

ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ/ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

**Διερεύνηση δυνατοτήτων ανάπτυξης  
της επιχειρηματικότητας σε συνθήκες  
οικονομικής ύφεσης**

Πτυχιακά εργασία

**Ευαγγελία Παπαδόγιαννου Α.Μ. 14511**

Επιβλέπων: Ντόβας Δ.

Μεσολόγγι 2014

**Ευχαριστίες**

*Θα επιθυμούσα να ευχαριστήσω θερμά τους γονείς μου, για την υποστήριξη και την βοήθεια που μου παρείχαν όλο αυτό το διάστημα, για την πραγματοποίηση της πτυχιακής μου εργασίας, καθώς και τον εποπτεύοντα καθηγητή μου κ. Δημήτριο Ντόβα, για τη βοήθειά του και τις εποικοδομητικές του επισημάνσεις που συνέβαλαν στην υλοποίηση της πτυχιακής μου εργασίας.*

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία αποσκοπεί στη διερεύνηση δυνατοτήτων ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας, την ανάδειξη παρουσίασης των σημαντικότερων παραγόντων επιτυχίας, καθώς και την καταγραφή των προβλημάτων αυτής στην Ελλάδα, σε περίοδο οικονομικής ύφεσης.

Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα σε περίοδο ύφεσης αποτελεί ένα σημαντικό θέμα προς διερεύνηση, η οποία μπορεί να αναδείξει τις υφιστάμενες ευκαιρίες στη χώρα μας για την ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, ακόμη και σε μια δύσκολη οικονομικά περίοδο, προκειμένου να προκύψει οικονομικό όφελος μέσω της διαδικασίας αυτής.

Στα πρώτα κεφάλαια θα αναπτυχθούν έννοιες όπως επιχειρηματικότητα, επιχειρηματίας, επιχειρηματικό σχέδιο και στη συνέχεια, θα εστιάσουμε στην επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, δίνοντας έμφαση στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Θα επεκταθούμε στην επιχειρηματικότητα κάτω από συνθήκες οικονομικής κρίσης και θα εστιάσουμε στις ελληνικές επιχειρήσεις και πως αυτές αντέδρασαν κατά την περίοδο της οικονομικής ύφεσης, κάνοντας αναφορά στην κοινωνική επιχειρηματικότητα και παραθέτοντας ένα μοντέλο ανάπτυξης (GEM).

## Περιεχόμενα

Ευχαριστίες .....	1
<b>Ε Ι Σ Α Γ Ω Γ Η</b> .....	<b>2</b>
Ονοματολογία .....	7
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ</b> .....	<b>7</b>
1.1 Η έννοια της επιχειρηματικότητας .....	8
1.2 Τα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας .....	8
1.3 Τα κίνητρα που ωθούν στην επιχειρηματικότητα .....	9
1.4 Οι μορφές της επιχειρηματικότητας.....	11
1.4.1 Επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας .....	11
1.4.2 Γυναικεία επιχειρηματικότητα .....	11
1.4.3 Νεανική επιχειρηματικότητα .....	13
1.4.4 Πράσινη επιχειρηματικότητα .....	14
5.1 Η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας .....	15
1.6 Η παραγωγικότητα και η ανταγωνιστικότητα.....	15
1.7 Ο ρόλος της εκπαίδευσης στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας .....	16
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΟΥ</b> .....	<b>17</b>
2.1 Η έννοια του επιχειρηματία .....	18
2.2 Τα χαρακτηριστικά του αποτελεσματικού επιχειρηματία.....	18
2.3 Ο επιχειρηματικός κίνδυνος.....	20
2.4 Η καινοτομία .....	21
2.5 Το επιχειρηματικό περιβάλλον .....	22
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ</b> .....	<b>25</b>
3.1 Η έννοια του επιχειρηματικού σχεδίου .....	25
3.2 Ο σκοπός του επιχειρηματικού σχεδίου .....	25
3.3 Η δομή του επιχειρηματικού σχεδίου.....	26
3.4 Τα πλεονεκτήματα από τη σύνταξη του επιχειρηματικού σχεδίου .....	28
3.5 Η επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος ως αποτέλεσμα υλοποίησης του επιχειρηματικού σχεδίου .....	28

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ .....</b>	<b>30</b>
4.1 Έννοια οικονομικής κρίσης .....	30
4.2 Τα αίτια της οικονομικής κρίσης .....	31
4.3 Πως ξεκίνησε και απλώθηκε η οικονομική κρίση.....	32
4.4 Οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης και η επίδρασή της στην οικονομική και κοινωνική ζωή .....	33
4.5 Αποτελέσματα οικονομικής κρίσης .....	35
4.6 Αντιμετώπιση οικονομικής κρίσης .....	35
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....</b>	<b>37</b>
5.1 Εισαγωγή .....	37
5.2 Παράγοντες Ελκυστικότητας Ανάληψης Επιχειρηματικής Δράσης .....	38
5.3 Η Ελλάδα ως τόπος ανάληψης επιχειρηματικής δράσης.....	39
5.4 Η αναζήτηση της επιχειρηματικής ευκαιρίας.....	41
5.5 Η εισαγωγή των νέων στην επιχειρηματικότητα.....	42
5.6 Εμπόδια στην επιχειρηματικότητα.....	42
5.7 Υπαρκτά προβλήματα επιχειρηματικότητας .....	44
5.8 Τα εργαλεία της επιχειρηματικότητας.....	44
5.9 Τα βασικά εργαλεία της επιχειρηματικότητας.....	46
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....</b>	<b>47</b>
6.1 Πηγές χρηματοδότησης και ενίσχυσης επιχειρήσεων .....	47
6.2 Η σημασία και ο ρόλος των ΜΜΕ στην οικονομία .....	51
5.2 Μία διαχρονική παρουσίαση της πορείας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα 52	
5.3 Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα .....	55
5.4 Η ανάγκη στήριξης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.....	57
5.5 Οι δυσκολίες χρηματοδότησης των ΜΜΕ στην παρούσα οικονομική ύφεση .....	59
5.6 Ο εξωστρεφής χαρακτήρας των ΜΜΕ.....	60
6.8 Η έξοδος από την κρίση .....	61
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΥΦΕΣΗ.....</b>	<b>65</b>
7.1 Η Αντοχή των ελληνικών επιχειρήσεων.....	65
7.2 Το Εθνικό Περιβάλλον και οι Πολιτικές .....	66

7.3 Η Στρατηγική των επιχειρήσεων .....	66
7.4 Προοπτικές και Στρατηγικές για Διεθνή Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα .....	68
7.5 Εμπόδια έναρξης νέας επιχείρησης.....	69
7.6 Λόγοι επιβίωσης και ευημερίας νέων επιχειρήσεων .....	69
7.7 Λόγοι αποτυχίας νέων επιχειρήσεων .....	70
7.8 Οι κυρίαρχες επιχειρήσεις στην Ελλάδα μετά την οικονομική κρίση (2010) .....	70
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ .....</b>	<b>72</b>
8.1 Η κοινωνική επιχειρηματικότητα .....	72
8.2 Κοινωνικές επιχειρήσεις .....	74
8.3 Λογοδοσία Κοινωνικών Επιχειρήσεων .....	76
8.4 Οικονομική και κοινωνική προστιθέμενη αξία κοινωνικών επιχειρήσεων .....	77
8.5 Θεσμικό Πλαίσιο ίδρυσης Κοινωνικών Επιχειρήσεων.....	78
8.6 Κοινωνικά ηθικά κεφάλαια .....	78
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9:ΤΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ –GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) .....</b>	<b>80</b>
9.1 Εισαγωγή .....	80
9.2 Το εννοιολογικό μοντέλο του GEM.....	80
9.3 Το μεθοδολογικό πλαίσιο του GEM. Οι βασικοί ορισμοί και οι δείκτες της επιχειρηματικότητας.....	82
9.4 Ο ρόλος του IOBE στο GEM .....	83
9.5 Πλεονεκτήματα του GEM σχετικά με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.....	84
9.6 Πλεονεκτήματα του IOBE σχετικά με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.....	85
<b>Ε Π Ι Λ Ο Γ Ο Σ .....</b>	<b>89</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....</b>	<b>90</b>
<b>Πνευματικά Δικαιώματα.....</b>	<b>94</b>

## Ονοματολογία

<b>Ε.Ε</b>	Ευρωπαϊκή Ένωση
<b>ΚΠΝ</b>	Κέντρο Πληροφόρησης Νέων
<b>ΜΚΟ</b>	Μη Κυβερνητική Οργάνωση
<b>ΕΚΕ</b>	Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη
<b>ΑΕΠ</b>	Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν
<b>FDI</b>	Άμεσες Διεθνείς Επενδύσεις
<b>ΟΟΣΑ</b>	Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης
<b>ΔΝΤ</b>	Διεθνές Νομισματικό Ταμείο
<b>GEM</b>	Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας
<b>ΙΟΒΕ</b>	Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών
<b>MME</b>	Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις
<b>TEMΠME</b>	Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων
<b>JEREMIE</b>	Κοινοί Ευρωπαϊκοί Πόροι για τις Πολύ Μικρές ως Μεσαίες Επιχειρήσεις
<b>ΕΤΕΑΝ</b>	Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ**

## 1.1 Η έννοια της επιχειρηματικότητας

Επιχειρηματικότητα<sup>1</sup> είναι το σύνολο δραστηριοτήτων ενός ατόμου ή μιας οργανωμένης ομάδας ατόμων όπου μετατρέπουν την πρωτοβουλία σε αποτέλεσμα με στόχο το οικονομικό κέρδος. Απαραίτητα στοιχεία για την ανάληψη πρωτοβουλίας, είναι η καινοτομία, η ηγεσία και η διαχείριση, που υποβοηθούν την είσοδο μίας νέας επιχείρησης στην αγορά ή τη βελτίωση της θέσης μίας ήδη υπάρχουσας επιχείρησης.

Στην Ελλάδα θεωρείται από επιχειρηματικούς και οικονομικούς κύκλους αναγκαίο να γίνει μια προσπάθεια ένταξη της στην εκπαίδευση, με το σκεπτικό πως βοηθάει στην ανάπτυξη της παιδείας, της οικονομίας και της κοινωνίας.

Η επιχειρηματικότητα συνεπώς αφορά στα άτομα, τις επιλογές τους και τις ενέργειες στις οποίες προβαίνουν κατά την εκκίνηση, εξαγορά ή λειτουργία μιας επιχείρησης ή κατά τη διαδικασία λήψης στρατηγικών αποφάσεων μιας επιχείρησης. Τα άτομα αυτά, γνωστά ως επιχειρηματίες αποτελούν ανομοιογενή ομάδα ατόμων που έχουν αρκετά κοινά χαρακτηριστικά επιχειρηματικής συμπεριφοράς, συμπεριλαμβανομένης της ετοιμότητας για ανάληψη κινδύνων και της επιθυμίας για ανεξαρτησία και αυτοπραγμάτωση. Η έναρξη νέων επιχειρήσεων αποτελεί την πιο προφανή μορφή της επιχειρηματικότητας. Τα τελευταία χρόνια, ο όρος περιλαμβάνει και κοινωνικές και πολιτικές μορφές επιχειρηματικής δραστηριότητας.

## 1.2 Τα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων βρίσκεται σε υψηλά επίπεδα ακολουθώντας την πορεία των καθιερωμένων επιχειρηματιών και ωθώντας την επιχειρηματική δραστηριότητα προς τα πάνω. Η Ελλάδα βρίσκεται σε υψηλά στάδια, τόσο όσον αφορά τους επίδοξους όσο και τους νέους επιχειρηματίες.

Η κατανομή των κλαδικών δραστηριοτήτων αποτελείται από την παρουσία του τριτογενούς τομέα, τη μεταποιητική δραστηριότητα και τον πρωτογενή τομέα να ολοκληρώνει το σύνολο.

Η ελληνική επιχειρηματική δραστηριότητα ενισχύει αρκετά τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης λόγω του μεγάλου αριθμού μικρών επιχειρήσεων. Αυτό έχει ως βασική συνέπεια τη δημιουργία έως και 4 θέσεων απασχόλησης ανά επιχείρηση. Η αύξηση της απασχόλησης παίζει σημαντικό ρόλο για την επιχειρηματικότητα και αυτό γιατί οι επενδύσεις δημιουργούν αφενός συνθήκες αυξημένης συνολικής

---

<sup>1</sup> Αναπτυξιακή Εταιρεία ETANAM A.E. (2003)  
<http://www.serresbiz.com/312c/el/other/third/businessguide.pdf> σελ. 12



ζήτησης και αφετέρου συνθήκες αύξησης της προσφοράς, ιδιαίτερα όταν είναι προσανατολισμένες στην άνοδο της παραγωγικότητας.

Σημαντικό ρόλο κατέχει και η καινοτομία, η οποία αναφέρεται σε οποιαδήποτε αλλαγή προϊόντων ή υπηρεσιών μιας επιχείρησης/οργανισμού που εισάγει στην αγορά, στην δημιουργία των νέων προϊόντων και των υπηρεσιών συνήθως μέσω τμημάτων έρευνας και ανάπτυξης και περιλαμβάνει οποιαδήποτε αλλαγή στην εφαρμογή ή τη χρήση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας πέρα από τον αρχικό σκοπό του. Σε αυτό το πεδίο η νέα επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα κινείται σε αρκετά ικανοποιητικά επίπεδα διότι η καινοτομία αποτελεί στοιχείο διαφοροποίησης και ανταγωνιστικότητας το οποίο διευκολύνει την πορεία των προϊόντων στις αγορές.

Μια ακόμη σημαντική μεταβλητή στην ανάπτυξη της επιτυχούς επιχειρηματικότητας είναι η τεχνολογία. Τα αποτελέσματά της δεν είναι αποθαρρυντικά αλλά ούτε ιδιαίτερα ενθαρρυντικά. Το 17,1% των νέων επιχειρήσεων βασίζεται στη χρήση εντελώς νέων τεχνολογιών ενώ σε ενδιάμεση φάση (νέες τεχνολογίες) βρίσκεται το 24,2% των επιχειρήσεων, ενώ στο κυρίαρχο 58,7% χρησιμοποιεί παλιές τεχνολογίες.

