότε και πως θα κάνει κάποια πράγματα που εμφανίζονται μπροστά του, καθώς μετά από τη μεγάλη πείρα που τον διακατέχει ξέρει αν κάτι τον ωφελεί να το κάνει ή όχι.

Συν τοις άλλοις φαίνεται να μαθαίνει από τα λάθη που κάνει, καθώς η επιτυχία χιτίζεται πρώτα από την αποτυχία. Ο επιτυχημένος επιχειρηματίας δεν το βάζει κάτω στην πρώτη δυσκολία που εμφανίζεται στο δρόμο του. Συλλογίζεται τα λάθη που έκανε και φροντίζει να μην τα κάνει ξανά την επόμενη φορά. Σε συνέχεια με τα παραπάνω φαίνεται να μην τον επηρεάζει τίποτα όσο περνάει από το χέρι του. Κάποια φυσικά πράγματα όπως η αγάπη ή ο θάνατος δεν μπορεί να τα ελέγξει αλλά ούτε και να επηρεαστεί από αυτά. Φαίνεται να μην τον απασχολούν και πως όταν συμβούν τα αντιμετωπίζει και προχωράει χωρίς να τον κρατάνε πίσω ή προσκολλημένο αλλού.

Ολοκληρώνοντας, λοιπόν ένας καλός επιχειρηματίας είναι σε θέση να δώσει συμβουλές σε όσους τον χρειάζονται, να τους στηρίξει, να τους πει τη γνώμη του. Πιστεύει πως ό,τι και να του τύχει θα μπορέσει να το προσπεράσει καθώς πιστεύει στον εαυτό του όσο κανείς. Με τη βοήθεια των συνεργατών του είναι σίγουρος πως θα τα αντιμετωπίσει όλα. Τέλος, είναι ο άνθρωπος που ρισκάρει συνεχώς. Ρισκάρει για να ανέβει η θέση του, ρισκάρει για να μην πάει κάτι στραβά στην επιχείρησή του, ρισκάρει για κάθε τι νέο που σκέφτεται να κάνει. Όλα τα παραπάνω στοιχεία οδηγούν κάποιον στο δρόμο του επιτυχημένου επιχειρηματία.

Παραπομπές:

1. <http://www.startup.gr/index.php?about=89&id=2395>, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016)
2. http://moke.teicm.gr/docs/odhgos_epix.pdf, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016)

2.5 ΜΥΘΟΙ ΚΑΙ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Όπως παρατηρείται τα τελευταία χρόνια, οι ρυθμοί ανάπτυξης όσον αφορά την επιχειρηματική δραστηριότητα έχουν κάνει ταχύτερα βήματα παγκοσμίως, σε σχέση με τα παλαιότερα χρόνια. Αυτό το φαινόμενο παρόλα αυτά φαίνεται να μην εφαρμόζεται στην Ελλάδα. Ενώ όλες οι υπόλοιπες χώρες επιθυμούν να ενισχύσουν τον κλάδο της επιχειρηματικότητας με νέες υλοποιήσεις οι λόγοι που δεν εφαρμόζεται στην Ελλάδα αυτό, φαίνεται να είναι πολλοί και δεν είναι απολύτως ούτε οικονομικοί ούτε πολιτικοί. Αυτό προκύπτει από το ότι ενώ τις προηγούμενες δεκαετίες υπήρχαν τα κατάλληλα κονδύλια και οι υποδομές προκειμένου να ενισχύονται οι επιχειρήσεις και να δημιουργούν με τον τρόπο τους νέες ιδέες, αυτό δεν εφαρμόστηκε ποτέ. Προτιμούσαν τα χρήματα να επενδυθούν σε άλλους τομείς από το να κάνουν πράξη κάποια όνειρά τους.

Έτσι, για να γίνει ένας άνθρωπος καλός επιχειρηματίας πρέπει να το κατέχει μέσα του. Πρέπει να νιώθει έτοιμος, να έχει καινοτόμες ιδέες στο μυαλό του έτσι ώστε να μπορεί τελικά να τις κάνει πράξη στο μέλλον. Οφείλει να γνωρίζει κάθε φορά την τρέχουσα κατάσταση της αγοράς για να μπορεί να δράσει αναλόγως σε προβλήματα που ίσως προκύψουν. Τέλος, οι κινήσεις που θα κάνει κάθε φορά πρέπει να επιφέρουν ένα μεγάλο οικονομικό αποτέλεσμα και όχι απλά να απασχολείται ο ίδιος ή τα άλλα στελέχη με ανώφελα πράγματα.

Σαν αποτέλεσμα του παραπάνω είναι να μπορέσει ο επιχειρηματίας να αναπτύξει την επιχειρηματική νοοτροπία. Το πώς σκέφτεται ο υπόλοιπος κόσμος αλλά και τις επιχειρηματικές ανησυχίες που έχει ως προς τις αγορές που πράττει, προκειμένου να προβεί σε κινήσεις που θα του επιφέρουν χρήματα. Η επιχειρηματική νοοτροπία φαίνεται να ενισχύει την προσωπικότητα του κάθε ανθρώπου, καθώς αυξάνει την αυτοπεποίθησή του, τον ωθεί να ενεργεί περισσότερο στην επιχειρηματική του δράση οδηγώντας τον σε καλύτερα επιθυμητά αποτελέσματα. Όταν υπάρχει η κατάλληλη νοοτροπία μπορεί να διαχειριστεί την κατάσταση καλύτερα αντιμετωπίζοντας τα τυχόν προβλήματα που προκύπτουν.

Η επιχειρηματική νοοτροπία όμως δεν είναι κάτι που το κατέχει ο άνθρωπος από την αρχή της ζωής του ή κάτι που μπορεί να το μάθει σε μικρό χρονικό διάστημα μέσα από μαθήματα. Είναι έννοια που κατακτιέται μέσα από σκληρή προσπάθεια, μέσα από ήττες στην επιχειρηματική του καριέρα. Σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της νοοτροπίας αυτής παίζει το περιβάλλον που έχει μεγαλώσει ο κάθε ένας, τα βιώματα που έχει ζήσει αλλά και το σύνολο από τις εμπειρίες που έχει περάσει όλα αυτά τα χρόνια. Τέλος είναι κάτι που το κατακτάει σιγά-σιγά ο άνθρωπος μέσα από μεγάλες προσπάθειες έτσι ώστε να είναι πλέον μετά από κάποιο καιρό κτήμα του.

Τέλος, η νοοτροπία του κάθε ατόμου μπορεί να αλλάξει όσο απόλυτη κι αν είναι για τον κάθε ένα. Ο κάθε άνθρωπος είναι σε θέση να πιστέψει στον εαυτό του και με μεγάλη επιμονή, υπομονή και προσπάθεια να αλλάξει κάποιες αρνητικές επιλογές του παρελθόντος. Είναι σε θέση να βελτιώσει σκέψεις αλλά και κινήσεις που έχουν

προηγηθεί, πράγμα που θα τον βοηθήσει και στην καθημερινότητά του αλλά και στο χώρο εργασίας του. Ο Άγγλος φιλόσοφος Bertrand Russell, τονίζει πως “ Ό,τι έχει επιτύχει κάποιος άλλος, μπορείτε να το επιτύχετε κι εσείς”. Σύμφωνα με το παραπάνω ο κάθε ένας μπορεί να καταφέρει τα πάντα αρκεί να πιστέψει στον εαυτό του, επιτυγχάνοντας με αυτόν τον τρόπο περισσότερα σε πολύ λιγότερο χρόνο.

Συμπερασματικά λοιπόν, η επιχειρηματικότητα κρύβει πολλές αλήθειες στον ορισμό της. Ο άνθρωπος που επιθυμεί να ασχοληθεί με την επιχειρηματικότητα αρκεί να πιστέψει πρώτα στον εαυτό του, βγάζοντας πρώτα από όλα παλιές αρνητικές σκέψεις από το μυαλό του. Πρέπει να πιστέψει ο ίδιος ότι μπορεί να τα καταφέρει προκειμένου να κερδίσει την εμπιστοσύνη των υπολοίπων και να μπορέσει σταδιακά να ανεβάσει την επιχείρησή του στα ύψη.

Παραπομπές:

1. Κολοβός Ν., Επιχειρηματική νοοτροπία – Μύθοι και πραγματικότητα, Διαθέσιμο στο: <http://www.expertsacademy.gr/index.php?module=content&task=display&id=70> , τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).

2.6 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η καινοτομία φαίνεται να υπάρχει μέσα στην έννοια της επιχειρηματικότητας, καθώς για να χαρακτηριστεί μία ιδέα επιχειρηματική οφείλει να είναι και καινοτόμος⁽¹⁾. Δηλαδή, όταν μία ιδέα χαρακτηρίζεται επιχειρηματική σημαίνει πως είναι μία νέα ιδέα, που κανείς άλλος δεν έχει δημιουργήσει κάτι παρόμοιο στο παρελθόν. Είναι μία ιδέα που σκοπό της έχει το οικονομικό κέρδος περιλαμβάνοντας την έννοια της καινοτομίας⁽²⁾.

Επιχειρηματικό μυαλό μπορεί να χαρακτηριστεί ότι έχει ένας άνθρωπος ο οποίος, όταν εμφανίζονται κάποιες προκλήσεις μπροστά του, τις αρπάζει και τις εκμεταλλεύεται, προκειμένου να βγει κερδισμένος οικονομικά από αυτό⁽³⁾. Τέτοιο παράδειγμα είναι ο Bill Gates ο ιδρυτής της Microsoft. Με τη δημιουργικότητα και την επιχειρηματικότητα που τον διακατείχε μπόρεσε να γίνει ένας από τους πιο επιτυχημένους ανθρώπους στον κόσμο.

Ακόμα, ο Beaumont το 1990 σε ένα άρθρο του αναφέρει πως ο επιχειρηματίας μπορεί να είναι παραγωγικός, μη παραγωγικός ή καταστροφικός. Παραγωγικός θεωρείται εκείνος ο οποίος μετά από κάποια χρόνια εμπειρίας στο χώρο μπορεί να καταλαμβάνει θέση σε πολλές χώρες με τα καταστήματά του. Δημιουργεί αλυσίδες αυτών αυξάνοντας συνεχώς τα κέρδη του πετυχαίνοντας αυτά που μπορούν να επιτύχουν λίγοι. Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι ο εφευρέτης της εταιρείας IKEA, ο Ingvar Kamprad, ο οποίος κατάφερε να κάνει γνωστό το όνομά του σε πολλές χώρες με τη δημιουργία των καταστημάτων του.

Μη παραγωγικός θεωρείται εκείνος ο οποίος δεν προσφέρει ουσιαστικά κάποια παραγωγική διαδικασία ώστε να κερδίσει χρήματα, δεν έχει καταστήματα ή όμιλο επιχειρήσεων. Εντάσσεται στο γραφειοκρατικό χώρο όπου μέσω του γραφείου του αναλαμβάνει υποθέσεις για διάφορα θέματα, αναλύει δεδομένα χωρίς όμως να παράγει κάτι ουσιαστικό. Τέλος, καταστροφικός επιχειρηματίας είναι εκείνος ο οποίος γίνεται επιτυχημένος στον τομέα με τον οποίο ασχολείται αλλά όχι με νόμιμο τρόπο. Κερδίζει πολλά χρήματα αλλά δεν αποτελεί επιθυμητό κίνητρο για όλους τους υπόλοιπους πολίτες στην ευρύτερη κοινωνία καθώς δεν είναι σωστό πρότυπο ο τρόπος με τον οποίο γίνεται κοινωνικά γνωστός.

Επιπλέον, ο Beaumont τονίζει πως ανάλογα με τους κανόνες του παιχνιδιού που υπάρχουν κάθε φορά, παίρνουν οι επιχειρηματίες την απόφαση να εξελιχθούν. Δηλαδή ένας επιχειρηματίας μπορεί να θέλει να είναι παραγωγικός αλλά στην κοινωνία την οποία ζει οι κανόνες να είναι διαφορετικοί. Για παράδειγμα κάποιες επιχειρήσεις μπορούν να ξεκινήσουν με άλλη “ειδικότητα” και στη συνέχεια αλλάζοντας οι κανόνες να πάρει άλλη μορφή το είδος της επιχείρησης.

Τέλος, ο ίδιος αναφέρει πως κάθε κοινωνία μπορεί να υποστηρίξει την επιχειρηματικότητα ακόμα κι αν οι κάτοικοί της κατά κύριο λόγο δεν ασχολούνται με το συγκεκριμένο τομέα. Αρκεί πρώτα να ασχοληθεί ένας με αυτόν και στη συνέχεια θα ακολουθούσαν και οι υπόλοιποι. Σημαντικό πλεονέκτημα ακόμα θεωρεί για κάθε

κοινωνία πως είναι, το ότι είναι γεμάτη από ανθρώπους που επιθυμούν να δώσουν πράγματα στην επιχειρηματικότητα , ακόμα κι αν στην αρχή η κοινωνία δεν ξέρει πως να το κάνει εφικτό.

Συμπερασματικά λοιπόν, ενώ ο κάθε επιχειρηματίας μπορεί να ξεκινήσει με διάθεση ενός παραγωγικού στο τέλος λόγω κάποιων συνθηκών να γίνει μη παραγωγικός επιχειρηματίας ή καταστροφικός. Αυτό που καθορίζει την πορεία του ατόμου είναι “οι κανόνες του παιχνιδιού” που υπάρχουν σε κάθε κοινωνία. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι αυτό της Σοβιετικής Ένωσης όπου παρότρυναν αρχικά τα άτομα να γίνονται ιδιοκτήτες επιχειρήσεων ενώ στη συνέχεια παραγωγοί πετρελαίου, όταν άλλαξαν κάποια δεδομένα⁽⁴⁾ .