Η τεχνολογία μετρείται με βάση τα χαρακτηριστικά<sup>2</sup> και τα στοιχεία στην παραγωγική διαδικασία που χρησιμοποιούνται σε κάθε χώρα ξεχωριστά, διότι η τεχνολογία που χρησιμοποιείται είναι συνυφασμένη με την ικανοποίηση των τοπικών αναγκών. Ως εκ τούτου υπάρχει μια τάση αύξησης της νέας τεχνολογίας από τους νέους και τους επίδοξους επιχειρηματίες. Το βασικό χαρακτηριστικό της τεχνολογίας είναι ότι συμβάλλει στη βελτίωση και στη σύνδεση των βασικών επιχειρηματικών διεργασιών, ώστε οι ροές εργασίας, πληροφορίας και παραγωγής να λειτουργούν ακόμη αποτελεσματικότερα.

### 1.3 Τα κίνητρα που ωθούν στην επιχειρηματικότητα

---

<sup>2</sup> Μανασάκης Κ. (2013) <http://crisisobs.gr/wp-content/uploads/2013/07/POLICY-PAPER-No12.2013-%CE%9C%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CF%83%CE%AC%CE%BA%CE%B7%CF%82-%CE%9A%CF%89%CE%BD%CF%83%CF%84%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%AF%CE%BD%CE%BF%CF%82.pdf> σελ.5

Τα κίνητρα<sup>3</sup> τα οποία καθορίζονται από τις προοπτικές του κάθε ατόμου και τους ωθούν στον εργασιακό και επιχειρηματικό κόσμο είναι τα εξής:

#### ❖ **Ανεργία**

Από έρευνα που έγινε στην Ελλάδα και στο Βέλγιο το κυριότερο κίνητρο που κάποιος γίνεται επιχειρηματίας, είναι η ανεργία. Η επιχειρηματικότητα ανάγκης πηγάζει στην ουσία από την έλλειψη ευκαιριών για την εξασφάλιση της εργασίας ως υπάλληλος ή εργάτης. Έτσι, δικαιολογείται το γεγονός ότι πάνω από το 50% των νέων επιχειρήσεων, διακόπτουν την λειτουργία τους πριν συμπληρώσουν τα δύο χρόνια ζωής τους.

#### ❖ **Το κέρδος**

Ακόμη ένας σημαντικός παράγοντας είναι το κέρδος. Ο επιχειρηματίας προσδοκά μία απόδοση της επένδυσης που θα τον ανταμείψει ικανοποιητικά για τους κινδύνους και τις πρωτοβουλίες που αναλαμβάνει στην επιχειρηματική του δραστηριότητα.

#### ❖ **Η ανεξαρτησία**

Η ελευθερία για ανεξάρτητη εργασία είναι ανταμοιβή και κίνητρο της επιχειρηματικότητας. Πολύ συνηθισμένες είναι οι φράσεις «θέλω να είμαι αφεντικό του εαυτού μου» ή «δεν θέλω κανέναν πάνω από το κεφάλι μου».

#### ❖ **Η προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη**

Πολλά άτομα γίνονται επιχειρηματίες για να βιώσουν το αίσθημα της προσωπικής ανάπτυξης και αυτό ολοκλήρωσης, που απορρέει από μία ολοκληρωμένη και σωστή επιχείρηση. Ο επιχειρηματίας για την προσωπική του ανάπτυξη θα πρέπει να ανταπεξέρχεται στο ρίσκο, στο στρες, στην αβεβαιότητα.

#### ❖ **Η εναλλακτική επιλογή σε μια μη ικανοποιητική εργασία**

---

<sup>3</sup> Σαράφης Η. (2006) [http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/4607/1307\\_08.pdf](http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/4607/1307_08.pdf) σελ.193

Πολλοί επιχειρηματίες ήταν στελέχη ή εργαζόμενοι σε επιχειρήσεις στο παρελθόν. Κάποια στιγμή δεν τους κάλυπτε η εργασία τους, ή δεν είχαν προοπτικές εξέλιξης, είτε δημιούργησαν μια επιχείρηση ως δεύτερη δουλειά και όταν διαπίστωσαν ότι πηγαίνουν καλύτερα εγκατέλειψαν την μισθωτή εργασία και ασχολήθηκαν αποκλειστικά με την δική τους επιχείρηση.

#### ❖ Η υπάρχουσα οικογενειακή επιχείρηση

Είναι σημαντικό για τον μέλλοντα επιχειρηματία να ωθείται από προσωπική επιθυμία σε επιχειρηματική δραστηριότητα και όχι να του επιβάλλεται η επαγγελματική αυτή επιλογή άμεσα ή έμμεσα, είτε από την οικογένεια, είτε από τα χρηματοδοτικά πακέτα, είτε από άλλους εξωτερικούς παράγοντες. Είναι συνηθισμένο φαινόμενο παιδιά επιχειρηματιών να αναλαμβάνουν και να συνεχίζουν ή να επεκτείνουν την οικογενειακή τους επιχείρηση.

## 1.4 Οι μορφές της επιχειρηματικότητας

### 1.4.1 Επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας

**Επιχειρηματικότητα ανάγκης**<sup>4</sup> είναι όταν ένα άτομο ακολουθεί επιχειρηματική δραστηριότητα επειδή δεν βρήκε καλύτερη λύση για την εξασφάλιση της εργασίας του, είτε σαν υπάλληλος, είτε σαν εργάτης. Στην ουσία, η επιχειρηματικότητα ανάγκης δημιουργείται από την έλλειψη ευκαιριών για την εξασφάλιση του βιοπορισμού.

**Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας**<sup>5</sup> είναι η ανακάλυψη μιας ευκαιρίας στην αγορά, η οποία είναι πιθανό να προσφέρει ένα πιο υψηλό εισόδημα από οποιαδήποτε άλλη διαθέσιμη επιλογή. Δυστυχώς στην Ελλάδα, η πλειοψηφία των επιχειρήσεων έχει δημιουργηθεί από επιχειρηματικότητα ανάγκης. Η Ελληνική επιχειρηματική δραστηριότητα δεν έχει να κάνει με την εκμετάλλευση ευκαιριών, αλλά με την έλλειψη καλύτερων επιλογών εργασίας.

### 1.4.2 Γυναικεία επιχειρηματικότητα

<sup>4</sup> Παπαπανάγος Χ. [http://mke.uom.gr/documents/BSAS/Lessons\\_11\\_12.pdf](http://mke.uom.gr/documents/BSAS/Lessons_11_12.pdf) σελ.3

<sup>5</sup> Παπαπανάγος Χ. [http://mke.uom.gr/documents/BSAS/Lessons\\_11\\_12.pdf](http://mke.uom.gr/documents/BSAS/Lessons_11_12.pdf) σελ.4

Ο ρόλος των γυναικών επιχειρηματιών έχει αναπτυχθεί ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια και αποτελεί ένα σημαντικό τρόπο ανάπτυξης της εθνικής οικονομίας. Οι οικογενειακές υποχρεώσεις εξηγούν σε μεγάλο βαθμό τη συχνή «επιχειρηματικότητα ανάγκης» στις γυναίκες σε σχέση με τους άνδρες.

Η επιχειρηματική δραστηριότητα στις γυναίκες εμφανίζεται σε ηλικία 30-45 ετών. Οι περισσότερες από τις γυναίκες έχουν προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία και αρκετές από αυτές έχουν εμπειρία εργασίας σε επιχείρηση είτε οικογενειακή είτε ξένη, στοιχείο που λειτουργεί και ως κίνητρο για να «επιχειρήσουν». Κυρίως, οι γυναίκες στρέφονται σε επιχειρήσεις του τριτογενούς τομέα, με κυρίαρχη την παροχή υπηρεσιών και το λιανικό εμπόριο. Ο ρόλος των γυναικών έχει αναδειχθεί ιδιαίτερα στον αγροτικό τομέα, μέσω της συνεταιριστικής οργάνωσης σε τομείς όπως ο αγροτουρισμός. Τα τελευταία χρόνια, οι γυναίκες επιχειρηματίες, εισέρχονται σε νέους δυναμικούς κλάδους κυρίως παροχής υπηρεσιών, όπως την κτηματαγορά, τα ταξιδιωτικά γραφεία, τη διαφήμιση.

Παρά την ύπαρξη διαφόρων φορέων και υπηρεσιών στην Ελλάδα, έλλειψη πληροφόρησης, η πίεση του χρόνου για τη διεκπεραίωση των υποχρεώσεων απέναντι στο νοικοκυριό, τα παιδιά και την εργασία, τους στερεί τη δυνατότητα αφιέρωσης χρόνου για σχετική ενημέρωση/πληροφόρηση.

Οι φορείς και υπηρεσίες που υποστηρίζουν την Γυναικεία Επιχειρηματικότητα<sup>6</sup> στην Ελλάδα είναι:

- **Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος**, ένας μη κυβερνητικός και μη κερδοσκοπικός οργανισμός για γυναίκες που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα.
- **European Network to Promote Women's Entrepreneurship (WES)**, το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Ενίσχυσης της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας.
- **Promoting Women's Enterprise Support Services (PROWESS)**, ένα δίκτυο από άτομα και οργανώσεις που στηρίζουν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα.
- **Η πύλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την γυναικεία επιχειρηματικότητα**, στοχεύει στην παροχή κατάλληλων διαδικτυακών συνδέσεων με οργανώσεις, προγράμματα και αντιπροσωπευτικές εκδηλώσεις γυναικών επιχειρηματιών
- **Businesswoman.gr**, το πρώτο ελληνικό ηλεκτρονικό περιοδικό για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα με στόχο την άμεση ενημέρωση και αξιόπιστη πληροφόρηση όλων των ενδιαφερομένων επαγγελματιών, στελεχών και επιχειρηματιών γυναικών.

<sup>6</sup> Παπαρζή Ε. [http://isotita.unipi.gr/assets/erevna\\_6.pdf](http://isotita.unipi.gr/assets/erevna_6.pdf)

- **Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας και προώθησης γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα**, διεξάγει κοινωνική έρευνα σε θέματα ισότητας των φύλων, παρέχει πληροφόρηση στην απασχόληση, επιχειρηματικότητα και κοινωνική ένταξη, η υποστήριξη γυναικών για την προώθηση στην αγορά εργασίας, κ.ά.
- **Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών (Ε.Ε.Δ.Ε.Γ.Ε.)**, ένα κίνημα γυναικών επαγγελματιών
- **Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών της Μεσογείου**, συνδέει τις Ενώσεις και τους Συνδέσμους των γυναικών επιχειρηματιών και στελεχών των μεσογειακών χωρών τις εκπροσωπεί στην προσπάθειά τους να προωθήσουν και να συντονίσουν τις δραστηριότητές τους με κοινό σκοπό σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

### 1.4.3 Νεανική επιχειρηματικότητα

Για να ενισχυθεί η επιχειρηματικότητα των νέων<sup>7</sup> μέσω προγραμμάτων που αποσκοπούν στην ανάπτυξη, υποστήριξη και προώθηση της επιχειρηματικότητας, στην Ελλάδα, έχουμε διάφορες υπηρεσίες που απευθύνονται σε νέους επιχειρηματίες:

- ✓ **Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας**, ένα δίκτυο δομών παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών και υποστήριξης για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων.
- ✓ **Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας**, πληροφορίες σχετικές με την έναρξη, αλλά και ενίσχυση της επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- ✓ **Portal Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς**, εξυπηρετεί την ηλεκτρονική συνεργασία του δικτύου των Κέντρων Πληροφόρησης Νέων (ΚΠΝ), καθώς και την ενημέρωση των ενδιαφερομένων.

Δυστυχώς όμως, δεν υπάρχει ένας επίσημος και ενιαίος φορέας παροχής πληροφοριών για αυτά τα προγράμματα και τις υπηρεσίες, ενώ οι σχετικές ιστοσελίδες παρουσιάζουν στοιχεία και πληροφορίες συχνά με πολύπλοκη και δυσνόητη μορφή. Ο νέος επιχειρηματίας στην Ελλάδα πρέπει να αναζητήσει μόνος του βοήθεια για την επιχείρησή του και επίσης να είναι εξαιρετικά αποφασισμένος για την επιχειρηματική του ιδέα ώστε να είναι σε θέση να πείσει τρίτους να τη χρηματοδοτήσουν.

<sup>7</sup> Θεοχαρίδης Αθ. (2007)

[http://www.intellectum.org/articles/issues/intellectum2/ITL02p099104\\_theoxaridis.pdf](http://www.intellectum.org/articles/issues/intellectum2/ITL02p099104_theoxaridis.pdf)

#### 1.4.4 Πράσινη επιχειρηματικότητα

Η λεγόμενη πράσινη επιχειρηματικότητα,<sup>8</sup> αναδύεται ως μια νέα μορφή οικονομικής δραστηριότητας με επίκεντρο την προστασία του περιβάλλοντος. Συνδέεται με την ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και ενσωματώνει το περιβαλλοντικό κόστος στην οικονομία και στην αγορά που οδηγεί σε ζήτηση νέων προϊόντων και υπηρεσιών, λαμβάνοντας υπόψη την περιβαλλοντική διάσταση σαν ευκαιρία και όχι σαν εμπόδιο.

Εστιάζεται σε δυο βασικές ανάγκες των σύγχρονων πολιτών και κοινωνιών, στην ποιότητα της ζωής και στην απαίτηση για τη διατήρηση και αξιοποίηση του φυσικού περιβάλλοντος. Ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις επιδιώκουν να συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος και τον περιορισμό της κλιματικής αλλαγής μέσα από επενδύσεις που πραγματοποιούν στην έρευνα και την ανάπτυξη πράσινων τεχνολογιών και πρακτικών.



Η επιχειρηματικότητα συμφέρει ... Καθώς:

1. Μπορεί να μειωθεί το λειτουργικό κόστος της επιχείρησης.

---

<sup>8</sup> Μπούμπουκας Ε. (2008) [http://www.ekt.gr/content/img/product/75031/full\\_issue.pdf](http://www.ekt.gr/content/img/product/75031/full_issue.pdf)

2. Δημιουργούνται νέες εμπορικές ευκαιρίες για την διάθεση του παραγόμενου προϊόντος/υπηρεσίας στην πράσινη αγορά.
3. Αξιοποιούνται αποτελεσματικά οι οικονομικές ευκαιρίες και τα κίνητρα που παρέχονται από το κράτος και την Ευρωπαϊκή Ένωση.
4. Αυξάνονται οι πιθανότητες απόκτησης δανείου με ευνοϊκότερους όρους.
5. Δημιουργούνται ευνοϊκές προϋποθέσεις για την προσέλκυση πράσινων επενδύσεων.
6. Εξασφαλίζονται ευνοϊκότεροι όροι ασφάλισης

## 5.1 Η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας

Σε μια οικονομία, εκτός από τους παραγωγικούς πόρους, πλούτος είναι και οι ιδέες των ανθρώπων. Σημαντικό μέρος των ιδεών αυτών αποτελούν οι επιχειρηματικές ιδέες που όταν εφαρμοσθούν σωστά, συμβάλλουν σημαντικά, όχι μόνο στην οικονομική ανάπτυξη, αλλά και στη διόρθωση των ισορροπιών.

Επειδή οι επιχειρηματικές δραστηριότητες είναι σημαντικές για την ανάπτυξη της οικονομίας, την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, την αύξηση κερδών και την δημιουργία καινούργιων πηγών πλούτου, οι κυβερνήσεις, οι διάφορες οργανώσεις και τα πανεπιστημιακά ιδρύματα έχουν στρέψει την προσοχή τους στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.

Η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας<sup>9</sup> επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες, όπως η εκπαίδευση, η ηλικία, η προηγούμενη επαγγελματική απασχόληση, η εθνικότητα και οι οικογενειακές σχέσεις. Όμως μια οικονομία που δεν αναπτύσσει την επιχειρηματικότητα, δεν θα μπορεί να εκμεταλλευτεί προς όφελός της τα τεχνολογικά και άλλα επιτεύγματα και να προοδεύσει και να επιτύχει.

## 1.6 Η παραγωγικότητα και η ανταγωνιστικότητα

---

<sup>9</sup> Σαράφης Η. (2006) [http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/4607/1307\\_08.pdf](http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/4607/1307_08.pdf) σελ.199

Η **ανταγωνιστικότητα** σχετίζεται με την ικανότητα μιας οικονομίας να εξασφαλίζει, να διατηρεί, αλλά και να διευρύνει τα μερίδιά της στις διεθνείς αγορές. Θεωρείται ο βαθμός ικανότητας μιας χώρας να παράγει κάτω από συνθήκες ελεύθερου ανταγωνισμού, αγαθά και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των διεθνών αγορών, ενώ συγχρόνως διατηρούν και επεκτείνουν το πραγματικό εισόδημα των κατοίκων σε μακροχρόνια βάση. Ακόμη, θεωρείται το σύνολο των θεσμών, των οικονομικών πολιτικών και των παραγόντων που καθορίζουν το επίπεδο παραγωγικότητας μιας χώρας. Ο ορισμός αυτός παραπέμπει κυρίως στους παράγοντες που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα με μακροχρόνιο αποτέλεσμα την ανάπτυξη.

Η ανταγωνιστικότητα δεν ταυτίζεται με την **παραγωγικότητα**<sup>10</sup>, παρότι αυτή αποτελεί έναν από τους παράγοντες που την διαμορφώνει. Ο λόγος γιατί, η ανταγωνιστικότητα μπορεί να θεωρηθεί ως ο συνδυασμός ανταγωνιστικών τιμών, που επιτυγχάνονται με την αύξηση της παραγωγικότητας και ανταγωνιστικών χαρακτηριστικών που δεν σχετίζονται με το κόστος.

## 1.7 Ο ρόλος της εκπαίδευσης στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας

Η εκπαίδευση,<sup>11</sup> διευκολύνει τους μελλοντικούς επιχειρηματίες και εργαζόμενους να αναπτύξουν τις απαραίτητες δεξιότητες, να γνωρίσουν και να κατανοήσουν τις λειτουργίες της επιχείρησης.

Υπάρχουν δύο είδη εκπαίδευσης.

- Η εκπαίδευση στη διοίκηση, δηλαδή σε ένα διοικητικό ή τεχνικό στέλεχος όπου υπάρχει η εσωστρεφής διαδικασία και
- Η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα, δηλαδή σε έναν επιχειρηματία. Η επιχειρηματικότητα είναι εξωστρεφής διαδικασία, περισσότερο ασκείται, παρά διδάσκεται. Γι' αυτό, η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα πρέπει να διαφοροποιείται ως προς το περιεχόμενο, τις μορφές και τις μεθόδους. Δεν γίνεται μέσω εγχειριδίων, ούτε αξιολογείται ή πιστοποιείται μέσω τεστ.

Για μια αποτελεσματική εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα, απαραίτητες προϋποθέσεις είναι:

---

<sup>10</sup> Ντόβας Δ. (2014) Εισαγωγή στην Επιχειρηματικότητα και την Καινοτομία σελ.16

<sup>11</sup> Μιχιώτης Στ. (2006) <http://www.tetras-consult.gr/resources/Resources/Papers%20in%20Greek/Entrepreneurship%20today.pdf> σελ.6



- η ύπαρξη ολοκληρωμένων μοντέλων αξιοποίησης της συλλογικής ευφυΐας και εμπειρίας
- η χρήση σεναρίων και βιωματικών τεχνικών
- η ύπαρξη standards για το περιεχόμενο της εκπαίδευσης.
- η γνωριμία των εκπαιδευόμενων με ιστορίες επιτυχίας και αποτυχίας ή προδοσίας από ήδη ενεργούς επιχειρηματίες και επαγγελματίες.

Στα οφέλη μιας τέτοιας εκπαίδευσης συμπεριλαμβάνονται τα εξής:

- ✓ Ικανότητα για μετάφραση προβλημάτων σε ευκαιρίες και υπέρβαση δυσκολιών.
- ✓ Γνώση μέσα από λάθη, αποτυχίες και διαχείριση ρίσκου.
- ✓ Ανάπτυξη επιχειρηματικής-επαγγελματικής κουλτούρας εργασίας και καταναλωτικής συνείδησης.
- ✓ Διερεύνηση ζητημάτων ηθικής και συσχετίσή τους στη καθημερινή πρακτική της εργασίας.
- ✓ Αλλαγή της προσωπικής και επαγγελματικής νοοτροπίας, αναφορικά με την αυτογνωσία και την αυτοεκτίμηση, την υπευθυνότητα, τη κινητοποίηση, την ομαδικότητα, την επίλυση προβλημάτων και τη δημιουργικότητα.
- ✓ Αναγνώριση της επιχειρηματικότητας σαν ένα τρόπο επιβίωσης, στα πλαίσια σεβασμού και προστασίας του φυσικού και κοινωνικού περιβάλλοντος.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΟΥ**

## 2.1 Η έννοια του επιχειρηματία

Επιχειρηματίας<sup>12</sup> είναι το άτομο που απασχολείται επαγγελματικά με την ίδρυση, τη λειτουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων. Συνήθως είναι ο βασικός επενδυτής και αναλαμβάνει τους μεγάλους χρηματοοικονομικούς κινδύνους της επιχείρησης για τους οποίους δεν μπορεί να ασφαλιστεί.

Βέβαια, με την βαθύτερη έννοια του όρου, επιχειρηματίας είναι το άτομο που αρχίζει ουσιαστικά από το τίποτα και αναπτύσσει την επιχείρησή του, πετυχαίνει με σκληρή δουλειά και δημιουργική φαντασία, αντιλαμβάνεται τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται ή δημιουργεί άλλες και έχει αίσθηση του κατάλληλου χρόνου δράσης. Ακόμη, για να δημιουργηθεί ένας επιχειρηματίας απαιτείται γνώση, δεξιότητες και εμπειρία ετών.

Σε όλη την διάρκεια της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας και ιδιαίτερα μπροστά στη λήψη αποφάσεων και την επιλογή εναλλακτικών λύσεων, οι επιχειρηματίες πρέπει να συνδυάζουν τέσσερα στοιχεία:

- Να είναι δεκτικοί στο καινούργιο και να βλέπουν τις συλλογικές ανάγκες.
- Να συνδέουν τις υπάρχουσες γνώσεις και τις νέες ιδέες προκειμένου να ανταποκριθούν στις επερχόμενες αλλαγές.
- Να καλλιεργούν την διαίσθησή τους που θα τους επιτρέψει να σταθμίζουν τα δεδομένα πέρα από τις όποιες αναλύσεις και να μην φοβούνται να ρισκάρουν.
- Να αναζητούν τα απαραίτητα εργαλεία και μέσα για την εφαρμογή των στόχων τους λαμβάνοντας υπόψη την πιο συμφέρουσα διαδρομή κάθε φορά.

## 2.2 Τα χαρακτηριστικά του αποτελεσματικού επιχειρηματία

---

<sup>12</sup> Σαράφης Η. (2006) [http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/4607/1307\\_08.pdf](http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/4607/1307_08.pdf) σελ.193

Η ιδιοκτησία μιας επιχείρησης απαιτεί την ικανότητα χειρισμού διαφορετικών καταστάσεων. Η προσωπικότητα του επιχειρηματία είναι σημαντικός παράγοντας προκειμένου να προσδιοριστεί η κατάλληλη επιχειρηματική δραστηριότητα που θα εμπλακεί και θα διαχειρίζεται σε καθημερινή βάση. Όχι μόνο η έναρξη, αλλά και η ανάπτυξη της επιχείρησης, εξαρτώνται πάρα πολύ από τις γνώσεις και τις ικανότητες του ανθρώπου που τη διευθύνει.

Υπάρχουν κάποια βασικά χαρακτηριστικά<sup>13</sup> που πρέπει να κατέχει ένας επιχειρηματίας για να είναι επιτυχημένος:

- **Αξίες**

Να διέπεται από συνεργασία, δικαιοσύνη, ισορροπία του περιβάλλοντος.

- **Εργατικότητα και ανεκτικότητα στις δυσχέρειες**

Πρέπει να εργάζεται σκληρά και να μην επηρεάζεται από μια αποτυχία, αλλά να μαθαίνει από αυτήν.

- **Ηγεσία**

Να διαθέτει ηγετικές ικανότητες.

- **Κίνητρο για διάκριση**

Να έχει κίνητρα-στόχους για την ανάπτυξη και αναγνώριση της επιχείρησής του.

- **Ικανότητα**

Να εμπνεύσει, να μπορεί να μεταδώσει τις ιδέες του, το όραμά του.

- **Ικανότητα στην οργάνωση και διοίκηση**

Να μπορεί να λειτουργεί σε πλαίσιο ομάδας και να ξέρει να διαχειρίζεται και να οργανώνει πόρους και ανθρώπινο δυναμικό.

---

<sup>13</sup> Μακρόπουλος Π. <http://kallithea.hua.gr/epixeirein/dihm4%20docs/makropoulos1.pdf>

- **Ικανότητα επικοινωνίας**

Η συνεργασία με προσωπικό, πελάτες, επενδυτές

- **Υπευθυνότητα**

Να αναλαμβάνει τις ευθύνες για τις πράξεις του.

- **Διορατικότητα και ικανότητα ρεαλιστικού προγραμματισμού**

Να μπορεί να «βλέπει» τις ευκαιρίες και να τις προγραμματίζει σωστά.

- **Προσαρμοστικότητα και ανοχή στις μεταβολές**

Να μπορεί να προσαρμόζεται στις υπάρχουσες συνθήκες χωρίς να επηρεάζεται η εργασία και η ψυχολογία του.

Οι στόχοι της επιχείρησης καθορίζονται από τους στόχους, αντιλήψεις, απόψεις, αναστολές, φόβοι και προσωπικοί περιορισμοί του επιχειρηματία

## **2.3 Ο επιχειρηματικός κίνδυνος**

Η επιχειρηματική δραστηριότητα έχει ως τελικό σκοπό το κέρδος, δηλαδή το ρίσκο-κίνδυνο που αναλαμβάνει ο επιχειρηματίας. Το ρίσκο που προτίθεται να αναλάβει ένας επιχειρηματίας, δείχνει το βαθμό αβεβαιότητας στον οποίο είναι διατεθειμένος να λειτουργήσει. Ένα βασικό αξίωμα την οικονομικής σκέψης είναι ότι ο άνθρωπος επιλέγει και αποφασίζει την συμπεριφορά που μεγιστοποιεί τα οφέλη του. Οι επιχειρηματίες έχουν στη διάθεσή τους διαφορετικές πορείες δράσης για την πραγματοποίηση του σκοπού τους, καθεμία από τις οποίες συνοδεύεται από διαφορετικό ύψος κινδύνου.

Οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζει ένας επιχειρηματίας μπορούν να διακριθούν ανάλογα με την προέλευσή τους σε ενδογενείς, που απορρέουν από τις αποφάσεις του επιχειρηματία και σχετίζονται άμεσα με τη λειτουργία της επιχείρησης και από εξωγενείς, που σχετίζονται με το περιβάλλον που συναναστρέφεται ένας επιχειρηματίας, προμηθευτές, ανταγωνιστές κ.ά..

Υπάρχουν πάντα και οι κίνδυνοι που έχουν να κάνουν με τη φύση της επιχείρησης και χωρίζονται σε δυνάμενους και μη δυνάμενους να υπολογισθούν. Οι πρώτοι μπορούν να υπολογισθούν μαθηματικά με την χρήση των πιθανοτήτων και έτσι να γίνει κάποια σχετική ασφάλεια, το κόστος της οποίας θα ενταχθεί στο γενικότερο κόστος παραγωγής. Οι άλλοι κίνδυνοι αποτελούν το λεγόμενο επιχειρηματικό ρίσκο.