Παραπομπές:

1. <http://www.eoppep.gr/teens/index.php/businessman/%CF%84%CE%B9-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CE%B7-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%AF%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%B7-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1>, (τελευταία πρόσβαση 5/7/2016)

2. <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1>, (τελευταία πρόσβαση 5/7/2016)

3. David J. Storey- Francis J. Greene- Ιωσήφ Χασσιδ- Ειρήνη Φαφαλιού, Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, Εκδόσεις Κριτική, σελ.59

4. David J. Storey- Francis J. Greene- Ιωσήφ Χασσιδ- Ειρήνη Φαφαλιού, Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, Εκδόσεις Κριτική, σελ.60

2.7 ΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Αρχικά, το επίπεδο της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα όπως μπορεί να διαπιστώσει ο καθένας δεν είναι το επιθυμητό για τον αριθμό των ατόμων που κατοικούν σε αυτήν. Δηλαδή, για τα περίπου 11.000.000 ανθρώπων που περικλείουν τη χώρα, όσον αφορά τους ντόπιους κατοίκους, δεν έχει αναπτυχθεί ακόμα η επιχειρηματικότητα που αρμόζει.

Πιο συγκεκριμένα, παρατηρείται ότι στις υπόλοιπες Ευρωπαϊκές χώρες, πολλοί επιχειρηματίες επιθυμούν να μεταφέρουν τις επιχειρήσεις τους εκεί, εξασφαλίζοντας περισσότερα κέρδη, δείχνοντας με αυτόν τον τρόπο περισσότερη εμπιστοσύνη στα άλλα κράτη. Η παραπάνω τακτική που εφαρμόζεται φαίνεται να είναι ένα σύνθετο πρόβλημα για την Ελλάδα αναρωτώντας συνεχώς τα μέλη της γιατί συμβαίνει αυτό.

Αυτό που φαίνεται να βοηθάει τις υπόλοιπες χώρες να δώσουν ώθηση στους επιχειρηματίες για την επένδυση των επιχειρήσεών τους εκεί, είναι οι μικρότεροι φόροι που ίσως υπάρχουν, κάποιες επιδοτήσεις που τους προσφέρουν ή προγράμματα χρηματοδοτούμενα⁽¹⁾. Το παραπάνω σημαίνει πως ο κάθε επιχειρηματίας που γνωρίζει πως υπάρχουν αυτά σε μία χώρα του εξωτερικού, θα προσπαθήσει να επενδύσει εκεί. Με τον τρόπο αυτό θα βγει κερδισμένος εφόσον δεν μπορεί, τα προαναφερθέντα, να του τα παράξει η χώρα του βυθίζοντας όλο και περισσότερο την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Ακόμα, προτού κάποιος προβεί στη δημιουργία μίας επιχείρησης οφείλει να γνωρίζει τους κανόνες που απαιτούνται προκειμένου να επιτευχτεί ο στόχος του. Η έναρξη δηλαδή μίας νέας επιχείρησης πρέπει να συμβαδίζει με τους νόμους που ισχύουν στην εκάστοτε χώρα είτε αυτοί είναι πολιτικοί, οικονομικοί, κοινωνικοί ή πολιτισμικοί⁽²⁾. Κανείς δεν είναι σε θέση να ανοίξει μία νέα επιχείρηση αν δεν συμβαδίζει με τη νομοθεσία που υπάρχει στην εκάστοτε χώρα.

Συμπερασματικά λοιπόν, δεν φτάνει μόνο οι επιχειρηματίες που για κάποιους λόγους δεν πετυχαίνουν στη χώρα τους και χρειάζεται να καταφύγουν στο εξωτερικό. Πολλές φορές η νομοθεσία ή κάποιιοι ακόμα παράγοντες είναι υπεύθυνοι για την αποτυχία των τόσων κλειστών επιχειρήσεων.

Παραπομπές:

1.ΚΩΣΤΑΣ Π. ΚΑΚΟΥΛΙΔΗΣ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ-ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ-ΠΩΛΗΣΕΙΣ, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΔΙΟΝΙΚΟΣ, σελ. 28.

2.ΚΩΣΤΑΣ Π. ΚΑΚΟΥΛΙΔΗΣ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ-ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ-ΠΩΛΗΣΕΙΣ, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΔΙΟΝΙΚΟΣ, σελ. 29.

2.8 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Στην Ελλάδα, τα τελευταία χρόνια, υπάρχουν κάποια προγράμματα που ενισχύουν τις κινήσεις των επιχειρήσεων βοηθώντας τις να αναπτυχθούν περισσότερο. Η βοήθεια αυτή είναι χρηματική και τα προγράμματα μπορούν να διακριθούν είτε σε τομεακά αναλόγως το τομέα στον οποίο ασχολούνται είτε περιφερειακά, ανάλογα με την εκάστοτε περιφέρεια της χώρας που αφορά⁽¹⁾.

Πιο συγκεκριμένα στα περιφερειακά προγράμματα χρηματοδοτούνται οι πρωτοβουλίες των επιχειρηματιών. Για παράδειγμα τα γυναικεία προγράμματα ενισχύονται προκειμένου να καλυφθούν ορισμένες ανάγκες. Με αυτόν τον τρόπο βοηθούν τις γυναίκες σε όποιο κλάδο κι αν ανήκουν να αναπτύξουν την επιχείρησή τους καλύπτοντας τις ανάγκες τους σε κάποιο βαθμό.

Επιπλέον, ανά τακτά χρονικά διαστήματα, διάρκειας 7 ετών περίπου, τα τομεακά αλλά και τα περιφερειακά προγράμματα υλοποιούνται, ενισχύοντας συνεχώς με αυτόν τον τρόπο τις επιχειρηματικές δράσεις. Όταν φτάνει ένα πρόγραμμα στο τέλος έρχεται το επόμενο οπότε κάθε επιχείρηση μπορεί να ενισχύεται είτε με νέα κονδύλια είτε με κονδύλια προηγούμενων χρόνων που είναι διαθέσιμα.

Επιπλέον, το 2007, οι μικρές επιχειρήσεις μετά από την προκήρυξη που ήρθε στην επιφάνεια αναφέρει ότι είναι σε θέση να ενισχυθούν κι αυτές οικονομικά. Ειδικότερα επιχειρήσεις που ασχολούνται με τον τριτογενή τομέα, μπορούσαν να εισπράξουν βοήθεια σε ποσοστό 50%-60%. Κύριο κριτήριο ήταν το γεωγραφικό κομμάτι στο οποίο ανήκαν οι επιχειρήσεις ενώ οι επιχορηγήσεις ανερχόταν στο ποσοστό των €150.000. Σημαντικό είναι να σημειωθεί πως το πρόγραμμα “Ανάπτυξη της γυναικείας απασχόλησης και επιχειρηματικότητας” ήταν εφικτό να χρηματοδοτηθεί σε ποσοστό μέχρι και 100% αρκεί να ήταν στις ημερομηνίες που είχαν προκηρυχτεί.

Συμπερασματικά, λοιπόν, φαίνεται να υπάρχουν συνεχώς προγράμματα τα οποία είναι ευέλικτα ανάλογα με την κάθε επιχείρηση. Προϋπόθεση για να βρει η κάθε επιχείρηση αυτό που αναζητά είναι να πληροφορηθεί εγκαίρως για τα επιχορηγούμενα προγράμματα, προκειμένου να επωφεληθεί.

Παραπομπές:

1. ΠΡΑΚΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ, ΠΑΝΟΣ ΦΙΤΣΙΛΗΣ, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ, σελ.328

Κεφάλαιο 3^ο : ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ. ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

3.1 ΤΑ ΒΑΘΥΤΕΡΑ ΑΙΤΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Πολλοί επιστήμονες έχουν προσπαθήσει τα τελευταία χρόνια να αναλύσουν τις αιτίες που έπαιξαν κυρίαρχο ρόλο ώστε να φτάσει η Ελλάδα, τα τελευταία περίπου 5 χρόνια, στην κρίση. Οι αιτίες αυτές θα αναφερθούν παρακάτω τονίζοντας τις σημαντικότερες από αυτές, καθώς και το τι μπορεί να ώθησε τον κάθε άνθρωπο χωριστά να προβεί σε κάποια βήματα που αποδείχτηκαν καταστροφικά για τη χώρα.

Αρχικά, λοιπόν, τα υψηλά δημόσια ελλείμματα που αναπτύχθηκαν στην Ελλάδα, η έλλειψη των εξαγωγών που ήταν ανεπαρκής, η κατάρρευση της αγοράς εργασίας και η μη διαχειρισσιμότητα του χρέους είναι μόνο κάποια από τα προβλήματα που έγιναν καταπέλτες⁽¹⁾. Πιο συγκεκριμένα τα δημόσια ελλείμματα που είχαν εμφανιστεί στην Ελλάδα, έπρεπε με κάποιον τρόπο να υποχωρήσουν και να μην υπάρχουν. Δημόσιο έλλειμμα είναι αυτό κατά το οποίο τα έξοδα που έχει να αντιμετωπίσει η κυβέρνηση μίας χώρας είναι μεγαλύτερα από τα έσοδα, σε χρονικό διάστημα κατά ένα χρόνο⁽²⁾. Ακόμα, οι εξαγωγές που μειώνονταν όλο και περισσότερο σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια, τα προϊόντα που παρήγαγαν οι παραγωγοί ήταν πολύ περισσότερα από αυτά που χρειαζόνταν μία χώρα σαν την Ελλάδα κι ενώ θα μπορούσαν να προωθηθούν στο εξωτερικό τα περισσότερα, δεν έγινε από κανέναν.

Επιπλέον, η αγορά εργασίας που δεν μπορεί να αγκαλιάσει τα παιδιά της και πρέπει συνεχώς να καταφεύγουν στο εξωτερικό για μία καλύτερη ζωή, άρχισε να κάνει το εργατικό δυναμικό ανεπαρκές. Τέλος, το χρέος που δεν μπόρεσε να το διαχειριστεί καμία κυβέρνηση, το χρέος που προήρθε από τα δάνεια για την κάλυψη κάποιων αναγκών και δεν επέστρεψε ποτέ στις χώρες από τις οποίες δανείστηκε η Ελλάδα, ήταν ένα από τα σημαντικά προβλήματα για την κατάρρευση της χώρας. Παρόλα αυτά όμως, όπως έχει διαπιστωθεί τα παραπάνω προβλήματα είναι μόνο ένα μέρος της πραγματικότητας. Δεν ήταν δηλαδή μόνο οι παραπάνω παράγοντες που οδήγησαν την Ελλάδα σε αυτήν την οικονομική κρίση που διανύει.

Όσον αφορά λοιπόν την κρίση, το πολιτικό και το θεσμικό κομμάτι της χώρας δεν μπορούσαν να συμβαδίσουν με το οικονομικό μέρος αυτής. Οι θεσμοί δεν επρόκειτο να αλλάξουν σε τόσο σύντομο χρονικό διάστημα αλλά ούτε και το πολιτικό μέρος να μπορέσει να συνεχίσει με τους όρους που είχαν θεσπιστεί. Επιπλέον, τα ποσοστά που ανακοίνωναν ότι η πορεία της χώρας προχωράει με αύξουσα πορεία ήταν ουτοπικά και έπρεπε να περιμένουν οι πολιτικοί και μη, ότι θα συνέβαινε αυτό. Δεν είναι εύκολο να αλλάξει κανείς την κουλτούρα των ανθρώπων μίας χώρας και τον τρόπο που έχουν μάθει να ζουν μέσα σε αυτήν. Ενώ λοιπόν η Τρόικα ανακοίνωνε τα μέτρα λιτότητας και πως μπορεί να διαχειριστεί ο καθένας την οικονομική του πορεία κανείς δεν μπόρεσε να το κάνει εφικτό.

Επί πρόσθετα, σημαντικός λόγος που οδήγησε στην οικονομική κρίση φαίνεται να είναι το μοντέλο που αναπτύχθηκε τα τελευταία περίπου 30 χρόνια, μέσα από μία

αλληπάλληλη σειρά κακών μεταρρυθμίσεων. Αυτό οφείλεται στη μη ισορροπημένη κυβερνητική πολιτική που υπήρχε στη χώρα μας εξαιτίας της μεγάλης διαφθοράς και της προσοδοθηρικής συμπεριφοράς. Το τελευταίο εξηγεί το πώς τα πολιτικά πρόσωπα που είχαν πολλά συμφέροντα δεν εστίαζαν στο να προσφέρουν βοήθεια στους πολίτες της χώρας που κυβερνούσαν, αλλά να λαμβάνουν πολιτικές αποφάσεις ανάλογα με το ποιες τους συνέφεραν καλύτερα, Anne Krueger, 1974, ⁽³⁾.

Φαίνεται λοιπόν πως το αποτέλεσμα στο οποίο έχει έρθει τον τελευταίο καιρό η χώρα, είναι η λάθος διακυβέρνηση των πολιτικών, αυτών που ενώ έπρεπε όλοι οι πολίτες να είναι ίσοι μεταξύ τους δεν ήταν. Το πολιτικό και το θεσμικό κομμάτι που δεν μπόρεσε να αναπτυχθεί όπως έπρεπε ήταν αυτά που στοίχησαν στην Ελλάδα την κατάρρευσή της.

Παραπομπές:

- 1.Μαρής Γ.,2012, Τα βαθύτερα αίτια της ελληνικής οικονομικής κρίσης, 19 Μαΐου, Διαθέσιμο στο: http://topolitiko.blogspot.gr/2012/05/blog-post_19.html ,(τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).
- 2.https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B7%CE%BC%CF%8C%CF%83%CE%B9%CE%BF_%CE%AD%CE%BB%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CE%BC%CE%BC%CE%B1, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).
3. <http://www.translatum.gr/forum/index.php?topic=157971.0>, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).

3.2 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΘΕΣΜΙΚΗ ΑΝΙΣΟΡΡΟΠΙΑ.