Η αγωνία λοιπόν του επιχειρηματία, ο κίνδυνος, το ρίσκο, είναι να μετατρέψει την αβεβαιότητα του μέλλοντος, σε ελεγχόμενες πιθανότητες μέσα από μια μεθοδευμένη διαδικασία. Η διαδικασία αυτή στηρίζεται στη συλλογή και επεξεργασία δεδομένων και πληροφοριών και απαιτεί τη λήψη συγκεκριμένων αποφάσεων.

## **2.4 Η καινοτομία**

Ο επιχειρηματίας είναι κάποιος που αξιοποιεί και δημιουργεί, με τις γνώσεις που διαθέτει, κάθε ευκαιρία κέρδους στην αγορά. Η λειτουργία των επιχειρηματιών είναι να αναθεωρούν ή να προκαλούν επανάσταση στη διαδικασία παραγωγής με την εκμετάλλευση μιας επινόησης ή γενικότερα μιας τεχνικής δυνατότητας, για την παραγωγή ενός νέου αγαθού ή ενός παλαιότερου αλλά με νέες μεθόδους παραγωγής.

Ο επιχειρηματίας καινοτομεί με τους εξής τρόπους:

- A) δημιουργεί ένα νέο ή καλύτερο προϊόν
- B) χρησιμοποιεί νέες μεθόδους παραγωγής και οργάνωσης της επιχείρησης
- Γ) δημιουργεί μια νέα αγορά

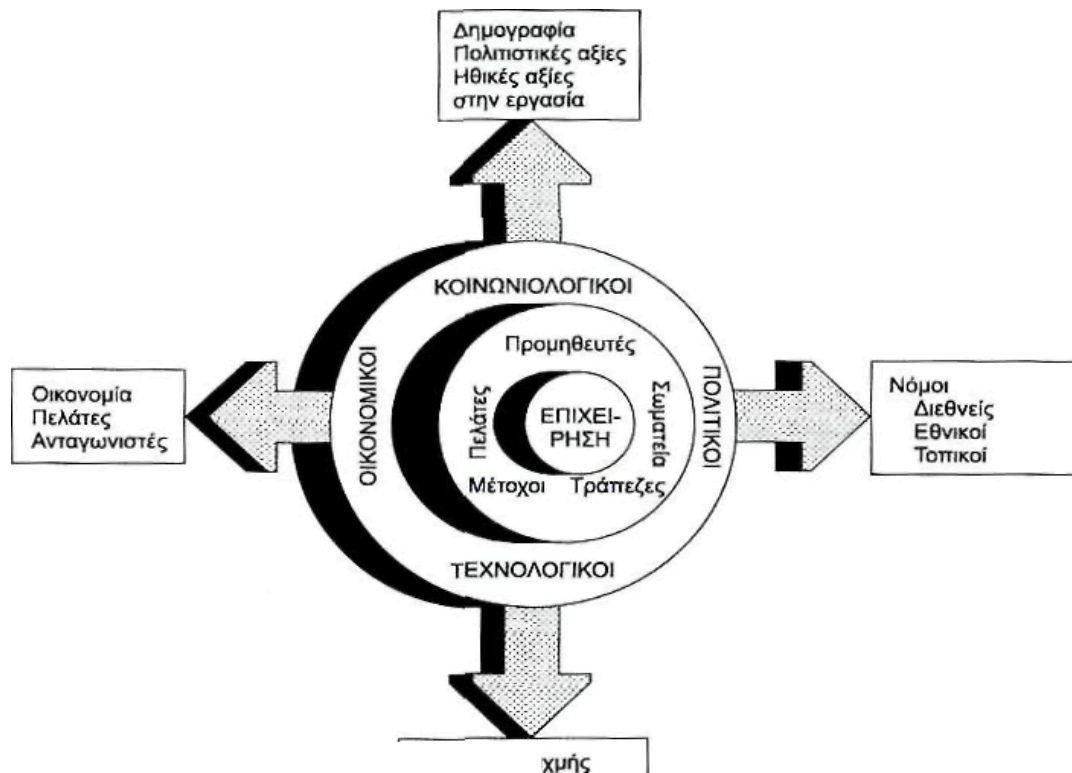
Οι σύγχρονοι επιχειρηματίες δεν είναι οι ίδιοι εφευρέτες των καινοτομιών που εισάγουν, αλλά βρίσκουν έτοιμες τις εφευρέσεις στα τμήματα έρευνας και ανάπτυξης διαφόρων επιχειρήσεων ή οργανισμών. Κάθε καινοτομία συνοδεύεται από διαφορετικό ύψος κινδύνων και κερδών. Ο επιχειρηματίας θα πρέπει να συγκεντρώσει και να αξιολογήσει πληροφορίες για παρόμοια προϊόντα που υπάρχουν, την αγοραστική δύναμη των πελατών κ.ά.

## 2.5 Το επιχειρηματικό περιβάλλον

Οι επιχειρήσεις υπάρχουν σε διάφορα είδη περιβάλλοντος, καθένα από τα οποία επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν. Η διοίκηση πρέπει συχνά να αντιδρά σε ορισμένες δυνάμεις του περιβάλλοντος- όπως είναι οι νόμοι, οι οποίοι την υποχρεώνουν να παίρνει μέτρα για τον έλεγχο της ρύπανσης και να δαπανά ορισμένους από τους πόρους της για κοινωνικά προγράμματα. Ωστόσο, το νομικό περιβάλλον δεν είναι η μόνη εξωτερική δύναμη που επηρεάζει την επιχείρηση. Υπάρχουν επίσης, οικονομικές, κοινωνικές και τεχνολογικές δυνάμεις που επιδρούν στις σύγχρονες επιχειρήσεις και οι οποίες πρέπει να λαμβάνονται υπόψη από τη διοίκηση.

Εκτός από αυτούς τους γενικούς περιβαλλοντικούς παράγοντες που επηρεάζουν μια επιχείρηση, υπάρχουν και μερικές περισσότερο συγκεκριμένες δυνάμεις του εξωτερικού περιβάλλοντος που ασκούν άμεση επιρροή. Οι δυνάμεις αυτές είναι οι μέτοχοι της επιχείρησης, οι τράπεζες, τα εργατικά σωματεία, οι προμηθευτές και οι πελάτες. Μια επιχείρηση πρέπει να προσέχει τις σχέσεις της με καθέναν από αυτούς τους παράγοντες. Όλοι αυτοί οι παράγοντες, που είναι εξωτερικοί ως προς την επιχείρηση, αποτελούν το εξωτερικό περιβάλλον της. Αυτοί δεν επηρεάζουν μόνο την επιχείρηση, αλλά επηρεάζονται και μεταξύ τους.

Στο ακόλουθο σχήμα παρουσιάζεται διαγραμματικά το εξωτερικό περιβάλλον<sup>14</sup>. Οι γενικότεροι περιβαλλοντικοί παράγοντες βρίσκονται στον εξωτερικό δακτύλιο, επειδή δεν επηρεάζουν μόνο την επιχείρηση, η οποία βρίσκεται στο κέντρο, αλλά εμπεριέχουν τους πιο συγκεκριμένους παράγοντες. Οι συγκεκριμένοι παράγοντες, στον εσωτερικό δακτύλιο σχετίζονται πιο άμεσα με την επιχείρηση. Είναι σημαντικό να σημειώσουμε ότι οι εξωτερικοί παράγοντες είναι δυναμικοί και μεταβάλλονται συνεχώς και επομένως η διοίκηση πρέπει να αναγνωρίζει την ανάγκη να προσαρμόζεται στις αλλαγές. Εάν αγνοήσετε τις μεταβολές στο περιβάλλον που επηρεάζουν την επιχείρησή σας, σημαίνει ότι διακινδυνεύετε και αυτήν ακόμα την επιβίωση της εταιρείας σας. Οι μεταβολές των τιμών των διαφόρων μορφών ενέργειας, τα αιτήματα των σωματείων για αύξηση των μισθών, η άνοδος ή η πτώση των επιτοκίων και η οικονομική δυσπραγία των προμηθευτών μιας εταιρείας αποτελούν παραδείγματα δυναμικών αλλαγών του περιβάλλοντος που μπορεί να έχουν μεγάλη επίδραση σε μια επιχείρηση.



Το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης

<sup>14</sup> Ντόβας Δ. (2014) Εισαγωγή στην Επιχειρηματικότητα και την Καινοτομία σελ.22

Το εσωτερικό περιβάλλον<sup>15</sup> αποτελείται από τους παράγοντες μέσα σε μια επιχείρηση οι οποίοι αποτελούν τους πόρους της και οι οποίοι είναι, κυρίως οικονομικοί, φυσικοί, ανθρώπινοι και τεχνολογικοί. Το επίπεδο τεχνολογίας μέσα στην επιχείρηση μπορεί να είναι διαφορετικό από το επίπεδο της τεχνολογίας έξω από αυτήν. Η “τελευταία λέξη” της τεχνολογίας μπορεί να είναι ο έλεγχος της παραγωγής μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή, ενώ μια συγκεκριμένη εταιρεία μπορεί να θεωρεί ότι ο έλεγχος με το χέρι είναι υπεραρκετός για τις ανάγκες της. Σε αυτή την περίπτωση, το εσωτερικό τεχνολογικό επίπεδο δεν είναι τόσο εξελιγμένο όσο το εξωτερικό. Μπορεί να συμβαίνει και το αντίστροφο. Μια εταιρεία που απασχολείται σοβαρά με την έρευνα και την ανάπτυξη μπορεί να επινοήσει τεχνολογικές μεθόδους που είναι άγνωστες ακόμα και στο εξωτερικό περιβάλλον.

Το ακόλουθο σχήμα παρουσιάζει το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης. Τα βέλη αναφέρονται στο εσωτερικό της επιχείρησης επειδή οι αναφερόμενοι παράγοντες αποτελούν μέρος του εσωτερικού περιβάλλοντος.



Το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης

<sup>15</sup> Ντόβας Δ. (2014) Εισαγωγή στην Επιχειρηματικότητα και την Καινοτομία σελ.24



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

### 3.1 Η έννοια του επιχειρηματικού σχεδίου

Το επιχειρηματικό σχέδιο<sup>16</sup> είναι μία δεσμευτική υπόσχεση ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα θα γίνει σύμφωνα με συγκεκριμένους όρους, με συγκεκριμένη διαδοχή, με συγκεκριμένο τρόπο λήψης και υλοποίησης αποφάσεων και θα οδηγεί σε προβλεπόμενο επίπεδο κερδών.

Η δημιουργία του είναι απαραίτητη για την εκκίνηση ή βελτίωση της απόδοσης μιας επιχείρησης, καθώς δίνει ξεκάθαρα την εικόνα της αγοράς, των ανταγωνιστών και των πελατών της επιχείρησης. Αποτελεί χρήσιμο εργαλείο, καθώς συμβάλλει στη δομή, στην οργάνωση και στη σωστή λήψη αποφάσεων. Ακόμη, βοηθά στην καταγραφή, ανάλυση και κατανόηση της αγοράς, των καταναλωτών και του ανταγωνισμού και καταδεικνύει την επίτευξη ή όχι των στόχων.

Σήμερα, θεωρείται απαραίτητο εργαλείο μιας σύγχρονης επιχείρησης και συχνά προαπαιτείται να προσκομίζεται π.χ. στη λήψη δανείου από τις τράπεζες. Σκοπός του είναι να αναλύσει την υπάρχουσα κατάσταση (αγορά, επιχείρηση) και να καθοδηγήσει τις ενέργειες των μελών-στελεχών της επιχείρησης προς συγκεκριμένες κατευθύνσεις και τακτικές.

### 3.2 Ο σκοπός του επιχειρηματικού σχεδίου

Σκοπός<sup>17</sup> του επιχειρηματικού σχεδίου είναι να αναλύσει την υπάρχουσα κατάσταση, και να καθοδηγήσει τις ενέργειες της επιχείρησης. Η ανάπτυξη ενός Επιχειρηματικού Σχεδίου δίνει τη δυνατότητα στον εμπνευστή της επιχειρηματικής ιδέας, η οποία μπορεί να υποστηριχθεί μόνο αν το περιεχόμενό της είναι καλά διατυπωμένο, να διατυπώσει και να οργανώσει το σκεπτικό του εγγράφως.

Το επιχειρηματικό σχέδιο λειτουργεί ως οδηγός για την επιχείρηση. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί εσωτερικά στην επιχείρηση, από τον ιδρυτή, τη διοικητική ομάδα και το προσωπικό και από εξωτερικούς φορείς, όπως μελλοντικούς συνεργάτες,

---

<sup>16</sup> Ένωση Ελληνικών Εταιρειών Επιχειρηματικών Κεφαλαίων (2003)  
<http://www.hvca.gr/epixeirhmaties/h-shmasia-toy-business-plan.html>

<sup>17</sup> Αναπτυξιακή Εταιρεία ETANAM A.E. (2003)  
<http://www.serresbiz.com/312c/el/other/third/businessguide.pdf> σελ.15

επενδυτές κ.ά. Αυτό που προσφέρεται στους ενδεχόμενους επενδυτές είναι αναλυτικές πληροφορίες για όλες τις δραστηριότητες της εταιρείας.

Ένα επιχειρηματικό σχέδιο χρησιμοποιείται κυρίως σαν προωθητικό υλικό. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την προσέλκυση των επενδυτών και είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την εξασφάλιση κεφαλαίου. Προσφέρει αναλυτικές πληροφορίες για όλες τις δραστηριότητες της εταιρείας και αντισταθμίζει τις επιδιώξεις της επιχείρησης, ώστε οι πιθανοί επενδυτές να μπορούν να σχηματίσουν άποψη για το πόσο καλή είναι η ευκαιρία και για την ικανότητα της διοίκησης να την εκμεταλλευτεί αποτελεσματικά.

Το Επιχειρηματικό Σχέδιο καθορίζει τους βασικούς δείκτες απόδοσης για την αξιολόγηση των μελλοντικών δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης. Δεν βοηθά απλώς μια επιχείρηση στην προσπάθειά της για εξασφάλιση χρηματοδότησης, αλλά συμβάλλει και στην ανάπτυξη της επιχείρησης μακροπρόθεσμα. Χρησιμεύει ως εγχειρίδιο για την επιχείρηση και ως σημείο αναφοράς για τους επενδυτές και τα μέλη του διοικητικού συμβουλίου.

### 3.3 Η δομή του επιχειρηματικού σχεδίου

Το Επιχειρηματικό Σχέδιο είναι ένα έγγραφο προσαρμοσμένο στην υπάρχουσα επιχείρηση που παρέχει πληροφορίες για την επιχειρησιακή δραστηριότητα. Το ελάχιστο περιεχόμενο<sup>18</sup> που θα πρέπει να περιλαμβάνει ένα επιχειρηματικό σχέδιο, ώστε να είναι σε θέση να ενισχύσει την επιχειρηματική πρόταση και να απαντήσει σε όλα τα κρίσιμα ερωτήματα που πιθανώς θα έχουν οι ενδεχόμενοι επενδυτές είναι το εξής:

- Συνοπτική Παρουσίαση
  - Σύντομη παρουσίαση της επενδυτικής πρότασης.
  
- Προϊόν/υπηρεσία
  - Περιγραφή του προϊόντος ή της υπηρεσίας, με έμφαση στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

---

<sup>18</sup> Ένωση Ελληνικών Εταιρειών Επιχειρηματικών Κεφαλαίων (2003)  
<http://www.hvca.gr/epixeirhmaties/h-shmasia-toy-business-plan.html>

- Ομάδα διοίκησης
  - Βιογραφικά και πληροφορίες για τους ανθρώπους πίσω από την επενδυτική πρόταση.
  
- Ανάλυση αγοράς και ανταγωνιστών
  
- Μάρκετινγκ και πωλήσεις
  - Στρατηγική τιμολόγησης και προώθησης.
  - Διάθεση και διακίνηση.
  
- Οργάνωση
  - Κατανομή εργασιών ανά τμήμα.
  
- Πρόγραμμα υλοποίησης
  - Χρονοδιάγραμμα εφαρμογής και ορόσημα.
  
- Ευκαιρίες και κίνδυνοι
  - Κίνδυνοι και οικονομικές επιπτώσεις.
  - Ανάλυση ευαισθησίας.
  
- Χρηματοοικονομικά
  - Απαιτούμενα κεφάλαια και χρήση κεφαλαίων.
  - Προβλεπόμενα έσοδα και έξοδα.
  - Προβολές λογιστικών καταστάσεων.

### 3.4 Τα πλεονεκτήματα από τη σύνταξη του επιχειρηματικού σχεδίου

Ένα σωστά οργανωμένο επιχειρηματικό σχέδιο είναι πηγή πλεονεκτημάτων<sup>19</sup> για τους επιχειρηματίες και τους επενδυτές, οι οποίοι συμμετέχουν στην προσπάθεια ανεύρεσης κεφαλαίου μιας νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Ο επιχειρηματίας αποτελεί έναν οδηγό για την επιχείρηση επειδή αποτελεί τη βάση για την παρακολούθηση και τον έλεγχο της πορείας της επιχείρησης και δίνει την δυνατότητα στη διοίκηση να εξετάζει το βαθμό επίτευξης των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Συγκεκριμένα:

- Προσελκύει το ενδιαφέρον πιθανών επενδυτών.
- Επιτρέπει την γρηγορότερη και ευκολότερη διάδοση της επιχειρηματικής πρότασης σε μεγαλύτερο αριθμό υποψηφίων επενδυτών.
- Αποτελεί οδηγό για την δημιουργία αξίας από και προς την επιχείρηση.
- Συμβάλλει στη συνεχή βελτίωση της επιχείρησης.
- Αποτελεί τη βάση για παρακολούθηση και έλεγχο.
- Δημιουργεί εμπειριστατωμένη επανατροφοδότηση για τους αναγνώστες του.

Στους επενδυτές, δίνει τη δυνατότητα σύγκρισης πολλών επιχειρηματικών προτάσεων σε μικρό χρονικό διάστημα και παρέχει την δυνατότητα αξιολόγησης των δυνατοτήτων υλοποίησης μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας πριν πραγματοποιηθεί η επένδυση. Ο επενδυτής μπορεί να παρακολουθεί, μέσω του επιχειρηματικού σχεδίου, και να ελέγχει την πορεία της επένδυσής του.

### 3.5 Η επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος ως αποτέλεσμα υλοποίησης του επιχειρηματικού σχεδίου

Για να δημιουργηθεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα<sup>20</sup> από την χρήση του επιχειρηματικού σχεδίου, το οποίο πρέπει να είναι σαφές, κατανοητό και ρεαλιστικό, πρέπει η επιχείρηση να διαθέτει τα παρακάτω βασικά στοιχεία:

- Ισχυρά προσόντα έρευνας και ανάπτυξης.

<sup>19</sup> Αναπτυξιακή Εταιρεία ETANAM A.E. (2003)

<http://www.serresbiz.com/312c/el/other/third/businessguide.pdf> σελ.14

<sup>20</sup> Μακρόπουλος Π. <http://kallithea.hua.gr/epixeirein/dihm4%20docs/makropoulos1.pdf>

- Πρόσβαση σε πνευματική ιδιοκτησία: εμπορικά σήματα και απόρρητα, πατέντες, πνευματικά δικαιώματα.
- Αποκλειστικά δικαιώματα μεταπώλησης ή διανομής.
- Ιδιοκτησία κεφαλαιουχικού εξοπλισμού (εξειδικευμένα μηχανήματα, εξοπλισμός εξερεύνησης, στόλοι παράδοσης, ικανότητα πλεονασματικής παραγωγής).
- Ανώτερη υποστήριξη προϊόντος και/ ή πελατών.
- Παραγωγή με χαμηλό κόστος.
- Ανώτερες βάσεις δεδομένων, πληροφορίες μανάτζμεντ και ικανότητα επεξεργασίας στοιχείων.
- Ικανότητες μάρκετινγκ σχετικά με συγκεκριμένους τύπους πελατών (π.χ. άμυνα), τμήματα αγοράς (π.χ. εφήβους), κανάλια (π.χ. λιανικές πωλήσεις, τηλεφωνικές πωλήσεις).
- Πρόσβαση σε κεφάλαιο κίνησης.
- Υπεροχή σε μανάτζμεντ, λειτουργικά, διοίκηση.
- Περιορισμοί εισόδου.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

### 4.1 Έννοια οικονομικής κρίσης

Οικονομική κρίση είναι το φαινόμενο κατά το οποίο μια οικονομία χαρακτηρίζεται από μια διαρκή και αισθητή μείωση της οικονομικής της δραστηριότητας και αναμένεται να οδηγήσει σε ασταθείς και επικίνδυνες καταστάσεις οι οποίες επηρεάζουν τα άτομα ως ξεχωριστές μονάδες, ομάδες ατόμων ή και το σύνολο της κοινωνίας.

Όταν λέμε οικονομική δραστηριότητα αναφερόμαστε σε όλα τα μακροοικονομικά μεγέθη της οικονομίας όπως η απασχόληση, οι επενδύσεις κ.λπ. Ο βασικότερος δείκτης οικονομικής δραστηριότητας είναι οι επενδύσεις, οι οποίες όταν αυξομειώνονται παρασύρουν μαζί τους και όλα τα υπόλοιπα οικονομικά μεγέθη.

Η οικονομική κρίση αποτελεί τη μία από τις δύο φάσεις των οικονομικών διακυμάνσεων και συγκεκριμένα τη φάση της καθόδου, όταν δηλαδή η οικονομική δραστηριότητα βρίσκεται σε μια συνεχή συρρίκνωση.

Οι οικονομικές διακυμάνσεις ορίζονται ως οι διαδοχικές αυξομειώσεις της οικονομικής δραστηριότητας μέσα σε μια οικονομία. Λέγονται αλλιώς και κυκλικές διακυμάνσεις ή οικονομικοί κύκλοι.

Οι κρίσεις χαρακτηρίζονται από τρία βασικά χαρακτηριστικά, τα οποία είναι:

- η απροσδόκητη εμφάνιση
- η δημιουργία αβεβαιότητας
- η απειλή για την επίτευξη σημαντικών στόχων

Επίσης, η λειτουργία του κεφαλαίου προϋποθέτει την εξασφάλιση ενός ποσοστού κέρδους το οποίο δεν είναι συγκεκριμένο νούμερο. Από τη στιγμή που το κέρδος πέφτει κάτω από το συνηθισμένο επίπεδο αρχίζει ο περιορισμός των επιχειρήσεων ο οποίος εμφανίζεται με τη μορφή απούλητων εμπορευμάτων δηλαδή η μείωση καταναλωτικής ικανότητας.

Ως στόχοι της οικονομικής κρίσης είναι η τόνωση της αγοράς και η λήψη μέτρων για τη στήριξη των επιχειρήσεων και της απασχόλησης. Η αντιμετώπιση της κρίσης έχει ως βασικούς άξονες την εισαγωγή ρευστότητας στην οικονομία, ώστε να αυξηθεί η ζήτηση και η προώθηση των επενδύσεων με μακροπρόθεσμο στόχο την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της Ευρώπης, χωρίς να ξεπερνά τους περιορισμούς του Συμφώνου Σταθερότητας.

## 4.2 Τα αίτια της οικονομικής κρίσης

Τα βασικά αίτια μιας οικονομικής κρίσης<sup>21</sup> είναι τα εξής:

- Η δημιουργία πρόσθετου χρήματος μέσω δανεισμού των χρηματοπιστωτικών οργανισμών για την επιδίωξη υψηλών αποδόσεων και μέσω επενδύσεων οι οποίες συνεπάγονται υψηλότερες πιθανότητες ζημιών και χρεοκοπίας.
- Το διαθέσιμο χρηματικό ποσό δεν επαρκεί για την κάλυψη δανείων και χορηγήσεων σε τράπεζες.
- Αβεβαιότητα και έλλειψη εμπειριών του κοινού με την τάση των ανθρώπων να υπερτιμά το νέο και καινοτόμο. Η αιτία αυτή οφείλεται στην ευφορία της ανόδου, την υπέρμετρη αισιοδοξία και εμπιστοσύνη, τον ενθουσιασμό που οδηγεί σε υψηλό βαθμό κερδοσκοπικών ενεργειών χωρίς να λαμβάνεται υπόψη το ρίσκο.
- Η αποτυχία του κράτους στη ρύθμιση του χρήματος και η υπερβολική εμπιστοσύνη της αυτορρύθμισης των αγορών. Ο ρυθμιστικός ρόλος του κράτους είναι καθοριστικός για τη διασφάλιση της σταθερότητας του συστήματος, της διαφάνειας και της ασφάλειας.
- Υποεκτίμηση ορθών οικονομικών μοντέλων από τις ρυθμιστικές αρχές ή χρήση ανύπαρκτων μοντέλων εκτίμησης του ρίσκου.
- Απάτη: η αναζήτηση του κέρδους με κάθε μέσο. Η μορφή αυτή δεν εντοπίζεται πριν εκδηλώσει τα αποτελέσματά της.
- Μεταδοτικότητα: η αρνητική επίδραση προς άλλα κράτη.
- Απληστία θεσμικών οικονομικών παραγόντων.
- Η λειτουργία ολιγοπωλίων.
- Συμφέροντα και σκοπιμότητες πρακτορειών αξιολόγησης ρίσκου και κυβερνήσεων.
- Η πτώση παραγωγικότητας σε συνδυασμό με την αύξηση των μισθών.
- Τυχαία συμβάντα.

---

<sup>21</sup> Κουφάρης Γ. (2010)

[http://el.wikibooks.org/wiki/%CE%9F%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%AE\\_%CE%BA%CF%81%CE%AF%CF%83%CE%B7\\_%CE%91%CE%B9%CF%84%CE%AF%CE%B5%CF%82\\_%CE%BA%CE%B1%CE%B9\\_%CE%B1%CF%80%CE%BF%CF%84%CE%B5%CE%BB%CE%AD%CF%83%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1#.CE.97\\_.CE.AD.CE.BD.CE.BD.CE.BF.CE.B9.CE.B1\\_.CF.84.CE.BF.CF.85\\_.CF.8C.CF.81.CE.BF.CF.85\\_.22.CE.9F.CE.B9.CE.BA.CE.BF.CE.BD.CE.BF.CE.BC.CE.B9.CE.BA.CE.AE\\_.CE.BA.CF.81.CE.AF.CF.83.CE.B7.22](http://el.wikibooks.org/wiki/%CE%9F%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%BA%CF%81%CE%AF%CF%83%CE%B7_%CE%91%CE%B9%CF%84%CE%AF%CE%B5%CF%82_%CE%BA%CE%B1%CE%B9_%CE%B1%CF%80%CE%BF%CF%84%CE%B5%CE%BB%CE%AD%CF%83%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1#.CE.97_.CE.AD.CE.BD.CE.BD.CE.BF.CE.B9.CE.B1_.CF.84.CE.BF.CF.85_.CF.8C.CF.81.CE.BF.CF.85_.22.CE.9F.CE.B9.CE.BA.CE.BF.CE.BD.CE.BF.CE.BC.CE.B9.CE.BA.CE.AE_.CE.BA.CF.81.CE.AF.CF.83.CE.B7.22)

### 4.3 Πως ξεκίνησε και απλώθηκε η οικονομική κρίση

Μεγάλη ευθύνη για αυτή την κατάσταση φέρει η άθλια διαχείριση των οικονομικών της ελληνικής δημοσιονομικής πολιτικής και του ασφαλιστικού αλλά και η παγκόσμια οικονομική κρίση. Κύριο ρόλο είχαν τα πακέτα κάλυψης τα οποία δεν διοχέτευσαν από τις τράπεζες στις επιχειρήσεις και από εκεί στην κοινωνία.