Πολλές απόψεις παρατηρείται ότι υπάρχουν σχετικά με το τι φταίει και ποιοι ήταν οι λόγοι που η Ελλάδα έφτασε στην κρίση. Οι περισσότεροι υποστηρίζουν ότι το πρόβλημα εστιάζεται στους πολιτικούς και θεσμικούς παράγοντες της χώρας όπου δεν υπήρχε μία σταθερή κατάσταση.

Αρχικά, σύμφωνα με το North(1990), ο οποίος υποστηρίζει πως οι θεσμοί μίας χώρας είναι εκείνοι που κρατούν τη χώρα σε μία μη μεταβαλλόμενη κατάσταση⁽¹⁾. Είναι η επιπόνηση των ανθρώπων της χώρας όπου κατάγονται και μένουν σε αυτήν, προκειμένου να μην υπάρχουν αναταραχές στα προβλήματα που εμφανίζονται συνεχώς. Είναι οι περιορισμοί για κάποια πράγματα τα οποία δεν είναι δυνατόν να εισχωρήσουν σε μία χώρα καθώς δεν αρμόζουν στην εκάστοτε χώρα. Ο ίδιος τονίζει πως, το ότι οι οικονομίες σε κάθε χώρα αλλάζουν και δεν είναι οι ίδιες, έχει να κάνει με τους θεσμούς. Κάποια πράγματα που εφαρμόζονται στην οικονομία μίας χώρας σε άλλη ίσως δεν εφαρμόζονται. Για παράδειγμα στο χώρο του δημοσίου, όπου στην Ελλάδα υπάρχουν και ιδιωτικά συμφέροντα ενώ σε άλλες χώρες όχι. Επιπλέον, οι κάτοικοι της Ελλάδας ονειρευόταν επενδύσεις, παραγωγικότητα στην εργασία τους και μεγάλο ανταγωνισμό σε αυτήν αλλά τίποτα από αυτά δεν κατάφεραν να επιτύχουν καθώς δεν το κυνηγούσαν όσο έπρεπε⁽²⁾.

Επιπλέον, σύμφωνα με τους Acemoglu και Robinson (2008), όπου υποστηρίζουν πως οι θεσμοί παίζουν το σημαντικότερο ρόλο στην οικονομία και την ανάπτυξη της κάθε χώρας. Σύμφωνα με αυτό, οι θεσμοί μπορούν να ερμηνευτούν με πολλούς διαφορετικούς τρόπους και πιο γενικά, ενώ επηρεάζουν όπως φαίνεται την κάθε χώρα σε παραπάνω από δύο τομείς. Φαίνεται να παίζουν καθοριστικό ρόλο στο πως αναπτύσσεται η κάθε χώρα, ποιες αξίες προβάλλει και όλα αυτά που την κάνουν να είναι διαφορετική από την άλλη. Ακόμα, αναφέρουν ότι είναι εφικτό να δημιουργηθεί μία εικόνα στο μυαλό των ανθρώπων για τους λόγους που οι θεσμοί σε κάθε χώρα είναι διαφορετικοί, για το ότι μπορούν να αλλάζουν και το ότι όλα τα παραπάνω είναι εφικτό να αναλυθούν προκειμένου να οδηγηθούν στο κύριο αποτέλεσμα. Δηλαδή, το αν οι θεσμοί έχουν υπαίτιο ρόλο πραγματικά για τις αναβαθμίσεις ή μη της οικονομίας στις χώρες ανά διαστήματα.

Κατά αυτόν λοιπόν τον τρόπο, οι πολιτικοί θεσμοί της Ελλάδας αποδείχτηκαν, κατά την κρίση, πως δεν είναι έτοιμοι ακόμα να αναγεννήσουν την ανάπτυξη της χώρας. Να μπορέσουν να τεθούν δηλαδή στόχοι που θα αφορούν την ανάπτυξη και να μπορέσουν να επιτευχθούν. Σύμφωνα ακόμα, με το Μητσόπουλο και τον Πελαγίδη (2009), οι οποίοι υποστηρίζουν ότι μάλλον αυτό που φταίει στη μη αναβάθμιση της Ελλάδας, είναι το πολιτικό σύστημα που έχει δημιουργηθεί. Το πολιτικό σύστημα δηλαδή είναι αυτό που δεν μπορεί να κάνει τη χώρα να οδηγηθεί στις μεταρρυθμίσεις που στοχεύει και στη μη παραγωγικότητα των πολιτικών ομάδων.

Παραπομπές:

1. Μαρής Γ., 2012, Τα βαθύτερα αίτια της ελληνικής οικονομικής κρίσης, 19 Μαΐου, Διαθέσιμο στο: http://topolitiko.blogspot.gr/2012/05/blog-post_19.html ,(τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).

2. https://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwilttrp0e3KAhVFwxQKHlAr4QFggdMAA&url=http%3A%2F%2Fantikleidi.com%2F2011%2F10%2F03%2Fnootropies-elliniki-oikonomia%2F&usg=AFQjCNFZbOU9mof9j0QVF-0TO7wYq2OOYw&sig2=4j9r21mcR_g4W88YhkNkeg&bvm=bv.113943665,d.d24, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016)

3.3 Η ΚΡΙΣΗ ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Αρχικά, από το 2008 που ξεκίνησε η κρίση, εισέβαλε σε πολλές επιχειρήσεις μικρές, μεγάλες αλλά και πολύ μεγάλες. Κατά αυτόν το τρόπο προσπάθησαν αλλά δεν κατάφεραν να κρατήσουν τις επιχειρήσεις τους ανοιχτές και στη συνέχεια οδηγήθηκαν στο κλείσιμό τους⁽¹⁾. Διακόσιες χιλιάδες μικρομεσαίες επιχειρήσεις, δηλαδή το 25%, δεν μπόρεσε να τα καταφέρει. Επιχειρήσεις που αφορούν το λιανεμπόριο τροφίμων έκλεισαν μέσα σε τέσσερα χρόνια καθώς δεν μπόρεσαν να ανταπεξέλθουν στις υποχρεώσεις τους.

Η κρίση που εμφανίστηκε στην Ελλάδα από το 2008, εξαφάνισε μεγάλες βιομηχανικές επιχειρήσεις αλλά και επιχειρήσεις του εμπορίου που προσπάθησαν να επιβιώσουν αλλά δεν τα κατάφεραν. Αυτό συνέβη επειδή έκλεισαν οι πιστωτικές γραμμές από τις τράπεζες και λόγω του μεγάλου αριθμού δανείων που είχαν τα προηγούμενα χρόνια δεν μπόρεσαν να κρατηθούν⁽²⁾. Χαρακτηριστική είναι η επιχείρηση Σελόντα, που το αντικείμενο ενασχόλησής της ήταν η ιχθυοτροφία. Ο ιδρυτής της έκανε το πρώτο μεγάλο βήμα αυξάνοντας συνεχώς τα κέρδη του, μπαίνοντας και στο χρηματιστήριο αλλά και με την προσπάθεια που έκανε να ενσωματώσει νέες επιχειρήσεις στο χώρο αυτόν. Παρόλα αυτά δεν μπόρεσε να βγει νικητής και χρεοκόπησε δίνοντας στις τράπεζες να αναλάβουν την επιχείρηση του⁽³⁾.

Τρεις στους τέσσερις κλάδους φαίνεται να έκλεισαν τις επιχειρήσεις τους καθώς δεν μπορούσαν να ανταπεξέλθουν, εμφανίζοντας συνεχώς αρνητικά νούμερα στα κέρδη τους⁽⁴⁾. Ένας από τους κλάδους που υπέστη κατάρρευση ήταν αυτός του σκυροδέματος καθώς σταμάτησαν τη δημιουργία οικοδομήματος ή μεγάλων δημοσίων έργων. Σαν αποτέλεσμα ήταν να μειωθούν και οι υπόλοιποι κλάδοι καθώς όταν δεν ανοίγουν νέα σπίτια δεν προχωράει σε κανένα άλλο κλάδο η οικονομία⁽⁵⁾. Επόμενος κλάδος που υπέστη κατάρρευση είναι ο φαρμακευτικός. Αυτό συμβαίνει για το λόγο ότι ο καταναλωτής προσπαθεί να αγοράσει τρόφιμα παρά φάρμακα, ακόμα κι αν του είναι πολύ απαραίτητα. Προσπαθεί να βρει φάρμακα φυτικά ή πιο οικονομικά για να ιανθεί από το να πληρώσει και το γιατρό και στο φαρμακείο αυτά που πρέπει.

Τα super market βίωσαν κι εκείνα την κάθοδο καθώς τα προϊόντα που αγοράζουν οι καταναλωτές είναι λιγότερα από αυτά που αγόραζαν στο παρελθόν. Προσπαθούν να αγοράσουν τα απαραίτητα αλλά και αυτά που θα κρατηθούν περισσότερο καιρό, κοιτάζοντας πάντα τις μεγαλύτερες προσφορές. Τα προϊόντα με το brand του ίδιου του καταστήματος δεν αντιμετώπισαν κρίση καθώς είναι πιο οικονομικά από τα προϊόντα των μεγάλων βιομηχανιών. Κερδισμένος φαίνεται να βγήκε ο κλάδος του τουρισμού όσον αφορά τα ξενοδοχεία, τα τουριστικά γραφεία αλλά και τα μέσα μεταφοράς. Αυτό συμβαίνει καθώς κάθε χρόνο εισέρχονται στη χώρα μας τουρίστες από όλο τον κόσμο αφήνοντας στον τουριστικό κλάδο κάποια από τα χρήματά τους. Κάνουν τις διακοπές τους βγαίνοντας κερδισμένοι οι επιχειρηματίες από αυτό⁽⁶⁾.

Συμπερασματικά λοιπόν, οι περισσότεροι κλάδοι της οικονομίας φαίνεται να χτυπήθηκαν από την οικονομική κρίση. Αυτό είχε ως συνέπεια ακόμα κι αν ένας κλάδος πήγαινε καλά και σημείωνε ανοδική πορεία να επηρεαστεί κι αυτός κατά κάποιο τρόπο. Ο τουριστικός κλάδος παρόλα αυτά μπόρεσε να κερδίσει σε σχέση με τους υπόλοιπους ως ένα μέρος.

Παραπομπές:

1. 1,2,3. Ντόκας Α. ,2015, Πως η κρίση αφάνισε ιστορικές επιχειρήσεις, kathimerini.gr, 1 Νοεμβρίου, Διαθέσιμο στο <http://www.kathimerini.gr/836989/article/oikonomia/epixeirhseis/pws-h-krish-afanise-istorikes-epixeirhseis>, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).
2. 4,5,6. Μανδραβέλης Β. , 2015, Ποιοι κλάδοι χτυπήθηκαν περισσότερο από την οικονομική κρίση στην Ελλάδα, 28 Ιουνίου, Διαθέσιμο στο <http://www.kathimerini.gr/821201/article/oikonomia/epixeirhseis/poioi-kladoi-xytyph8hkan-perissotero--apo-thn-oikonomikh-krish-sthn-ellada> , (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).

3.4 Η ΑΡΧΗ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Αρχικά, η κρίση ξεκίνησε τον Ιανουάριο του 2009, όταν υποβαθμίστηκε η πιστοληπτική ικανότητα για την Ελλάδα από τον οίκο αξιολόγησης Standard & Poor's⁽¹⁾. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να αυξηθεί το κόστος του δανεισμού και να μη μπορεί πλέον η Ελλάδα να δανείζεται τόσο εύκολα σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Η κυβέρνηση δηλαδή ήταν αδύνατο να δανειστεί με επιθυμητά επιτόκια προκειμένου να καλύψει το έλλειμμα που υπήρχε καθώς τα επίπεδα του ελλείμματος ήταν παραπάνω από αυτά που θα μπορούσαν να κρατήσουν το χρέος βιώσιμο⁽²⁾.

Σαν συνέχεια του παραπάνω, ήταν να κινδυνεύσουν οι πληρωμές στο ελληνικό δημόσιο, να μην μπορεί η έκτοτε κυβέρνηση να επιτύχει μικρότερα επιτόκια στις διεθνείς αγορές και να ληφθούν μέτρα προκειμένου να μειωθούν οι δαπάνες. Όλα τα παραπάνω ήταν προφανές ότι θα φέρουν αναταραχή στη χώρα. Η Ελλάδα ζήτησε τη στήριξη του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου (ΔΝΤ), της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (ΕΕ) αλλά και της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας (ΕΚΠ), προκειμένου να μπορέσει να βγει από αυτή τη δύσκολη κατάσταση και να μην προβεί σε χρεοκοπία⁽³⁾. Οι μηχανισμοί στήριξης λοιπόν βοήθησαν την Ελλάδα με τη συμφωνία ότι θα υπήρχε ισορροπία μεταξύ προσφοράς και ζήτησης. Ισορροπία σημαίνει δηλαδή ότι οι εξωτερικές συνθήκες μετατοπίζουν μία από τις δύο καμπύλες ζήτησης και με αυτόν τον τρόπο, αποφεύχθηκε η στάση πληρωμών για την Ελλάδα. Η Ελλάδα όμως δεν μπόρεσε τελικά να ισορροπήσει ούτε μετά από ένα χρόνο. Το 2011 η κυβέρνηση προέβη σε ψήφιση για λιτότητα και περικοπές.

Όλα τα παραπάνω οδήγησαν την Ελλάδα σε μειώσεις μισθών και συντάξεων, κλείσιμο επιχειρήσεων, ανασχηματισμό κυβέρνησης σχεδόν κάθε χρόνο, μνημόνια και δημοψηφίσματα μόλις τον Ιούνιο του 2015. Αυτό είχε ως συνέπεια τον Ιούλιο του 2015 να προβούν στο κλείσιμο των τραπεζών για περίπου τρεις εβδομάδες. Το μόνο που μπορούσαν να κάνουν ήταν να χρηματοδοτούν μισθούς και συντάξεις. Το όριο ανάληψης ήταν την ημέρα €60 ενώ στη συνέχεια μπορούσε όποιος ήθελε να έβγαζε στο τέλος της εβδομάδας αυτό που του αναλογούσε.

Παραπομπές:

1. Παλαιολόγος Γ., Έλλης Α., Βαρβιτσιώτη Ε., 2014, 2009 η κρίση χρέους ήταν ήδη παρούσα, Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, 27 Απριλίου, Διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.kathimerini.gr/764414/article/epikairothta/politikh/2009-h-krish-xreoy-s-htan-hdh-paroysa> (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016)

2. https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%BA%CF%81%CE%AF%CF%83%CE%B7_%CF%87%CF%81%CE%AD%CE%BF%CF%85%CF%82_2009-%CF%83%CE%AE%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B1, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).

3. 2010, Προσφυγή της Ελλάδας στο μηχανισμό στήριξης ανακοινώσε ο πρωθυπουργός, 23 Απριλίου, Διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://news.in.gr/greece/article/?aid=1129265>, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016)

3.5 Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η καινοτομία μπορεί να αποτελέσει την πιο γρήγορη μέθοδο όσον αφορά την οικονομική ανάπτυξη κάθε χώρας. Η κάθε επιχείρηση είναι σε θέση να εισάγει καινοτόμα πράγματα έτσι ώστε ο καταναλωτής να ελκύεται από αυτά. Ωθώντας τον λοιπόν να εισχωρήσει στην επιχείρηση και μένοντας ευχαριστημένος από την αγορά προϊόντων θα επιστρέψει σύντομα στο κατάστημα για μία νέα αγορά.

Σύμφωνα με έρευνα της Deutsche Bank και σε συνεργασία με το πανεπιστήμιο της Φραγκφούρτης, Goethe, επισημαίνεται ότι πρέπει να δοθεί ιδιαίτερο βάρος στην καινοτομία⁽¹⁾. Αυτό προκύπτει εξαιτίας του ότι η Ελλάδα δεν μπορεί να ανταγωνιστεί τις χώρες του εξωτερικού καθώς δεν μπορεί να προχωρήσει στην υποτίμηση του νομίσματος. Κατά αυτόν τον τρόπο παρέχοντας κίνητρα, η χώρα θα μπορέσει να προχωρήσει σε μεγάλες επενδύσεις στον τομέα της καινοτομίας αλλά και της τεχνολογίας. Τα παραπάνω έρχονται σε συνέχεια, εξαιτίας των μακροχρόνιων διαδικασιών όπως είναι η γραφειοκρατία καθώς και οι απλοποιήσεις που πρέπει να γίνουν στις περισσότερες διαδικασίες προτού προβεί κάποιος σε νέα επιχείρηση.

Ακόμα, όπως αναφέρεται στη μελέτη που έγινε, η καινοτομία, η εκπαίδευση, η τεχνολογία και η έρευνα παίζουν σημαντικό ρόλο στην αύξηση της παραγωγικότητας αλλά και στην ανταγωνιστικότητα. Όταν σε μία οικονομία εισχωρήσουν άτομα σωστά εκπαιδευμένα σε αυτό που φοίτησαν θα μπορέσουν να ανταπεξέλθουν και να δείξουν στις υπόλοιπες την επιτυχία στον τομέα εργασίας που δουλεύουν. Οι καινοτόμες ιδέες, επιπλέον, σε συνδυασμό με την τεχνολογία καταφέρνουν να εισχωρήσουν σε όλους τους κλάδους της οικονομίας, προσφέροντας νέα πράγματα. Τέλος, οι ερευνητές είναι εκείνοι που με τις νέες τους ανακαλύψεις ανά τακτά χρονικά διαστήματα μπορούν να γίνουν η αιτία να πρωτοπορήσει η επιχείρηση. Με τον κύκλο αυτό, των τεσσάρων στοιχείων, μπορεί η οικονομία να αναπτυχθεί κατακόρυφα δημιουργώντας άθελά της πολλούς ανταγωνιστές αλλά συνάμα αύξηση της παραγωγικής της δύναμης, δείχνοντας πόσο δύσκολο αλλά όχι ακατόρθωτο είναι.

Ωστόσο, παρατηρείται πως οι ελληνικές επιχειρήσεις δεν προσπαθούν να εισχωρήσουν την καινοτομία στους κλάδους με τους οποίους ασχολούνται. Τα ποσοστά ευρεσιτεχνίας, δηλαδή, οι νέες ανακαλύψεις στους διάφορους τομείς της οικονομίας είναι πολύ χαμηλά και ως εκ τούτου δεν μπορεί να υπάρξει ανάπτυξη. Κλάδοι όπως είναι ο φαρμακευτικός, η πληροφορική αλλά και οι τηλεπικοινωνίες καταναλώνουν συνεχώς τους περισσότερους πόρους στις εταιρείες στα πλαίσια έρευνας και τεχνολογίας. Είναι ως επί το πλείστον οι κύριοι τομείς κάθε οικονομίας οι οποίοι απαιτούν συνεχώς προσπάθεια και έρευνα προκειμένου να φτάσουν στα επιθυμητά αποτελέσματα. Έτσι λοιπόν καθώς πρέπει να καταβληθούν πολλά χρήματα για μία καινοτομία στους παραπάνω κλάδους, πολλές φορές οι εταιρείες προσπαθούν να το αποφύγουν μένοντας στάσιμοι.

Πιο συγκεκριμένα, στην Ελλάδα κατά το διάστημα 2000-2006 παρατηρείται μεγάλη προσπάθεια να εισαχθούν στις επιχειρήσεις καινοτόμες ιδέες⁽²⁾. Νέες ιδέες όλο ένα και εφαρμόζονται με στόχο τη μεγαλύτερη ανταγωνιστικότητα με σκοπό τη κερδοφορία στις επιχειρήσεις. Κατά τη προαναφερθείσα περίοδο η χώρα εστιάζει στα

πιο κάτω θέματα προκειμένου να μπορέσει να προχωρήσει η καινοτομία στις επιχειρήσεις. Αρχικά, νέοι κανόνες για μία νέα επιχειρηματικότητα εφαρμόζονται με στόχο να προωθηθούν καινοτόμα πράγματα. Μία επιχειρηματικότητα η οποία θα εστιάζει σε νέες δημιουργίες προϊόντων δίνοντας με αυτόν το τρόπο την ευκαιρία στους επιχειρηματίες να επιδείξουν ζήλο. Επιπλέον, η μείωση της φορολόγησης ή ακόμα και η ελάφρυνση από αυτήν, προκειμένου να μπορούν να δίνονται όσο το δυνατόν περισσότερα χρήματα για την έρευνα αλλά και την τεχνολογία. Έτσι θα μπορέσει να υπάρξει μεγαλύτερη ανταγωνιστικότητα δημιουργώντας περισσότερες ευκαιρίες και πλεονεκτήματα.

Επί πρόσθετα προτεραιότητα της χώρας κατά την ίδια περίοδο ήταν να υπήρχαν δομές προκειμένου να μπορούσαν να ενισχύσουν την καινοτομία. Κατά αυτόν το τρόπο θα μπορούσε η έρευνα αλλά και η τεχνολογία να υποστηριχτεί καθώς θα είχε τον κατάλληλο χώρο αλλά και τους κατάλληλους εξοπλισμούς. Δίνοντας την ευκαιρία στις επιχειρήσεις να ενισχυθούν αλλά και να δικτυωθούν περισσότερο μεταξύ τους θα ήταν μία καλή επιλογή για να προσκομίσουν όσο το δυνατόν νέα πράγματα στο χώρο τους, καινοτόμα. Τέλος, η Ελλάδα στοχεύει στη δια βίου μάθηση της καινοτομίας, δηλαδή στην εκπαίδευση που βιώνει το κάθε άτομο από τη νηπιακή του ηλικία. Στον τομέα αυτό η χρηματοδότηση που προκύπτει έχει στόχο να μπορέσει να ωθήσει περισσότερο τα άτομα να ασχοληθούν με το σχεδιασμό αλλά και την υλοποίηση. Δίνοντας χρήματα στις επιχειρήσεις προκειμένου να δημιουργηθούν καινούργια προϊόντα, δίνεται η ευκαιρία να υπάρξει καλύτερος συντονισμός σε πράγματα που πρόκειται να δημιουργηθούν στο μέλλον.

Συμπεραίνοντας λοιπόν, η καινοτομία στην Ελλάδα φαίνεται να βαδίζει με αργούς ρυθμούς. Οι επιχειρήσεις εξαιτίας της μειωμένης ή εντελώς ανεπαρκούς χρηματοδότησης δεν μπορούν να δημιουργήσουν νέα προϊόντα καθώς δεν υπάρχουν και ιδέες από τους επιχειρηματίες. Ενώ ο κάθε επιχειρηματίας έπρεπε να στοχεύει στην ανάπτυξη της επιχείρησής του με σκοπό να αυξήσει τα κέρδη του παραμένει στάσιμος, μην έχοντας πώς να χειριστεί την κατάσταση. Έτσι η χώρα πρέπει να εστιάσει στους σημαντικότερους τομείς της οικονομίας προκειμένου να επωφεληθεί από καινοτόμα προϊόντα και νέες ιδέες.

Παραπομπές:

1. ΚΕΝΤΡΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ Γ.Σ.Ε.Ε. , Διαθέσιμο στο http://www.kanep-gsee.gr/kainotomia_gia_anaptixi, πηγή ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016)
2. Κακουλίδης Κ., 2009, *Επιχειρηματικότητα-Επικοινωνία-Πωλήσεις*, Αθήνα, εκδόσεις Διόνικος, σελ. 55.

Κεφάλαιο 4^ο : ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 Σκοπός Έρευνας

Νωρίτερα παρουσιάστηκε το θεωρητικό μέρος της παρούσας πτυχιακής εργασίας που αναφέρεται στην οικονομική κρίση και την επιχειρηματικότητα. Παρακάτω θα παρουσιασθεί η έρευνα και τα αποτελέσματα αυτής.

Πιο συγκεκριμένα, σκοπός της πρωτογενούς έρευνας ήταν να διερευνηθεί το πώς οι επιχειρήσεις μπόρεσαν να επιβιώσουν κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης, και ποιες ήταν οι κινήσεις που έκαναν προκειμένου να μπορέσουν να παραμείνουν στον χώρο.

Επιπλέον, τα ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν αφορούσαν το κατά πόσο η οικονομική κρίση μπόρεσε να επηρεάσει τις Ελληνικές επιχειρήσεις, και πιο συγκεκριμένα τις επιχειρήσεις του ν. Ηρακλείου Κρήτης. Αναλυτικότερα:

- Πώς εξελίσσεται η οικονομική κατάσταση των επιχειρήσεων του Ηρακλείου εν μέσω κρίσης (εξέλιξη πωλήσεων, προσωπικού και μισθών των επιχειρήσεων)
- Για ποιους λόγους διστάζουν οι νέοι να προχωρήσουν στο άνοιγμα μίας επιχείρησης
- Πώς μπόρεσαν οι επιχειρήσεις να επιβιώσουν κατά τη διάρκεια της κρίσης και τέλος
- Ποιά γνωρίσματα πρέπει να έχει ένας καλός επιχειρηματίας ώστε να καταφέρει να διατηρήσει την επιχείρηση σε καιρούς κρίσης.

Οι απαντήσεις στα προηγούμενα ερωτήματα μπορούν να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις στο μέλλον να διορθώσουν κάποιες κινήσεις που τυχόν έκαναν λάθος και τους στοίχισε κατά την κρίση. Ακόμα, άλλες που δεν μπόρεσαν να επιβιώσουν και έκλεισαν, να προσπαθήσουν να ανταποκριθούν με επιτυχία σε μελλοντικά τους επιχειρηματικά εγχειρήματα.

4.2 Μεθοδολογία Έρευνας

1. Καθορισμός σκοπού της έρευνας

Η έρευνα είχε στόχο να διερευνήσει και να βγάλει κάποια αποτελέσματα για τις κινήσεις που έκαναν οι επιχειρηματίες του νομού Ηρακλείου προκειμένου να μπορέσουν να επιβιώσουν και να κρατήσουν τις επιχειρήσεις τους ανοιχτές.

2. Σχεδιασμός της έρευνας

Προκειμένου να σχεδιαστεί η έρευνα για τη διεξαγωγή αποτελεσμάτων πάνω στα ερευνητικά ερωτήματα που προαναφέρθηκαν έγινε αρχικά μία αναζήτηση και ανάλυση των βιβλιογραφικών πηγών έτσι ώστε να μπορέσουμε στη συνέχεια να:

- Οριστικοποιήσουμε τα ερευνητικά ερωτήματα

- Επιλέξουμε το δείγμα των επιχειρήσεων που θα μπορούσαν να αντιπροσωπεύσουν την έρευνα, δηλαδή τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε διάφορους κλάδους στο Ηράκλειο Κρήτης
- Επιλέξουμε το ερευνητικό εργαλείο που θα δώσει τα ασφαλέστερα αποτελέσματα, δηλαδή το δομημένο ερωτηματολόγιο και τέλος
- Να συλλέξουμε τα στοιχεία και να προχωρήσουμε σε ανάλυση και επεξεργασία των δεδομένων.