#### **Ακάλυπτες επιταγές**

Πρόκειται για μια απειλή που κρέμεται πάνω από ολόκληρη την οικονομία μας. Όλη η αγορά δουλεύει με μεταχρονολογημένες επιταγές οι οποίες λόγω της ύφεσης λειτουργούν ως αντίστροφη πυραμίδα. Δεν απειλούν μόνον εκείνον που τις εξέδωσε και ο οποίος σε περίπτωση μη κάλυψής τους είναι ούτως ή άλλως χαμένος, απειλούν τις υγιείς επιχειρήσεις όταν αυτές σκάσουν στα χέρια τους. Πολλοί είναι οι επιχειρηματικοί φορείς οι οποίοι ζητούν ελαστικότερα κριτήρια χρηματοδότησης από τον τραπεζικό τομέα για να ξεπεραστεί το πρόβλημα. Ένα πρόβλημα που δεν προέκυψε από το πουθενά. Ήταν αναμενόμενο με την εμφάνιση των πρώτων στοιχείων που έδειχναν αύξηση των ακάλυπτων επιταγών. Τότε που οι αρμόδιοι κυβερνητικοί παράγοντες διαβεβαίωναν ότι η ελληνική οικονομία είναι ακόμη θωρακισμένη και ετοιμάζαν το πακέτο στήριξης της πραγματικής οικονομίας των 28δς ευρώ.

#### **Επενδύσεις**

Η Ελλάδα καταναλώνει και επένδυει περισσότερο από ότι παράγει, αυτό σημαίνει το αρνητικό εμπορικό ισοζύγιο το οποίο δείχνει ότι η κατανάλωση και οι επενδύσεις προέρχονταν από εισαγωγές οι οποίες ξεπερνούσαν τις εξαγωγές. Οι επενδύσεις στην Ελλάδα αυξήθηκαν όταν πραγματοποιήθηκαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες.

#### **Παραγγελίες**

Σύμφωνα με στοιχεία της στατιστικής υπηρεσίας σχετικά με την πορεία της ελληνικής βιομηχανίας δεν είναι μόνο η μείωση του τζίρου που προκαλεί έντονη ανησυχία αλλά και ο δείκτης των νέων παραγγελιών. Ο βαθμός απασχόλησης του παραγωγικού δυναμικού σημείωσε πτώση και δίνει μία γεύση για τα χειρότερα στην αγορά εργασίας.



#### 4.4 Οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης και η επίδρασή της στην οικονομική και κοινωνική ζωή

Η διεθνής οικονομία επηρεάζεται από το διεθνές εμπόριο, το ρυθμό ανάπτυξης και την απασχόληση. Η μείωση ή η απουσία εισοδήματος ωθεί άτομα στην φτώχεια. Η οικονομική κρίση προκαλεί δραματικές επιπτώσεις στην κοινωνική ζωή. Οι επιπτώσεις αυτές διαφοροποιούνται όχι μόνο μεταξύ των χωρών, όπου οι χώρες χαμηλής και μέσης ανάπτυξης πλήττονται σε μεγαλύτερο βαθμό από τις αναπτυγμένες χώρες, αλλά και στο εσωτερικό των χωρών, έτσι ώστε οι χειρόνακτες εργάτες και τα άτομα με χαμηλή εκπαίδευση να υφίστανται τις πλέον δυσμενείς επιπτώσεις σε σχέση με τα άτομα υψηλής εκπαίδευσης της μεσαίας και ανώτερης τάξης. Τα βασικά αλληλοσυνδεόμενα προβλήματα τα οποία αποδεικνύουν αυτή την κατάσταση είναι τα εξής:

- Η αυξανόμενη τάση των ανισοτήτων στο εσωτερικό των χωρών.
- Η ανισοτιμία στις συνθήκες κοινωνικής προστασίας και υγείας.
- Τα επείγοντα ζητήματα της κλιματικής αλλαγής και της οικολογικής υποβάθμισης.
- Η κατάρρευση των χρηματαγορών η οποία οδηγεί σε ραγδαία πτώση των δεικτών των χρηματιστηρίων..
- Η ανεργία. Η οικονομική κρίση, σε παγκόσμια κλίμακα, θέτει σε καθεστώς ευπρόσβλητης εργασίας το ήμισυ σχεδόν των εργατών, οι οποίοι βρίσκονται σε κίνδυνο απώλειας της εργασίας και συνεπώς σε κατάσταση εργασιακής ανασφάλειας.
- Μείωση του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος (ΑΕΠ) όπου έχουμε μείωση παραγωγής.
- Μείωση των άμεσων διεθνών επενδύσεων (FDI) και των διεθνών συναλλαγών. Ως αποτέλεσμα στην μείωση του κέρδους και την αύξηση του κόστους χρηματοδότησης κεφαλαίων, οι διοικήσεις αναθεωρούν τα επενδυτικά τους πλάνα για εξαγορές και συγχωνεύσεις στην παγκόσμια αγορά, μειώνοντας ή ακυρώνοντας ανάλογα σχέδια, πλήττοντας με αυτόν τον τρόπο τις οικονομίες όπου δραστηριοποιούνται και ιδιαίτερα τις αναπτυσσόμενες οικονομίες οι οποίες στηρίζουν σε μεγάλο βαθμό της ανάπτυξή τους σε αυτές τις επενδύσεις.
- Μείωση των επιτοκίων παρέμβασης από τους ρυθμιστικούς φορείς των κρατών. Η ανάγκη για αναθέρμανση της οικονομίας οδηγεί τους παρεμβατικούς φορείς σε μείωση των επιτοκίων χορηγήσεων, έτσι ώστε να μπορούν τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα να λαμβάνουν κεφάλαια από

κεντρικές τράπεζες με χαμηλότερο κόστος και να τα διοχετεύουν στην αγορά ως παραγωγικές επενδύσεις.

Οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στην ίδια την επιχείρηση είναι οι εξής:

- Μείωση του κύκλου εργασιών και της κερδοφορίας, με πολλαπλασιαστική επίδραση. Σε περιόδους ύφεσης εμφανίζεται συρρίκνωση των αγορών, η οποία έχει ως άμεσο αποτέλεσμα την αναβολή επενδυτικών πλάνων των επιχειρήσεων και την επιδίωξη κατακράτησης ρευστών διαθέσιμων και στοιχείων ενεργητικού. Η εξέλιξη αυτή έχει ως αποτέλεσμα τη συρρίκνωση του κύκλου εργασιών αλληλεξαρτώμενων επιχειρήσεων, τη μείωση των δικών τους επενδυτικών πλάνων και επιδείνωση της γενικής οικονομικής κατάστασης μέσω της μείωσης της ζήτησης και της περεταίρω συρρίκνωσης της αγοράς.
- Ταμειακή στενότητα και προβλήματα ρευστότητας, παρατηρείται ιδιαίτερα σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις οι οποίες δέχονται πιέσεις επιμήκυνσης της πίστωσης από τους πελάτες τους, ιδιαίτερα όταν οι τελευταίοι έχουν υψηλή διαπραγματευτική ισχύ. Συνακόλουθο πρόβλημα της έλλειψης ρευστότητας είναι η αύξηση του μεγέθους των βραχυχρόνιων υποχρεώσεων της επιχείρησης.
- Μείωση της δυνατότητας χρηματοδότησης από χρηματοπιστωτικούς φορείς. Τα πιστωτικά ιδρύματα δοκιμάζονται από τις επισφάλειες των χρηματοδοτήσεών τους, ενώ παράλληλα διατηρούν στάση αναμονής για τη διαφύλαξη της κεφαλαιακής τους επάρκειας, μειώνοντας στο ελάχιστο τις εκροές ρευστών διαθέσιμων για την εξυπηρέτηση των επιχειρήσεων.
- Μείωση της αξίας του ενεργητικού, επιχειρήσεων και οργανισμών εισηγμένων στα Χρηματιστήρια Αξιών. Η κατάρρευση της επενδυτικής εμπιστοσύνης στο χρηματοπιστωτικό σύστημα και η ραγδαία απαξίωση του θεσμού των χρηματιστηριακών συναλλαγών, οδηγεί σε κάθετη πτώση της αξίας των μετόχων των επιχειρήσεων και κατά συνέπεια την αμφίβολη επιβίωσή τους.
- Συρρίκνωση των επενδύσεων και αναστολή των επενδυτικών πλάνων ανάπτυξης. Η έλλειψη διαθέσιμων, η αρνητική οικονομική συγκυρία και η στάση στις επιχειρήσεις οι οποίες αναστέλλουν ή καταργούν επενδυτικά πλάνα ανάπτυξης, συμβάλλοντας με αυτό τον τρόπο στην επιδείνωση των γενεσιουργών παραγόντων της ύφεσης.

## 4.5 Αποτελέσματα οικονομικής κρίσης

Η οικονομική κρίση οδηγεί σε ανεργία, φτώχεια και επισφαλή εργασία.

Η ανεργία σχετίζεται με αύξηση της ημερήσιας κατανάλωσης αλκοόλ, αύξηση στις αυτοκτονίες, στην βία αλλά και μείωση των θανάτων από τροχαία κατά 1,4%.

Η φτώχεια σχετίζεται με την εμφάνιση των ασθενειών καθώς τα άτομα αναγκάζονται να βιώνουν σε υποβαθμισμένο περιβάλλον, να τρέφονται ανεπαρκώς και να εργάζονται σε επικίνδυνο και ανθυγιεινό περιβάλλον.

Η εργασία σχετίζεται με τις ιδιωτικές επιχειρήσεις οι οποίες έπαψαν να υλοποιούν επενδυτικά σχέδια.

## 4.6 Αντιμετώπιση οικονομικής κρίσης

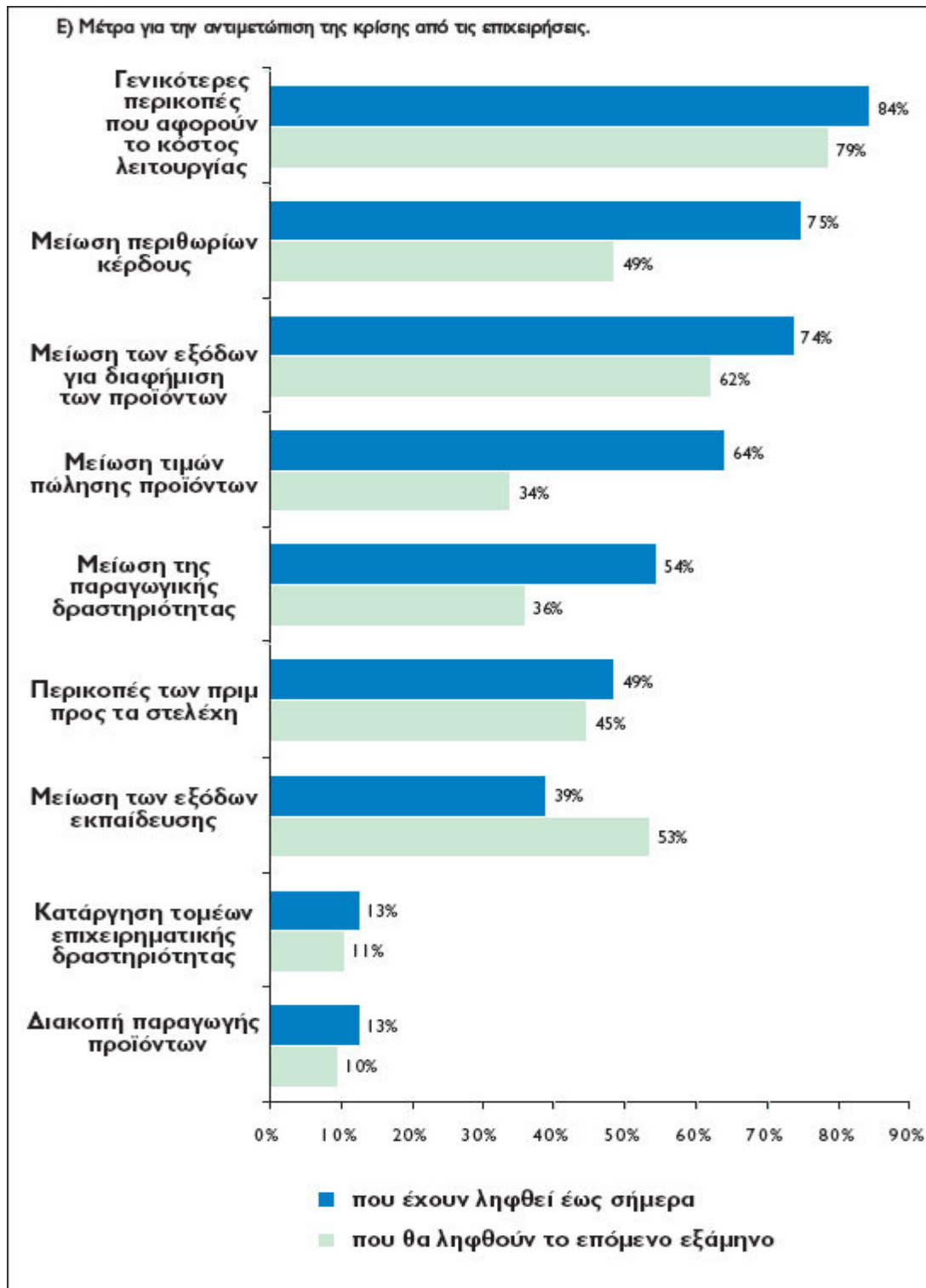
Η κρίση απαιτεί την νομισματική, δημοσιονομική πολιτική και το συντονισμό σε διεθνές επίπεδο.

Η νομισματική πολιτική αντιδράει με δύο τρόπους.

Χαλαρώνοντας τη στάση της μειώνοντας τα επιτόκια και παρέχοντας ρευστότητα στο σύστημα. Παράλληλα διατέθηκαν δισεκατομμύρια ευρώ, στερλίνες, γιεν και δολάρια από τις κεντρικές τράπεζες για την παροχή ρευστότητας στην διατραπεζική αγορά καθώς οι εμπορικές τράπεζες ήταν απρόθυμες να δανείσουν η μία στην άλλη. Η παρέμβαση των κυβερνήσεων μέσω της δημοσιονομικής πολιτικής ήταν απαραίτητη.