3. Σχεδιασμός ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο επιλέχθηκε ως μέσο για τη συλλογή των στοιχείων καθώς είναι ο πιο άμεσος τρόπος να έρθει κανείς σε επικοινωνία με τον ερωτώμενο. Ειδικότερα, σε μία πρωτογενή έρευνα είναι ο καταλληλότερος τρόπος καθώς παίρνει κανείς γρήγορα τα στοιχεία που χρειάζεται προκειμένου να ολοκληρωθούν τα αποτελέσματα πιο γρήγορα. Ο ερωτώμενος είναι σε θέση να απαντήσει σε προσωπικά στοιχεία, σε πιο γενικά, σε πράγματα που του αρέσουν ή όχι, αν πάντα το επιθυμεί. Αυτή είναι η δυσκολία αυτού του μέσου, καθώς μέσα από λίγες ερωτήσεις πρέπει να καταφέρει αυτός που ρωτάει να συλλέξει τις πληροφορίες που χρειάζεται.

Ακόμα οι ερωτήσεις που συμπεριελήφθησαν στο ερωτηματολόγιο ήταν δυο ειδών.

- Αρχικά, οι ερωτήσεις που απαντώνται με περισσότερη ευκολία καθώς ο ερωτώμενος έπρεπε να απαντήσει σε πραγματικά στοιχεία γύρω από την επιχείρησή του, δηλαδή δημογραφικά στοιχεία της επιχείρησης (για παράδειγμα τα έτη λειτουργίας της επιχείρησης ή ο τζίρος της επιχείρησης).
- Στη συνέχεια ακολουθούσαν οι ερωτήσεις όπου έπρεπε ο καθένας να εκφράσει τη γνώμη του μέσα από τις απαντήσεις κλειστού τύπου που δίνονταν, ενώ υπήρχαν και κάποιες ερωτήσεις ανοιχτού τύπου, όπου μπορούσε να γράψει ρητά τη γνώμη του αν δεν δινόταν σαν απάντηση.
- Η τελευταία κατηγορία ερωτήσεων είχε ως στόχο να δώσει πληροφορίες γύρω από τις διαθέσεις του ατόμου σε σχέση με τις ερωτήσεις που απαντούσε.

Οι ερωτήσεις που έλαβαν χώρα κατά κύριο μέρος ήταν ερωτήσεις κλειστού τύπου προκειμένου να αποφευχθεί η δυσαρέσκεια από τους ερωτώμενους και να είναι και πιο σύντομη η διαδικασία. Κατά κύριο λόγο οι ερωτήσεις ακολουθούσαν την κλίμακα Likert (από πολύ θετικές έως πολύ αρνητικές στάσεις).

4. Συλλογή στοιχείων

Η διεξαγωγή της έρευνας ξεκίνησε από 1 Φεβρουαρίου και κράτησε δυο μήνες, δηλαδή σταμάτησε 30 Μαρτίου του έτους 2016.

Στόχος ήταν να δοθούν 60 ερωτηματολόγια σε διάφορους κλάδους της οικονομίας, δηλαδή στο βιομηχανικό, στο λιανικό αλλά και στον τουριστικό τομέα. Παρόλα αυτά δόθηκαν 45 ερωτηματολόγια και συμπληρωθήκαν τα 37.

Η δυσκολία στη συλλογή των στοιχείων αφορούσε στο ότι οι επιχειρηματίες δεν ήθελαν να συμπληρώσουν τα στοιχεία που αφορούσαν σε οικονομικές πληροφορίες για την επιχείρηση, καθώς δεν ήξεραν αν τα στοιχεία αυτά θα χρησιμοποιούνταν αποκλειστικά για τους σκοπούς της πτυχιακής εργασίας ή και για κάποιο άλλο λόγο. Στην αρχή οι περισσότερες από αυτές ήταν αρνητικές και δύσπιστες ενώ στη συνέχεια κάποιες από αυτές δέχτηκαν να το συμπληρώσουν ενώ άλλες όχι.

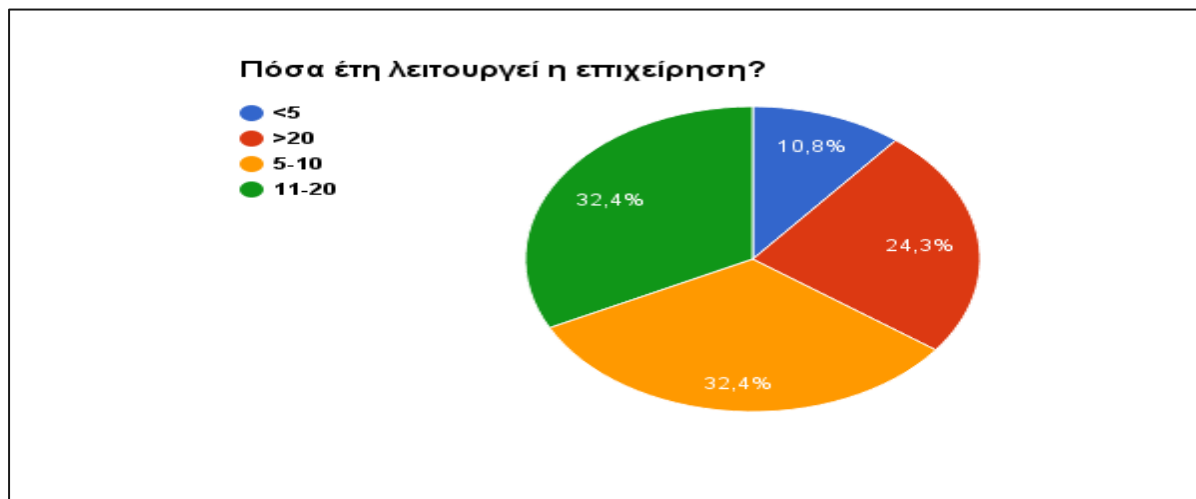
5. Επεξεργασία στοιχείων

Μετά το πέρας της συλλογής των ερωτηματολογίων, η επόμενη φάση αφορούσε στη συγκέντρωση, συστηματοποίηση και αξιοποίηση όλων αυτών των στοιχείων ώστε να εξαχθούν κάποια ουσιαστικά αποτελέσματα. Έτσι λοιπόν, με τη βοήθεια του Microsoft Excel, δημιουργήθηκαν γραφήματα τα οποία δείχνουν την τάση των περισσότερων επιχειρήσεων και τις προβλέψεις που είχαν κατά την κρίση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο : ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

1. Έτη λειτουργίας επιχείρησης

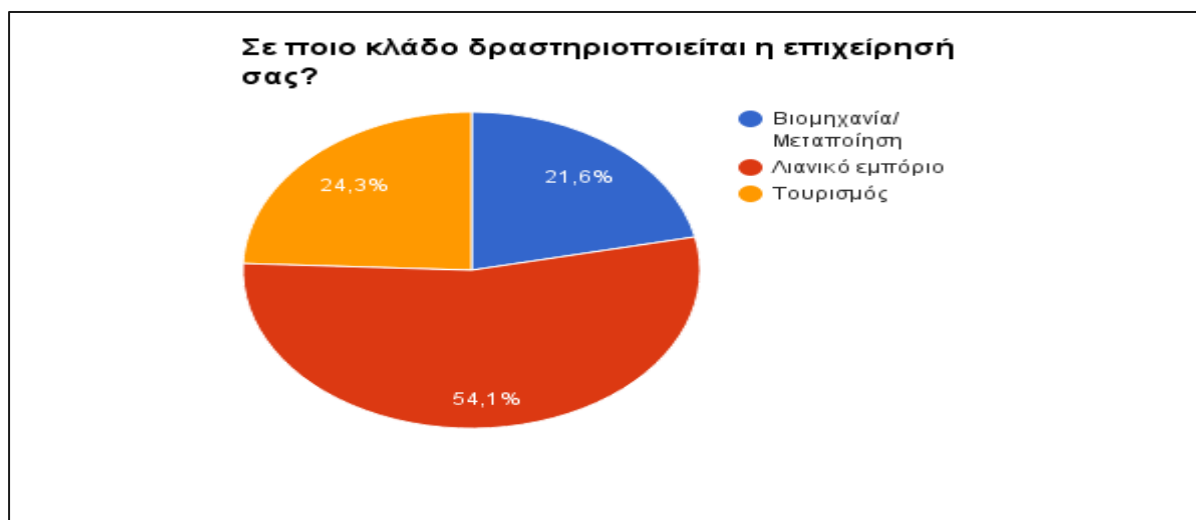
Σύμφωνα με τις επιχειρήσεις που κλήθηκαν να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο, το 32,4% φαίνεται να λειτουργεί 11-20 χρόνια, ενώ στο ίδιο ποσοστό ανέρχονται και οι επιχειρήσεις που λειτουργούν 5-10 χρόνια. Το 24,3% λειτουργεί παραπάνω από 20 χρόνια ενώ μόλις το 10,8% γράφει πορεία μικρότερη των 5 ετών.



Διάγραμμα 1.1

2. Κλάδος δραστηριοποίησης

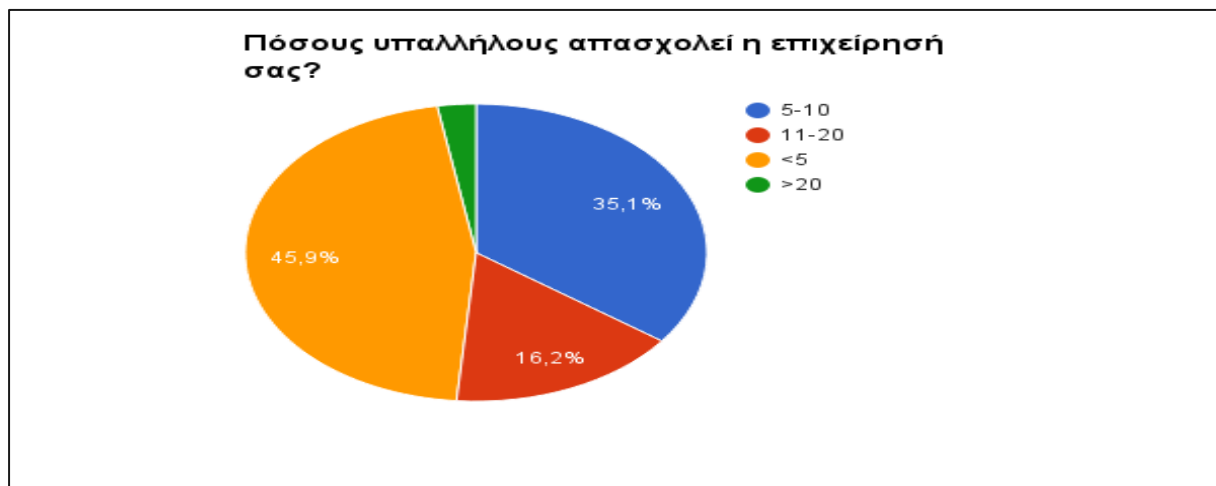
Το 54,1% δραστηριοποιείται στο χώρο του λιανικού εμπόριου. Το 24,3% στον κλάδο του τουρισμού ενώ μόλις το 21,6% στο βιομηχανικό εμπόριο.



Διάγραμμα 1.2

3. Αριθμός εργαζομένων στην επιχείρηση

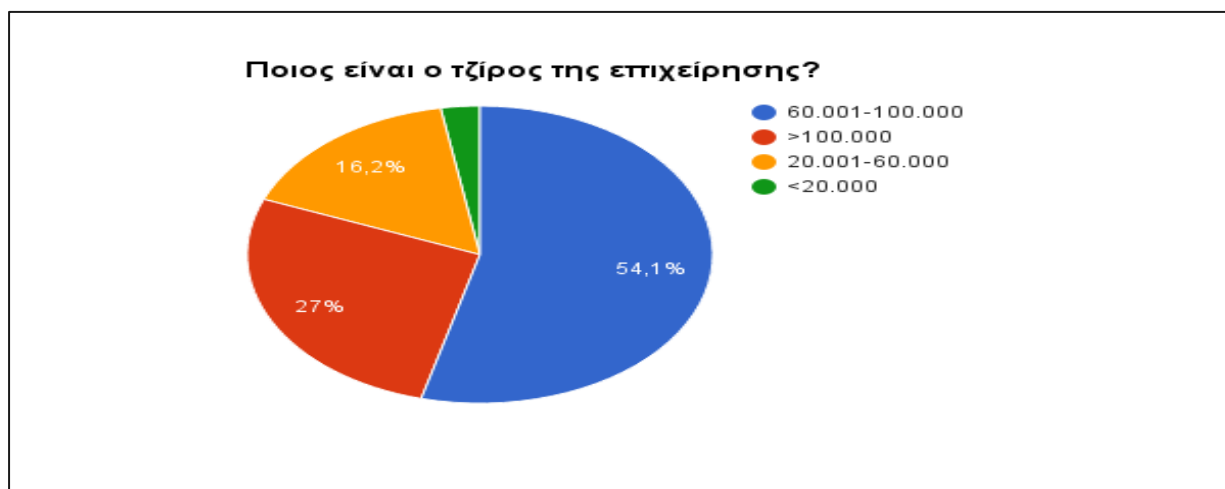
Το 45,9% των επιχειρήσεων απασχολεί λιγότερο από 5 υπαλλήλους. Το 35,1% απασχολεί 5-10 υπαλλήλους ενώ οι επιχειρήσεις που λειτουργούν με 11-20 υπαλλήλους, το ποσοστό ανερχεται στο 16,2%. Τέλος, μόλις το 2,8% έχει στη διάθεσή του παραπάνω από 20 υπαλλήλους.



Διάγραμμα 1.3

4. Ο τζίρος της επιχείρησης

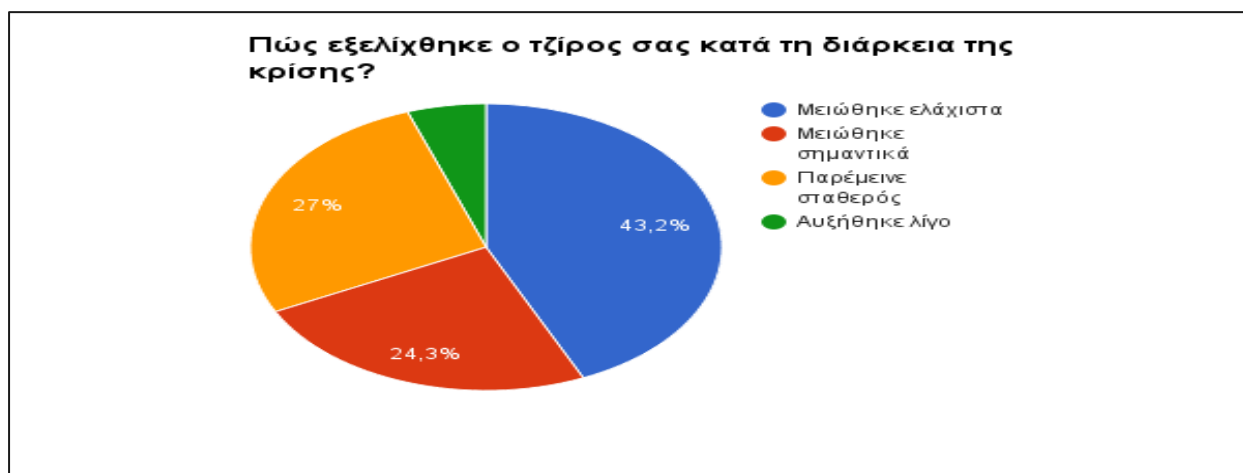
Στο 54,1% των επιχειρήσεων, ο τζίρος του ανέρχεται από 60.000-100.000€. Μόλις το 27% ξεπερνάει τις 100.000€ ενώ το 16,2% κυμαίνεται από 20.000-60.000€. Ποσοστό του 2,7% αναφέρει ότι έχει τζίρο λιγότερο των 20.000€.



Διάγραμμα 1.4

5. Η εξέλιξη του τζίρου της επιχείρησης

Το 43,2% τονίζει πως ο τζίρος του μειώθηκε ελάχιστα, ενώ το 24,3% πως μειώθηκε σημαντικά. Ακόμα, το 27% των επιχειρήσεων, ο τζίρος παρέμεινε στα ίδια επίπεδα ενώ το 5,4% αυξήθηκε λίγο.



Διάγραμμα 1.5

6. Η εξέλιξη των κερδών της επιχείρησης

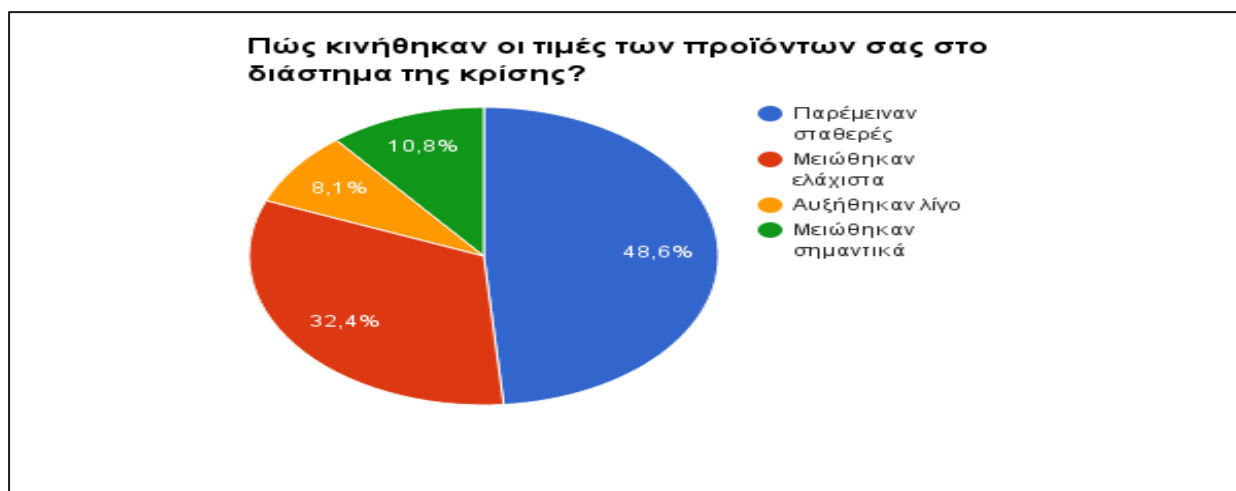
Το 37,8% του πληθυσμού των επιχειρήσεων αναφέρει πως τα κέρδη μειώθηκαν ελάχιστα, ενώ το 29,7% πως παρέμειναν σταθερά. Μόλις το 24,3% πως μειώθηκαν σημαντικά ενώ το 8,1% πως αυξήθηκαν λίγο.



Διάγραμμα 1.6

7. Οι τιμές το διάστημα της κρίσης

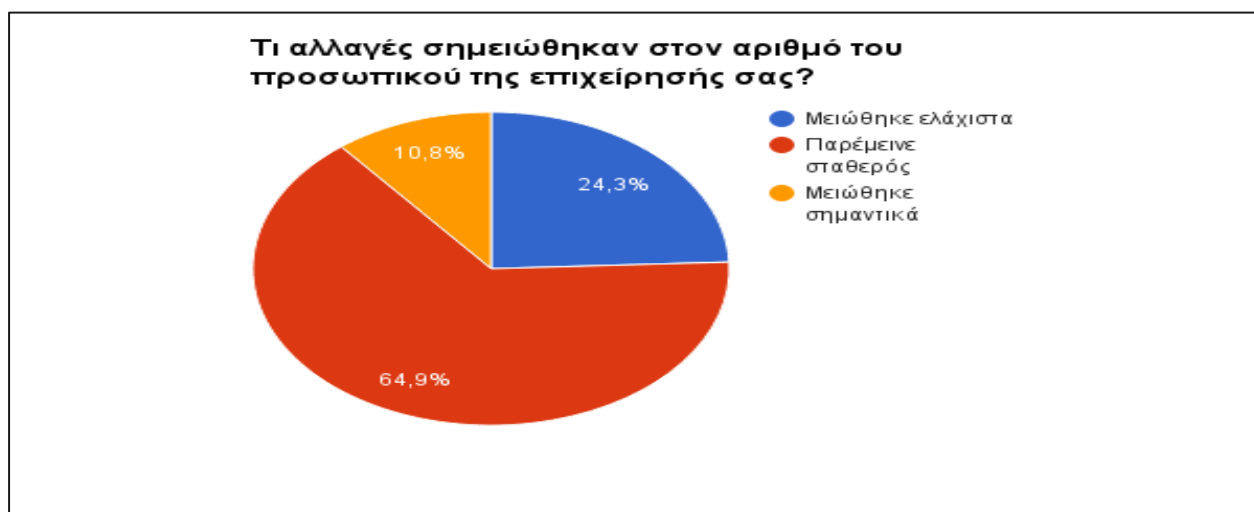
Το 48,6% απάντησε ότι οι τιμές των προϊόντων παρέμειναν σταθερές. Το 32,4% ότι μειώθηκαν ελάχιστα ενώ μόλις το 10,8% ότι μειώθηκαν σημαντικά. Τέλος, μόλις το 8,1% υποστηρίζει πως αυξήθηκαν λίγο οι τιμές.



Διάγραμμα 1.7

8. Ο αριθμός του προσωπικού των επιχειρήσεων

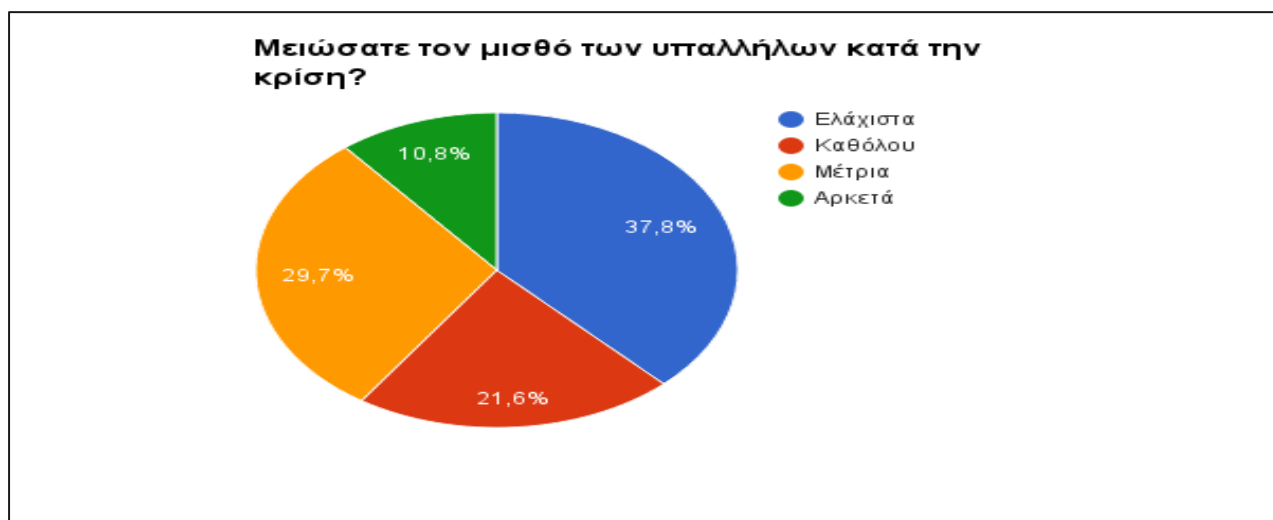
Σχεδόν, το 65% κράτησε το προσωπικό της επιχείρησής του σταθερό. Το 24,3% ότι μειώθηκε ελάχιστα ενώ το 10,8% πως μειώθηκε σημαντικά.



Διάγραμμα 1.8

9. Μείωση μισθού υπαλλήλων

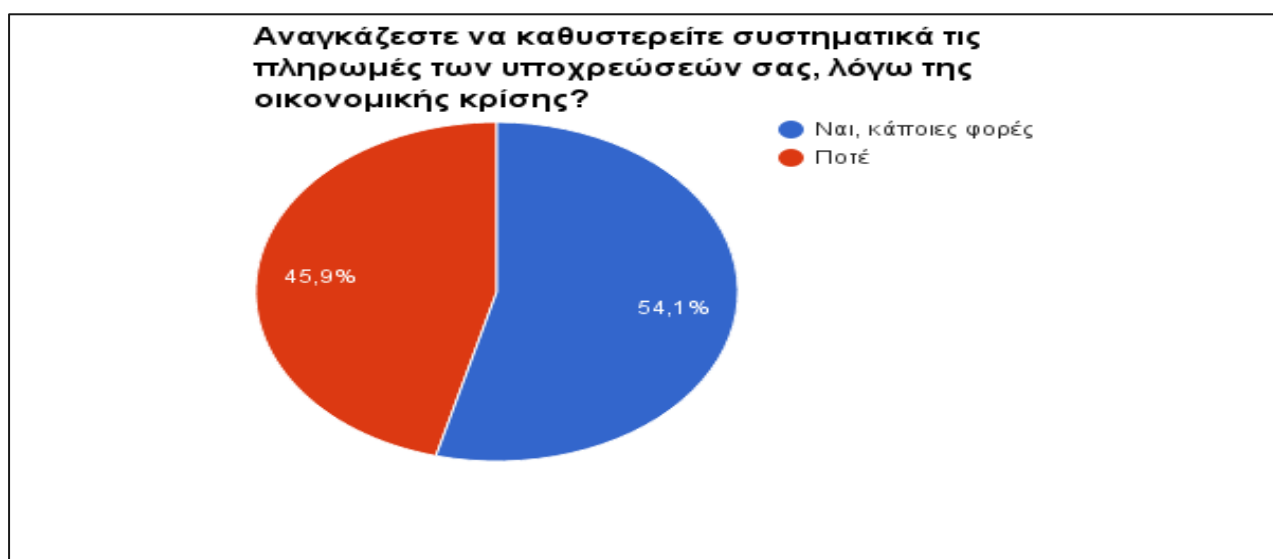
Το 37,8% μειωσε ελάχιστα τον μισθό των υπαλλήλων του. Σχεδόν το 30% απαντησε πως τον μείωσε μέτρια ενώ το 21,6% πως δεν τον μείωσε καθόλου. Τέλος λιγότερο από 11% των επιχειρήσεων φαίνεται να τον μείωσε αρκετά.



Διάγραμμα 1.9

10. Καθυστέρηση πληρωμών λόγω της οικονομικής κρίσης

Το 54% απάντησε ότι κάποιες φορές καθυστερούσε τις πληρωμές του ενώ σχεδόν το 46% ότι ποτέ δεν τις καθυστέρησε εξαιτίας της οικονομικής κρίσης.



Διάγραμμα 1.10

11. Πάγωμα επενδυτικών δράσεων εξαιτίας της κρίσης

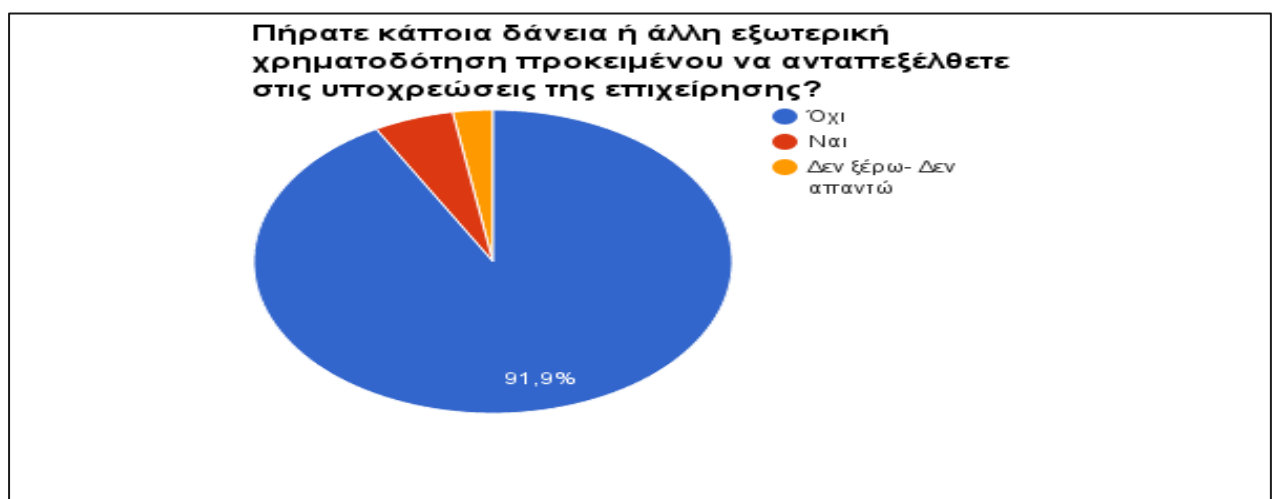
Το 50% απάντησε πως είχε παγώσει κάποιες επενδυτικές δράσεις ενώ το 47,2% ότι δεν χρειάστηκε να παγώσει. Τέλος, το 2,8% δεν ήξερε να απαντήσει.