Διεθνείς οργανισμοί όπως ο ΟΟΣΑ και του ΔΝΤ συνέστησαν την στήριξη της οικονομίας μέσω υιοθέτησης δημοσιονομικών πακέτων ώστε η οικονομική πολιτική να δράσει αντικυκλικά στηρίζοντας την οικονομική δραστηριότητα. Τα δημοσιονομικά πακέτα περιλαμβάνουν εκτός από μέτρα διασφάλισης της σταθερότητας του χρηματοπιστωτικού συστήματος, μέτρα όπως η μείωση της φορολογίας ή η ενίσχυση των δημόσιων δαπανών για την τόνωση της εσωτερικής ζήτησης.

Σημαντικά μέτρα που έχουν ληφθεί έως σήμερα και μέτρα που θα ληφθούν στο επόμενο εξάμηνο παρουσιάζονται στο παρακάτω **Διάγραμμα 2.1**



Διάγραμμα 2.1

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

### 5.1 Εισαγωγή

Σύμφωνα με στατιστικές έρευνες του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου (GEM), η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα υπολείπεται σε σχέση με τον διεθνή περίγυρο. Προτιμάται η εξαρτημένη εργασία και όχι η αυτοαπασχόληση. Οι λόγοι που προκαλούν αποφυγή και αποστροφή της επιχειρηματικότητας είναι ο μεγάλος όγκος γραφειοκρατικών πράξεων, η αυξημένη φορολογική επιβάρυνση σε συνδυασμό με τον χαμηλό βαθμό προστασίας των επενδυτών και το μη ικανοποιητικό θεσμικό και οργανωτικό πλαίσιο για την ίδρυση μιας επιχείρησης.

Για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας θα πρέπει να βελτιωθεί το εκπαιδευτικό σύστημα και να διαμορφωθεί η οικονομική πολιτική που να ευνοεί την εξάσκηση αυτής της δραστηριότητας. Μερικοί τρόποι για να επιτευχθεί αυτή η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα πρέπει:

- Να αποδυναμωθεί η γραφειοκρατία
- Να δημιουργηθεί ένα κλίμα όπου επικρατεί ο ανταγωνισμός και η ελευθερία για να μπορέσει να ακμάσει το επιχειρηματικό πνεύμα.
- Να μειωθούν τα εμπόδια εισόδου νέων επιχειρηματιών στους διάφορους κλάδους της οικονομίας.
- Να θεσπιστεί ένα θεσμικό και ηθικό περιβάλλον που να επιβραβεύει την προσπάθεια του επιχειρηματία.

Ο φόβος της ελληνικής επιχειρηματικότητας είναι η αποτυχία η οποία ευθύνεται για τον έντονο προσανατολισμό των επιχειρήσεων προς τον τελικό καταναλωτή.

## 5.2 Παράγοντες Ελκυστικότητας Ανάληψης Επιχειρηματικής Δράσης

Καθοριστικός παράγοντας ελκυστικότητας επενδύσεων<sup>22</sup> είναι η οικονομική ελευθερία. Διευκρινίζεται, ότι με τον όρο αυτό, εννοείται το πόσο ανοιχτή είναι μια χώρα στις ξένες (και εγχώριες) επενδύσεις. Για περισσότερο από μια δεκαετία η Wall Street Journal και το Heritage Foundation από κοινού καταρτίζουν τους δείκτες οικονομικής ελευθερίας. Καθώς αποτελούν μια από τις πιο υπολογίσιμες στον τομέα τους δεξαμενές σκέψης για τους αμερικανούς και γενικά δυτικούς επενδυτές, επηρεάζουν άμεσα τις επιλογές και το ύψος των κεφαλαίων των επενδυτών.

Ως οικονομική ελευθερία ορίζουν ουσιαστικά τη διακριτική απουσία του κράτους, το οποίο παρεμβαίνει μόνο για να διατηρήσει την απόλυτη ελευθερία της κίνησης εργασίας, κεφαλαίων και αγαθών. («...σε μια οικονομικά ελεύθερη κοινωνία, τα άτομα είναι ελεύθερα να εργάζονται, να παράγουν, να καταναλώνουν και να επενδύουν όπως τους αρέσει, και το κράτος προστατεύει την ελευθερία αυτή»). Συνήθως σε χώρες με υψηλό βαθμό οικονομικής ελευθερίας υπάρχει υψηλότερο βιοτικό επίπεδο, μεγαλύτερο κατά-κεφαλή εισόδημα, ευκολότερη ζωή για τους πολίτες της χώρας, περισσότερες ατομικές ελευθερίες και σημαντική οικονομική ανάπτυξη, χωρίς όμως να υπάρχει τεκμηριωμένη αιτιώδης συνάφεια μεταξύ τους.

Η οικονομική ελευθερία μιας χώρας προκύπτει μέσα από δέκα επιμέρους δείκτες “ελευθερίας”. Οι δείκτες αυτοί είναι:

1. **Business Freedom** (Επιχειρηματική ελευθερία)
2. **Trade Freedom** (Εμπορική ελευθερία)
3. **Fiscal Freedom** (Φορολογική Ελευθερία)
4. **Government Spending** (Δημόσιες δαπάνες)
5. **Monetary Freedom** (Νομισματική ελευθερία)
6. **Investment Freedom** (Επενδυτική ελευθερία)
7. **Financial Freedom** (Χρηματοοικονομική ελευθερία)
8. **Property rights** (Δικαιώματα Ιδιοκτησίας)
9. **Freedom from Corruption** (Ελευθερία από την διαφθορά)
10. **Labor Freedom** (Εργασιακή ελευθερία)

---

<sup>22</sup> Ντόβας Δ. (2014) Εισαγωγή στην Επιχειρηματικότητα και την Καινοτομία σελ.4

### 5.3 Η Ελλάδα ως τόπος ανάληψης επιχειρηματικής δράσης

Η Ελλάδα με βάση την κατάταξη της ετήσιας έκθεσης 2011 του Heritage Foundation και της Wall Street Journal, στους δείκτες οικονομικής ελευθερίας που αποτελούν τον πλέον καθοριστικό παράγοντα ανάληψης επιχειρηματικής δράσης, καταλαμβάνει την 88<sup>η</sup> θέση επί συνόλου 183 χωρών και την τελευταία από τις χώρες της ευρωζώνης.

#### 1) **Business Freedom (επιχειρηματική ελευθερία)**

Το γενικό ρυθμιστικό πλαίσιο είναι ανεπαρκές και παρακωλύεται από την κρατική γραφειοκρατία. Σποραδικές προσπάθειες βελτίωσης του επιχειρηματικού περιβάλλοντος έχουν υπονομευτεί από τη γραφειοκρατία και τις ανεπαρκείς πολιτικές δεσμεύσεις που δεν υλοποιήθηκαν. Ο διογκωμένος δημόσιος τομέας λειτουργεί ανασταλτικά στην αύξηση της παραγωγικότητας.

#### 2) **Trade Freedom (εμπορική ελευθερία)**

Η εμπορική πολιτική της Ελλάδας είναι η ίδια με αυτήν άλλων μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το κοινό μέσο σταθμισμένο ποσοστό δασμών της ΕΕ ήταν 1.2% το 2009. Εντούτοις, η ΕΕ έχει υψηλούς ή κλιμακούμενους δασμούς στα γεωργικά και βιομηχανικά προϊόντα, και σύνθετους δασμολογικούς κώδικες. Τα μη δασμολογικά εμπόδια της Ελλάδας και της ΕΕ περιλαμβάνουν τις επιχορηγήσεις στις γεωργικές και μεταποιητικές επιχειρήσεις, τις ποσοστώσεις, τους περιορισμούς και τις απαγορεύσεις εισαγωγής ορισμένων αγαθών και υπηρεσιών, τους περιορισμούς πρόσβασης στην αγορά σε μερικούς τομείς των υπηρεσιών, τους αδιαφανείς και περιοριστικούς κανονισμούς και τα πρότυπα, και την ασυμβίβαστη ρυθμιστική και τελωνειακή διαχείριση μεταξύ των μελών της ΕΕ.

#### 3) **Fiscal Freedom (φορολογική ελευθερία)**

Η Ελλάδα έχει ένα σχετικά υψηλό συντελεστή φορολογίας εισοδήματος και ένα μέτριο συντελεστή φορολογίας εταιρειών. Ο ανώτατος συντελεστής φόρου εισοδήματος είναι 40 %, και ο ανώτατος συντελεστής φορολογίας εταιρειών είναι 24%, αφού μειώθηκε από 25 % το 2010. Άλλοι φόροι είναι ο Φ.Π.Α., ο φόρος κληρονομιάς και οι φόροι των τόκων. Το 2010 τα συνολικά φορολογικά έσοδα ως ποσοστό του ΑΕΠ ήταν 35.1 %

#### **4) Government Spending (Δημόσιες δαπάνες)**

Η δημόσια δαπάνη είναι υψηλή. Το 2010 οι συνολικές δημόσιες δαπάνες, συμπεριλαμβανομένης της κατανάλωσης και των μεταβιβαστικών πληρωμών αυξήθηκαν στο 46.8 % του ΑΕΠ.

#### **5) Monetary Freedom (Νομισματική ελευθερία)**

Η Ελλάδα είναι μέλος της ευρωζώνης. Μεταξύ 2007 και 2009, ο μέσος ετήσιος ρυθμός πληθωρισμού της Ελλάδας ήταν 2.2 %. Ως κράτος μέλος που συμμετέχει στη κοινή αγροτική πολιτική της Ε.Ε., η κυβέρνηση επιχορηγεί τη αγροτική παραγωγή, αλλοιώνοντας τις τιμές των αγροτικών προϊόντων. Μπορεί επίσης να επιβάλει ανώτατες τιμές λιανικής πώλησης στα φαρμακευτικά είδη, στις μεταφορές, και στην ενέργεια θέτοντας περιθώρια στους χονδρεμπόρους και τους λιανοπωλητές.

#### **6) Investment Freedom (Επενδυτική ελευθερία)**

Η Ελλάδα επίσημα θεωρεί ευπρόσδεκτες τις ξένες επενδύσεις, αλλά περιορίζει τις επενδύσεις σε μερικές υπηρεσίες κοινής ωφέλειας. Οι εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης φορείς που επενδύουν στις τράπεζες, στα μεταλλεία, στη ραδιοφωνία, στις θαλάσσιες και αέριες μεταφορές πρέπει να εξασφαλίσουν ειδικές άδειες. Η νομοθεσία και οι σχετικές διατάξεις είναι σύνθετες και η επιβολή τους είναι ανεπαρκής. Οι ιδιωτικές επενδύσεις στις επιχειρήσεις «στρατηγικής σημασίας» καλύπτεται κατά 20 % χωρίς έγκριση από το δημόσιο. Οι κάτοικοι και οι μη κάτοικοι μπορούν να διατηρούν λογαριασμούς σε συνάλλαγμα. Δεν υπάρχουν περιορισμοί ή έλεγχοι στις πληρωμές, στις συναλλαγές ακίνητων περιουσιών, στις μεταβιβάσεις κεφαλαίων ή στον επαναπατρισμό των κερδών. Περιορισμοί υπάρχουν στις αγορές γης στις παραμεθόριες περιοχές και σε ορισμένα νησιά λόγω των ζητημάτων εθνικής ασφάλειας.

#### **7) Financial Freedom (Χρηματοοικονομική ελευθερία)**

Υπάρχουν περισσότερο από 60 εγχώριες και ξένες τράπεζες μαζί με άλλους ειδικούς πιστωτικούς οργανισμούς. Οι ξένης ιδιοκτησίας τράπεζες είναι περίπου 11 % της αγοράς. Πέντε μεγάλοι εμπορικοί τραπεζικοί όμιλοι λειτουργούν καθαρά ως ιδιωτικές τράπεζες. Το κράτος ελέγχει άμεσα μια τράπεζα, ελέγχει έμμεσα μια άλλη και κατέχει περίπου το 30 % στο Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο. Οι κεφαλαιαγορές παρέχουν ένα ευρύ φάσμα χρηματοοικονομικών εργαλείων. Ένας συνδυασμός κρατικών εγγυήσεων και συμμετοχής στο μετοχικό κεφάλαιο έχει αυξήσει τις ροές στις χρηματαγορές.



## **8) Property rights (Δικαιώματα Ιδιοκτησίας)**

Ο δικαστικός τομέας τυπικά είναι ανεξάρτητος αλλά τείνει να αντανακλά τις κυβερνητικές ευαισθησίες. Η απαλλοτρίωση είναι απίθανη. Η έλλειψη ενός κτηματολογίου και τα πολλαπλά επίπεδα εξουσίας σχετικά με τις άδειες χρήσης γης και οριοθέτησής της αποτελούν τα σημαντικότερα αντικίνητρα στις επενδύσεις αγροτεμαχίων. Η επιβολή των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας δεν είναι αυστηρή.

## **9) Freedom from Corruption (Ελευθερία από την διαφθορά)**

Η διαφθορά γίνεται αντιληπτή σε σημαντικό βαθμό. Η Ελλάδα βρίσκεται στη 71η από τις 180 χώρες στο δείκτη διαφθοράς της Διεθνούς Διαφάνειας για το 2009, μια σημαντική πτώση από το 2008. Η δωροδοκία θεωρείται έγκλημα και ο νόμος προβλέπει αυστηρές ποινές για τους παραβάτες, αλλά η εφαρμογή και η επιβολή τους παραμένουν πολύ χαλαρές. Το πρόβλημα είναι οξύτερο στις προμήθειες του δημοσίου, όπου η πολιτική επιρροή, ο νεποτισμός και η ευνοιοκρατία θεωρούνται ευρέως ότι παίζουν τον σημαντικότερο ρόλο στην αξιολόγηση των προσφορών.

## **10) Labor Freedom (Εργασιακή ελευθερία)**

Οι σχετικές με την εργατική νομοθεσία διατάξεις είναι περιοριστικές και η ελληνική οικονομία στερείται της κινητικότητας εργασίας. Το μη μισθολογικό κόστος απασχόλησης ενός εργαζόμενου είναι υψηλό, και οι κανονισμοί σχετικά με τις ώρες εργασίας παραμένουν ανελαστικοί.