Διάγραμμα 1.11

12. Δάνεια ή εξωτερική χρηματοδότηση για τις υποχρεώσεις της επιχείρησης

Το μεγαλύτερο ποσοστό, σχεδόν το 92%, δεν πήρε κάποιο δάνειο. Το 5,4% πήρε ενώ το 2,7% δεν ήξερε να απαντήσει.



Διάγραμμα 1.12

13. Λόγοι που βοήθησαν την επιχείρηση να ανταπεξέλθει κατά την κρίση

Το 32,4% πιστεύει ότι η πιστότητα των πελατών της επιχείρησης την βοήθησε να σωθεί. Το 18,9% η τοποθεσία της επιχείρησης ενώ το 16,2% ο κλάδος στον οποίο ανήκει η επιχείρηση. Το 13,5% πιστεύει πως η συνεργασία με αξιόπιστους συνεργάτες και η προσήλωση της επιχείρησης στην ικανοποίηση των αναγκών του πελάτη μπόρεσε να κρατήσει την επιχείρηση στα ίδια επίπεδα. Τέλος το 5,4% θεωρεί πως η βελτίωση των προϊόντων ήταν αυτό που την έβγαλε ασπροπρόσωπη.



Διάγραμμα 1.13

14. Συνεργασία με άλλα καταστήματα

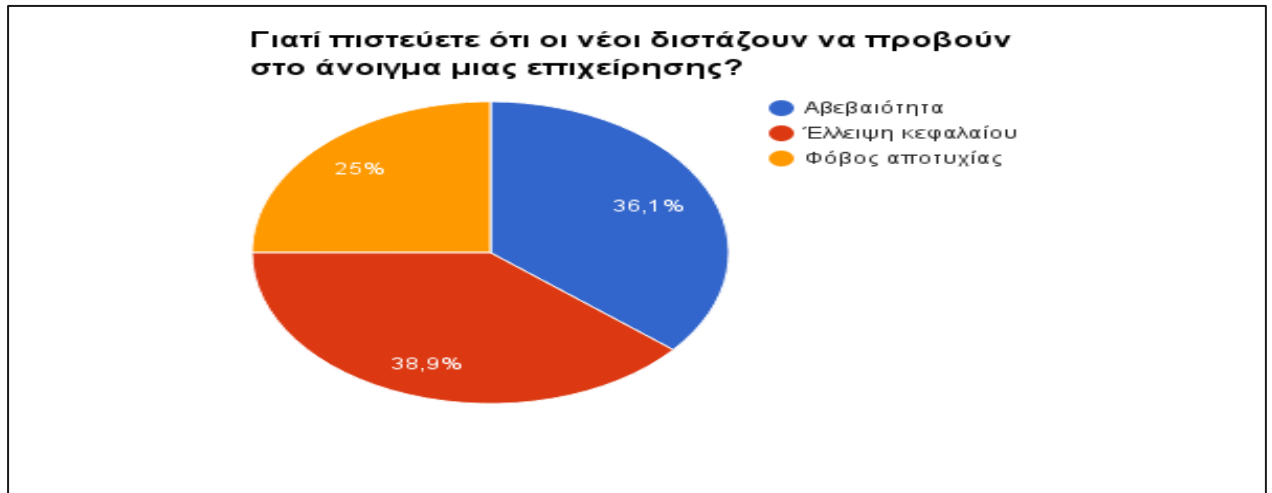
Το μεγαλύτερο ποσοστό, δηλαδή το 91,9% απάντησε πως δεν είχε κάποια συνεργασία με άλλο κατάστημα. Το υπόλοιπο 8,1% απάντησε το ένα μέρος του, πως είχε συνεργασία, το άλλο πως εντάχθηκε σε όμιλο επιχειρήσεων ως κατάστημα franchise ενώ το υπόλοιπο 2,7% πως ασχολήθηκε με πώληση χονδρική.



Διάγραμμα 1.14

15. Ο δισταγμός των νέων στο άνοιγμα μίας νέας επιχείρησης

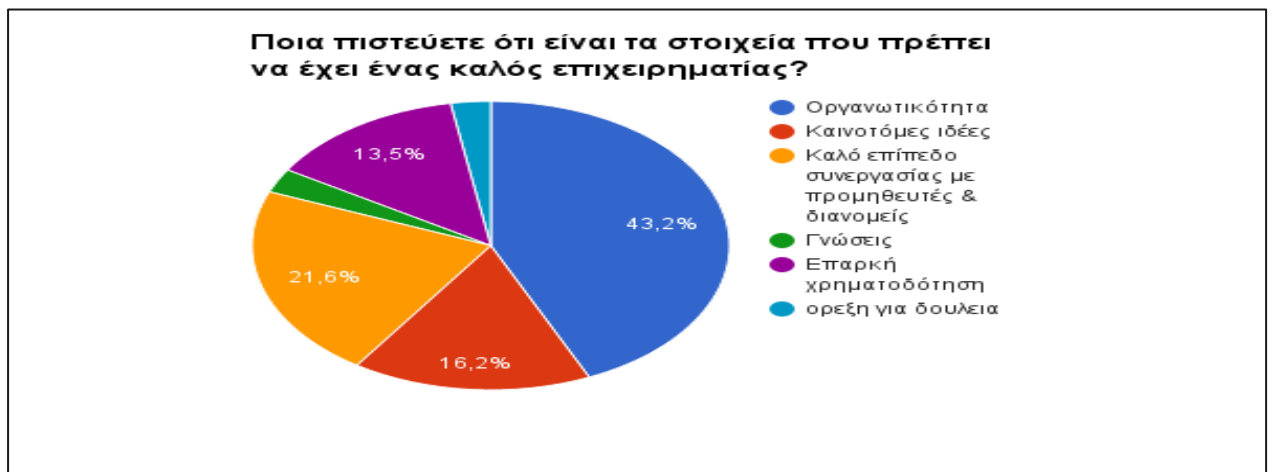
Το 38,9% πιστεύει πως η έλλειψη κεφαλαίου είναι αυτή που δεν αφήνει τους νέους να προβούν στο άνοιγμα μίας επιχείρησης. Το 36,1% θεωρεί την αβεβαιότητα μεγάλο εχθρό ενώ μόλις το 25% πιστεύει πως ο φόβος της αποτυχίας είναι αυτό που δεν ωθεί τους νέους να κάνουν πράξη τα όνειρά τους.



Διάγραμμα 1.15

16. Τα στοιχεία ενός καλού επιχειρηματία

Το 43,2% θεωρεί την οργανωτικότητα το μεγαλύτερο σύμμαχο. Στη δεύτερη θέση βρίσκεται το καλό επίπεδο συνεργασίας με τους προμηθευτές με ποσοστό 21,6%, ενώ οι καινοτόμες ιδέες βρίσκονται σε ποσοστό 16,2%. Στη συνέχεια, βρίσκεται η επαρκής χρηματοδότηση με 13,5% ενώ ένα μικρό ποσοστό δηλαδή 2,7% έχει η όρεξη για δουλειά και οι γνώσεις του επιχειρηματία.



Διάγραμμα 1.16

Κεφάλαιο 6^ο : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία έγινε λόγος για το πώς οι ελληνικές επιχειρήσεις και ειδικότερα οι επιχειρήσεις στο νομό Ηρακλείου μπόρεσαν να ανταπεξέλθουν στην τρέχουσα οικονομική κρίση και σε αυτά που προκάλεσε στο πέρασμά της. Αναφερθήκαμε στο τι ενέργειες προσπάθησαν να κάνουν οι επιχειρήσεις και αν τελικά βγήκαν κερδισμένες σε ένα μεγάλο ποσοστό.

Στο προηγούμενο κεφάλαιο παρουσιάστηκαν και αναλύθηκαν τα αποτελέσματα της έρευνας. Τα συμπεράσματα ήταν πολύ θετικά καθώς ο νομός Ηρακλείου ακόμα επιβιώνει στο μεγαλύτερο ποσοστό χωρίς να εμφανίζονται ιδιαίτερα προβλήματα στις επιχειρήσεις. Οι περισσότερες επιχειρήσεις διανύουν χρόνια πορείας στο χώρο τους κι έτσι γνωρίζουν τι πρέπει να κάνουν για να προσελκύσουν τον πελάτη αλλά και πως ο πελάτης θα πηγαίνει ξανά και ξανά στην ίδια επιχείρηση.

Ακόμα, τα κέρδη τους όπως προκύπτει παρέμειναν σταθερά ενώ ο τζίρος τους μειώθηκε ως ένα βαθμό. Αυτό σημαίνει ότι τα έσοδα των επιχειρήσεων μειώθηκαν χωρίς όμως να μειωθούν και τα κέρδη αυτής. Επίσης, το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων τονίζει πως η πιστότητα των πελατών που έχουν, τους βοήθησε να ανταπεξέλθουν στο διάστημα της κρίσης. Για μια επιχείρηση είναι πολύ σημαντικό να έχει σταθερούς πελάτες που να την εκτιμούν κι εκείνη με τη σειρά της να δίνει τον καλύτερο της εαυτό προκειμένου να μην τους χάσει.

Επιπλέον, θεωρούν σημαντικό παράγοντα για τους νέους που δεν προχωρούν στο άνοιγμα μίας επιχείρησης, την έλλειψη διαθέσιμων κεφαλαίων. Όταν κάποιος δεν έχει τα χρήματα που απαιτούνται για να επενδύσει σε μια επιχείρηση που επιθυμεί, ακούγοντας κι όλα αυτά που συμβαίνουν καθημερινά αποφεύγει να κάνει ίσως αυτό που πραγματικά θέλει ο ίδιος και συμβιβάζεται με κάτι πρόσκαιρο. Ωστόσο στην αμέσως επόμενη θέση βρίσκεται η αβεβαιότητα που νιώθουν οι νέοι αλλά και ο κάθε νέος επιχειρηματίας όταν ανοίγει τη δική του επιχείρηση. Κανείς όμως δεν μπορεί να είναι σίγουρος για το τι θα προκύψει στο μέλλον.

Επιπρόσθετα, σύμφωνα και με τη μέχρι τώρα εμπειρία, οι γυναίκες όλο και περισσότερο τα τελευταία χρόνια ασχολούνται με το άνοιγμα νέων επιχειρήσεων. Προσπαθούν και καταφέρνουν πολλές φορές να ξεπεράσουν τις ανδροκρατούμενες επιχειρήσεις όλων αυτών των ετών τόσο ως προς την κερδοφορία, όσο και αναφορικά με της σχέση που χτίζουν με τους πελάτες αλλά και με το υπαλληλικό προσωπικό.

Σημαντικός ακόμα παράγοντας στον οποίο πρέπει να δώσουν βάσεις οι επιχειρήσεις είναι η καινοτομία στην επιχειρηματικότητα. Όλες οι επιχειρήσεις οφείλουν να διαφοροποιήσουν τα προϊόντα τους ή να προσφέρουν καινοτόμα προϊόντα που δεν κυκλοφορούν συχνά στην αγορά προκειμένου να κερδίσουν μεγαλύτερο μερίδιο. Ίσως αν οι επιχειρηματίες έβαζαν νέες ιδέες στο χώρο τους τα αποτελέσματα να ήταν διαφορετικά σε πολλές περιοχές της Ελλάδας. Το νέο προϊόν, που ανταποκρίνεται καλύτερα στις απαιτήσεις και προσδοκίες του πελάτη είναι κάτι που το αναζητάει ο πελάτης όσο και αν οι επαγγελματίες πιστεύουν ότι με τα προϊόντα που διαθέτουν καλύπτουν την αγορά.

Συμπερασματικά λοιπόν, οι επιχειρήσεις του νομού Ηρακλείου φαίνεται να μην τις έχει αγγίξει τόσο πολύ η κρίση, όσο θα περίμενε κανείς με βάση τα στοιχεία που υπάρχουν για την Ελλάδα συνολικά. Ωστόσο, κάποια επενδυτικά σχέδια που είχαν προγραμματίσει ορισμένες από αυτές δεν πραγματοποιήθηκαν, χωρίς όμως αυτό να φέρει τα πάνω κάτω στην επιχείρηση. Ο αριθμός του προσωπικού φαίνεται να παρέμεινε οριακά σταθερός όπως και οι τιμές των προϊόντων στο μεγαλύτερο μέρος τους.

Βιβλιογραφία

Συγγράμματα

1. C. Singer, A history of biology, London, 1950, σ.4. Η αναφορά από την ελληνική μετάφραση του βιβλίου John D.Bernal : Η επιστήμη στην ιστορία, Τομ. Ι, (μετφ. Ε.Ι.ΜΠΙΣΤΑΚΗΣ), Αθήνα: Ι. Ζαχαρόπουλος, 1982. σ. 214
2. Ραιημον Αρόν, Συνηγορία για την Ευρώπη που παρακμάζει (τομ. Β'), (Μετάφραση Πέτρου Ρούσου), Αθήνα: Σιδέρης, 1980, σ.342.
3. Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία & Business Clusters, Πάνος Γ. Πιπερόπουλος, εκδόσεις Α. Σταμούλης. Σελ. 43
4. Κώστας Π. Κακουλίδης, Επιχειρηματικότητα-Επικοινωνία-Πωλήσεις, εκδόσεις ΔΙΟΝΙΚΟΣ, σελ.31
5. Φιτσιλής Π., Πρακτικός Οδηγός Επιχειρηματικότητας, Αθήνα, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, σελ.332
6. David J. Storey- Francis J. Greene- Ιωσήφ Χασσιδ- Ειρήνη Φαφαλιού, Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, Εκδόσεις Κριτική, σελ.59
7. Γεώργιος Κουφάρης, «Η παγκόσμια οικονομική κρίση και οι χρηματιστηριακές αγορές». Περιοδικό Χρήμα, Ιανουάριος-Φεβρουάριος 2010

Ηλεκτρονική Πηγή

1. Αντωνίου Ερμής, Άγραφα, <http://ropewalker.pblogs.gr/2008/10/ti-einai-oikonomikh-krish.html>, τελευταία πρόσβαση 21/6/2016.
2. 2015, ΟΙ 20 ΓΙΓΑΝΤΕΣ ΠΟΥ ΝΙΚΟΥΝ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ: Ποιες είναι οι ελληνικές επιχειρήσεις που ανέτρεψαν τα δεδομένα, *crash online*, 3 Νοεμβρίου, Διαθέσιμο στο <http://www.crashonline.gr/%CE%BF%CE%B9-20-%CE%B3%CE%B9%CE%B3%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%B5%CF%83-%CF%80%CE%BF%CF%85-%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%85%CE%BD-%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%BA%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%B7-%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%B5/>, τελευταία πρόσβαση 21/6/2016.
3. <http://www.nbgpangaea.gr/>, τελευταία πρόσβαση 21/6/2016.
4. <https://www.ethniki-asfalistiki.gr/default.aspx?page=home>, τελευταία πρόσβαση 21/6/2016.

5. https://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&sqi=2&ved=0ahUKEwjPs8vt2aPJAhXDshQKHct4BywQFggqMAA&url=https%3A%2F%2Fel.wikipedia.org%2Fwiki%2FAegean_Airlines&usg=AFQjCNE1U-UFQSuNdY9FlqB-ShsDpF-nJg&sig2=OLw1YTVFg5WrzWNOBPNnZA&bvm=bv.108194040.d.d24 , τελευταία πρόσβαση 21/6/2016.
6. <http://www.titan.gr/el/titan-group/>, τελευταία πρόσβαση 21/6/2016.
7. Mihaly Simai, 2010, Το φόντο, τα χαρακτηριστικά και οι συνέπειες της τρέχουσας παγκόσμιας κρίσης και η μετάβαση στον κόσμο μετά την κρίση, φθινόπωρο, τόμος 1, σελ. 7, Διαθέσιμο στο: http://www.southeast-europe.org/pdf/03/DKE_03_G_W_SIMAI-M_Koutoulakou-M.pdf (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016)
8. Βικιπαιδεια, <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1> , (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).
9. <http://apothesis.teicm.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/328/morali.pdf?sequence=1>, σελ. 13, ορισμός γυναικείας επιχειρηματικότητας.
10. https://el.wikibooks.org/wiki/%CE%97_%CE%B3%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CE%AF%CE%B1_%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1_%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD_%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1 , (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).
11. <https://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi0hu-n4e3KAhXDPBQKHYPZDF4QFggdMAA&url=https%3A%2F%2Fel.wikipedia.org%2Fwiki%2FG20&usg=AFQjCNGOgSiWle9xhgFGTTRX8kmSKVYQFQ&sig2=Uu5NffRTihDWn1n3wHARqg&bvm=bv.113943665.d.d24>, (τελευταία πρόσβαση, 21/6/2016).
12. Παπάζογλου Π., 2015, Νεανική επιχειρηματικότητα, η “απάντηση” στην ανεργία, Το Βήμα online, 22 Μαρτίου, Διαθέσιμο στο: <http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=687868>, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016)
13. http://www.career.aua.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=194, τελευταία πρόσβαση (21/6/2016)
14. Γκαγκάσιος Ι. Καινοτομία- Επιχειρηματικότητα-Επιχειρήσεις, σελ 59-60, διαθέσιμο στο : <http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/3094/900.pdf> , (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).
15. <http://www.startup.gr/index.php?about=89&id=2395>, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016)
16. http://moke.teicm.gr/docs/odhgos_epix.pdf, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016)

17. Κολοβός Ν., Επιχειρηματική νοοτροπία – Μύθοι και πραγματικότητα, Διαθέσιμο στο: <http://www.expertsacademy.gr/index.php?module=content&task=display&id=70>, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).
18. Μαρής Γ., 2012, Τα βαθύτερα αίτια της ελληνικής οικονομικής κρίσης, 19 Μαΐου, Διαθέσιμο στο: http://topolitiko.blogspot.gr/2012/05/blog-post_19.html, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).
19. https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B7%CE%BC%CF%8C%CF%83%CE%B9%CE%BF_%CE%AD%CE%BB%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CE%BC%CE%BC%CE%B1, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).
20. <http://www.translatum.gr/forum/index.php?topic=157971.0>, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).
21. https://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjlttrp0e3KAhVFwxQKHxImAr4QFggdMAA&url=http%3A%2F%2Fantikleidi.com%2F2011%2F10%2F03%2Fnootropies-elliniki-oikonomia%2F&usq=AFQjCNFZbOU9mof9j0QVF-0TO7wYq2OOYw&sig2=4j9r21mcR_g4W88YhkNkeq&bvm=bv.113943665,d.d24, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016)
22. Ντόκας Α. , 2015, Πως η κρίση αφάνισε ιστορικές επιχειρήσεις, kathimerini.gr, 1 Νοεμβρίου, Διαθέσιμο στο <http://www.kathimerini.gr/836989/article/oikonomia/epixeirhseis/pws-h-krish-afanise-istorikes-epixeirhseis>, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).
23. Μανδραβέλης Β. , 2015, Ποιοι κλάδοι χτυπήθηκαν περισσότερο από την οικονομική κρίση στην Ελλάδα, 28 Ιουνίου, Διαθέσιμο στο <http://www.kathimerini.gr/821201/article/oikonomia/epixeirhseis/poioi-kladoi-xyph8hkan-perissotero--apo-thn-oikonomikh-krish-sthn-ellada>, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).
24. Παλαιολόγος Γ., Έλλης Α. , Βαρβιτσιώτη Ε., 2014, 2009 η κρίση χρέους ήταν ήδη παρούσα, Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, 27 Απριλίου, Διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.kathimerini.gr/764414/article/epikairothta/politikh/2009-h-krish-xreouy-stan-hdh-paroysa> (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016)
25. https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%BA%CF%81%CE%AF%CF%83%CE%B7_%CF%87%CF%81%CE%AD%CE%BF%CF%85%CF%82_2009-%CF%83%CE%AE%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B1, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).
26. 2010, Προσφυγή της Ελλάδας στο μηχανισμό στήριξης ανακοινώσε ο πρωθυπουργός, 23 Απριλίου, Διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://news.in.gr/greece/article/?aid=1129265>, (τελευταία πρόσβαση 21/6/2016).
27. ΚΕΝΤΡΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ Γ.Σ.Ε.Ε. , Διαθέσιμο στο http://www.kanep-gsee.gr/kainotomia_gia_anaptixi, πηγή ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, (τελευταία πρόσβαση 1/3/2016)

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η συγκεκριμένη έρευνα διενεργείται στο πλαίσιο πτυχιακής εργασίας του Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών του τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Τ.Ε.Ι. Κρήτης. Το ερωτηματολόγιο και η επεξεργασία των δεδομένων είναι ανώνυμα και πραγματοποιούνται από το Τ.Ε.Ι. Κρήτης, με μοναδικό σκοπό την εξυπηρέτηση της συγκεκριμένης έρευνας. Ο σκοπός της παρακάτω έρευνας είναι να διερευνηθεί το κατά πόσο οι επιχειρήσεις της Ελλάδας, μικρομεσαίες αλλά και μεγάλες, μπόρεσαν να ανταποκριθούν στην οικονομική κρίση που προέκυψε. Σας παρακαλούμε να συμπληρώσετε το ερωτηματολόγιο με τη μέγιστη δυνατή ειλικρίνεια που σας διακατέχει. Ο χρόνος που θα χρειαστείτε για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου είναι 10 λεπτά.

A. Ερωτήσεις σχετικά με την Επιχείρηση

1. Πόσα έτη λειτουργεί η επιχείρησή σας;

<5 5-10 11-20 >20

2. Σε ποιο κλάδο δραστηριοποιείται η επιχείρησή σας;

Τουρισμός Βιομηχανία/Μεταποίηση Λιανικό εμπόριο

3. Πόσους υπαλλήλους απασχολεί η επιχείρησή σας;

<5 5-10 11-20 >20

4. Ποιος είναι ο τζίρος της επιχείρησής;

<20.000 20.001-60.000 60.001-100.000 >100.000

B. Ερωτήσεις σχετικά με την επίδραση της κρίσης στην επιχείρησή σας

5. Πώς εξελίχθηκε ο τζίρος σας κατά τη διάρκεια της κρίσης;

μειώθηκε σημαντικά μειώθηκε ελάχιστα παρέμεινε σταθερός
 αυξήθηκε λίγο αυξήθηκε σημαντικά

6. Πώς εξελίχθηκαν τα κέρδη σας κατά τη διάρκεια της κρίσης;

μειώθηκαν σημαντικά μειώθηκαν ελάχιστα παρέμειναν σταθερά
 αυξήθηκαν λίγο αυξήθηκαν σημαντικά

7. Πώς κινήθηκαν οι τιμές των προϊόντων σας στο διάστημα της κρίσης?

μειώθηκαν σημαντικά μειώθηκαν ελάχιστα παρέμειναν σταθερές
 αυξήθηκαν λίγο αυξήθηκαν σημαντικά

8. Τι αλλαγές σημειώθηκαν στον αριθμό του προσωπικού της επιχείρησής σας;

Μειώθηκε σημαντικά μειώθηκε ελάχιστα παρέμεινε σταθερός
 αυξήθηκε λίγο αυξήθηκε σημαντικά

9. Μειώσατε τον μισθό των υπαλλήλων κατά την κρίση?

καθόλου ελάχιστα μέτρια αρκετά πάρα πολύ

10. Αναγκάζεστε να καθυστερείτε συστηματικά τις πληρωμές των υποχρεώσεών σας, λόγω της οικονομικής κρίσης?

ποτέ ναι, κάποιες φορές ναι, πολύ συχνά

11. Αναγκαστήκατε να «παγώσετε» κάποιες επενδυτικές δράσεις που είχατε προγραμματίσει, λόγω της οικονομικής κρίσης?

ΝΑΙ ΟΧΙ Δ/Ξ – Δ/Α

12. Γιατί πιστεύετε ότι οι νέοι διστάζουν να προθούν στο άνοιγμα μίας επιχείρησης?

Έλλειψη κεφαλαίου

Αβεβαιότητα

Φόβος αποτυχίας

Άλλο,

.....

Γ. Ερωτήσεις σχετικά με πιθανές ενέργειες αντιμετώπισης της κρίσης

13. Πήρατε κάποια δάνεια ή άλλη εξωτερική χρηματοδότηση προκειμένου να ανταπεξέλθετε στις υποχρεώσεις της επιχείρησης?

ΝΑΙ ΟΧΙ Δ/Ξ – Δ/Α

14. Ποιοι από τους παρακάτω λόγους θεωρείτε ότι σας έχουν βοηθήσει να ανταπεξέλθετε στις προκλήσεις της οικονομικής κρίσης;

α. Η Τοποθεσία της επιχείρησης

ΝΑΙ ΟΧΙ Δ/Ξ – Δ/Α

β. Ο κλάδος δραστηριοποίησης της επιχείρησης

ΝΑΙ ΟΧΙ Δ/Ξ – Δ/Α

γ. Η προσήλωση της επιχείρησης στην ικανοποίηση των αναγκών του πελάτη

ΝΑΙ ΟΧΙ Δ/Ξ – Δ/Α

δ. Η πιστότητα των πελατών της επιχείρησης

ΝΑΙ ΟΧΙ Δ/Ξ – Δ/Α

ε. Η συνεργασία με αξιόπιστους συνεργάτες ή προμηθευτές

ΝΑΙ ΟΧΙ Δ/Ξ – Δ/Α

στ. Η μείωση των τιμών των προϊόντων ή υπηρεσιών

ΝΑΙ ΟΧΙ Δ/Ξ – Δ/Α

ζ. Η βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων ή υπηρεσιών

ΝΑΙ ΟΧΙ Δ/Ξ – Δ/Α

15. Είχατε κάποια συνεργασία με άλλα καταστήματα του ίδιου κλάδου ή με κάποια αλυσίδα καταστημάτων?

ΝΑΙ,
Διευκρινίστε.....

.....
.....
.....
.....
.....

ΟΧΙ

16. Ποια πιστεύετε ότι είναι τα στοιχεία που πρέπει να έχει ένας καλός επιχειρηματίας?

Γνώσεις

Οργανωτικότητα

Καλό επίπεδο συνεργασίας με προμηθευτές & διανομείς

Επαρκή χρηματοδότηση

Καινοτόμες ιδέες

Ικανότητα διαχείρισης άγχους

Άλλο,.....
.....

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