## **5.4 Η αναζήτηση της επιχειρηματικής ευκαιρίας**

Η επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει την υλοποίηση ευκαιριών, ακόμη κι αν αυτές δεν φαίνεται να διαθέτουν όλους τους αναγκαίους πόρους προς εκμετάλλευση. Ασφαλώς το επιχειρείν εμπεριέχει τον παράγοντα του ρίσκου αλλά συνήθως μελετάμε περιπτώσεις επιτυχημένων επιχειρήσεων.

Η αναζήτηση της επιχειρηματικής ευκαιρίας<sup>23</sup>-ιδέα και οι τρόποι υλοποίησής της αποτελούν τους δύο άξονες που απασχολούν τον εν δύναμη επιχειρηματία. Για να υπάρχει επιχειρηματικότητα, θα πρέπει να υπάρχουν οι επιχειρηματικές ευκαιρίες.

---

<sup>23</sup> Σημειώσεις Βιβλιοθήκης ΤΕΙ Κρήτης

<http://www.lib.teicrete.gr/webnotes/sdo/Epixeirimatikotita/notes3.pdf>

Η επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα είναι το τελευταίο καταφύγιο για όποιον δεν έχει άλλη απασχόληση. Εξαντλείται σε μικρές επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, με οικογενειακή χρηματοδότηση και με έντονο τον φόβο της αποτυχίας.

## 5.5 Η εισαγωγή των νέων στην επιχειρηματικότητα

Η Ελλάδα βρέθηκε με ένα μη παραγωγικό δημόσιο τομέα, ένα άνισο και αναποτελεσματικό σύστημα συλλογής φόρων, ένα μη βιώσιμο συνταξιοδοτικό σύστημα και ένα περιοριστικό και αναποτελεσματικό ρυθμιστικό πλαίσιο στην οικονομία, η ανταγωνιστικότητα της οποίας είναι χαμηλή και μειώνεται συνεχώς.

Η έλλειψη μεταρρυθμίσεων είναι ιδιαίτερα οδυνηρή για τη νέα γενιά. Μετά την ολοκλήρωση των σπουδών τους, οι νέοι αντιμετωπίζουν δυσκολίες κατά την είσοδό τους στην αγορά εργασίας, καθώς το περιοριστικό ρυθμιστικό πλαίσιο αποθαρρύνει τις επενδύσεις και τη δημιουργία θέσεων εργασίας. Όταν τελικά οι νέοι θα βρουν δουλειά, οι φόροι που θα τους επιβληθούν θα είναι υψηλοί ώστε να αποπληρωθεί το χρέος που συσσωρεύτηκε από προηγούμενες κυβερνήσεις, ενώ οι κοινωνικές εισφορές τους θα είναι αυξημένες ώστε να καλύπτουν τις γενναϊόδωρες συντάξεις. Αν η Ελλάδα δεν μεταρρυθμίσει άμεσα την οικονομία της υπάρχει κίνδυνος ένα μεγάλο μέρος της νέας γενιάς να μεταναστεύσουν στο εξωτερικό.

## 5.6 Εμπόδια στην επιχειρηματικότητα

1) Η ανάληψη επιχειρηματικής δράσης ως πολυπαραγοντικό πρόβλημα.

Αυτό που καθορίζει της επιχειρηματική δραστηριότητα είναι το πλαίσιο μέσα στο οποίο αναπτύσσεται το επιχειρείν. Οι παράγοντες που συνθέτουν αυτό το πλαίσιο είναι πολιτικοί, οικονομικοί, κοινωνικοί και πολιτιστικοί. Οι πιο συνηθισμένες «συνταγές»<sup>24</sup> για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας είναι κάποιες φορολογικές ελαφρύνσεις και κάποιες επιδοτήσεις ή ειδικά χρηματοδοτικά προγράμματα.

2) Ο ρόλος της γραφειοκρατίας

Στην Ελλάδα χρειάζονται 38 μέρες για να ιδρυθεί μια επιχείρηση. Υπολογίζονται ειδικές άδειες, πολεοδομία, επιμελητήρια κλπ. με όλη την περιπέτεια

<sup>24</sup> Ντόβας Δ. (2014) Εισαγωγή στην Επιχειρηματικότητα και την Καινοτομία σελ.54

που συνεπάγεται η σχέση με τις υπηρεσίες της Ελληνικής Δημόσιας Διοίκησης. Τυχόν φαινόμενα διαφθοράς είναι ακόμη ένας παράγοντας που κάνει τους όρους του επιχειρείν ασαφείς και συνεχώς μεταβαλλόμενους.

### 3) Η τραπεζική γραφειοκρατία

Η γραφειοκρατία δεν περιορίζεται στον δημόσιο τομέα. Οι τράπεζες δεν ανοίγουν εμπορικό λογαριασμό και δεν δίνουν μλοκ επιταγών ιδιαίτερα με το χάος που επικρατεί στην αγορά σε ότι αφορά τις μεταχρονολογημένες και ακάλυπτες επιταγές. Ο επιχειρηματίας δεν έχει ελπίδες χωρίς μεγάλα κεφάλαια ή σπίτι για να υποθηκεύσει στην τράπεζα.

### 4) Η κατοχύρωση των πνευματικών δικαιωμάτων

Στην Ελλάδα τίποτα δεν προστατεύει ένα νέο επιχειρηματία που έχει μια καλή επιχειρηματική ιδέα όπως γίνεται σε άλλες χώρες όπου υπάρχουν ειδικοί νόμοι για αυτό.

### 5) Η διαχείριση της επιχειρηματικής αποτυχίας

Αν κάποιος επιχειρηματίας αποτύχει, γιατί στο επιχειρείν πάντα υπάρχει αυτό το ενδεχόμενο, αυτό θα είναι το τέλος του.

### 6) Η δυνατότητα επέκτασης στη διεθνή αγορά

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

### 7) Το μη μισθολογικό κόστος της εργασίας.

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

## 5.7 Υπαρκτά προβλήματα επιχειρηματικότητας

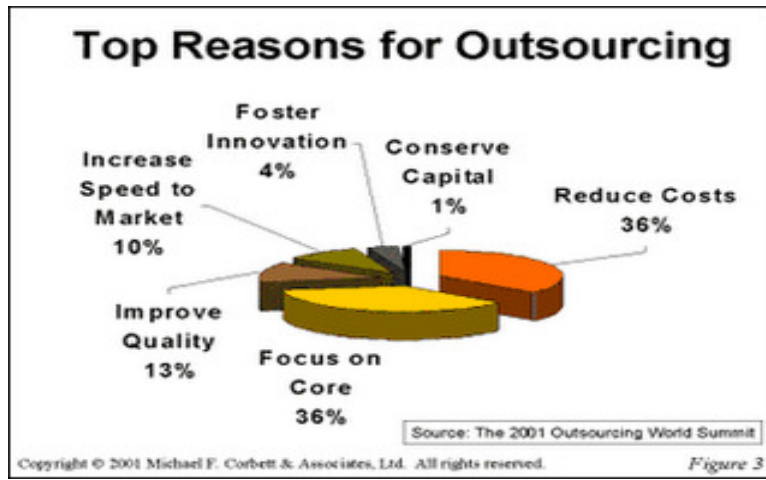
Στα προβλήματα της ελληνικής οικονομικής κρίσης είναι ο πλασματικός καταναλωτικός ευδαιμονισμός, πρόχειρες, μυωπικές και αποσπασματικές επιχειρηματικές επιλογές, η επιλεκτική εφαρμογή των νόμων, ο δημοσιονομικός εκτροχιασμός, η διαφθορά στο δημόσιο και ιδιωτικό τομέα, η αδυναμία ή/και αναβολή επίλυσης διαρθρωτικών προβλημάτων της οικονομίας, θα πρέπει να προστεθούν και οι συστηματικές αδυναμίες της ελληνικής επιχειρηματικότητας, που βασίζονται στην έλλειψη ανταγωνιστικών επιχειρήσεων στο διεθνή χώρο, εμπόδια και στρεβλώσεις που δεν διευκολύνουν τη διεξόδου στις διεθνείς αγορές, χρήση υψηλής τεχνολογίας και δομικές αδυναμίες στην παραγωγή, περιορισμένη συμμετοχή αποφοίτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης στη σύγχρονη επιχειρηματικότητα, περιορισμένες δαπάνες στην έρευνα για την καινοτομία.

## 5.8 Τα εργαλεία της επιχειρηματικότητας

Ο νέος επιχειρηματίας θα ξεκινήσει από την περιοχή του, προσδοκώντας την επιτυχία στην πόλη του, στην περιφέρειά του, στη χώρα του και αργότερα στη διεθνή αγορά. Οι χώρες της διεθνούς αγοράς που προτιμούν οι επιχειρηματίες είναι κυρίως η Κίνα, η Ινδία, τα Βαλκάνια (για τους Έλληνες επιχειρηματίες) και οπουδήποτε αλλού οι αμοιβές των εργαζομένων είναι χαμηλές. Οι μεγάλες πολυεθνικές φαίνεται να προσφεύγουν στο λεγόμενο outsourcing, στην Ασία και σε διάφορες πρώην σοβιετικές δημοκρατίες, εκεί που οι μισθοί είναι χαμηλοί, οι άνθρωποι πόροι εξαιρετικοί, οι τεχνολογικές γνώσεις εφάμιλλες και ο έλεγχος-χάρη στο Internet-ευκολότερος. Αυτό φαίνεται να είναι το διεθνές ανταγωνιστικό οικονομικό πλαίσιο, μέσα στο οποίο θα λειτουργήσει ο σύγχρονος επίδοξος επιχειρηματίας.

### **Τι εργαλεία χρειάζεται ο νέος επιχειρηματίας που ξεκινά μια επιχείρηση:**

Ο όρος Outsourcing χρησιμοποιείται για να περιγράψει σχεδόν οποιαδήποτε εταιρική δραστηριότητα η οποία ενδέχεται να περνάει στα χέρια κάποιου εξωτερικού συνεργάτη. Ο συνεργάτης αυτός είναι πιθανόν να αναλαμβάνει από ασήμαντες δραστηριότητες όπως το να διοικεί το κυλικείο της εν λόγω εταιρείας έως μεγάλης βαρύτητας αρμοδιότητες όπως την παροχή υπηρεσιών courier.



Η εμπειρία έχει δείξει ωστόσο ότι η συνηθέστερη πρακτική, σχετικά με το outsourcing, είναι η μεταβίβαση της διοίκησης των εγκαταστάσεων των Η/Υ των επιχειρήσεων σε έναν εξωτερικό πράκτορα με παράλληλη όμως μεταβίβαση του ειδικευόμενου προσωπικού που σχετίζεται με αυτή τη δραστηριότητα.

**Τα τρία κύρια πλεονεκτήματα του outsourcing<sup>25</sup> είναι τα εξής:**

Είναι συχνά πολύ φθηνότερο για μια εταιρεία να αναθέτει ειδικού προφίλ υπηρεσίες σε έναν εξωτερικό πράκτορα από το να τις αναλαμβάνει η ίδια. Οικονομίες κλίμακας μπορούν εύκολα να επιτευχθούν με αυτόν τον τρόπο από τις εν λόγω εταιρείες.

Ένας εξωτερικός πράκτορας μπορεί εύκολα να διατηρήσει στενή επαφή σχετικά με τις σημαντικότερες εξελίξεις στην ζώνη δράσης του. Αυτό είναι περισσότερο εφαρμόσιμο σε ειδικού τύπου υπηρεσίες όπως αυτές που σχετίζονται με τον τομέα της πληροφορικής.

Το outsourcing μπορεί εύκολα να αντικαταστήσει την μίσθωση μεγάλου σχετικά αριθμού υπαλλήλων πλήρους απασχόλησης, η οποία μπορεί να είναι υψηλού κόστους και ασύμφορη για την μικρομεσαία επιχείρηση.

Το outsourcing δεν αποτελεί νέο φαινόμενο. Για δεκαετίες οι επιχειρήσεις συνήθιζαν να εκχωρούν υπηρεσίες τους σε εξωτερικούς πράκτορες. Τέτοιες υπηρεσίες σχετίζονταν περισσότερο με την εκχώρηση διαφημιστικών δικαιωμάτων των επιχειρήσεων αυτών σε τρίτους. Τέτοιου είδους ενέργειες αποτελούσαν τη συνήθη πραγματικότητα για αναρίθμητη σειρά ετών. Η φύση του outsourcing έχει μεταβληθεί σημαντικά με την πάροδο των χρόνων. Στην σύγχρονη πραγματικότητα πλέον οι δύο συμβαλλόμενοι συνήθως μοιράζονται το ρίσκο και την ανταμοιβή της δραστηριότητας που έχει εκχωρηθεί στον εξωτερικό συνεργάτη.

<sup>25</sup> Ντόβας Δ. (2014) Εισαγωγή στην Επιχειρηματικότητα και την Καινοτομία σελ.64

## 5.9 Τα βασικά εργαλεία της επιχειρηματικότητας

Ο νέος επιχειρηματίας καταρχάς, πρέπει να γνωρίζει τα πλεονεκτήματα και τις αδυναμίες του, να θέσει στόχους, να έχει αποφασίσει ποια θα είναι η νομική μορφή της εταιρείας του, να γνωρίζει τους πιθανούς πελάτες και τους ανταγωνιστές του, να έχει επιλέξει τους συνεργάτες του (τουλάχιστον λογιστή και δικηγόρο για αρχή), να έχει ένα επιχειρηματικό σχέδιο, να γνωρίζει πώς θα χρηματοδοτήσει την επιχείρησή του, πώς θα την ασφαλίσει, ποιο είναι το κόστος έναρξης και λειτουργίας της, να γνωρίζει μερικά βασικά στοιχεία λογιστικής, χρηματοοικονομικής διαχείρισης και σχεδιασμού και να έχει κάποια επικοινωνιακή πολιτική.

### **Η γνώση χρηματοοικονομικών**

Η ανάληψη επιχειρηματικής δράσης προϋποθέτει τη χρήση κάποιων χρηματοοικονομικών εργαλείων, όπως: ο ισολογισμός, η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης, η κατάσταση ταμειακών ροών, ο προϋπολογισμός έναρξης, ο προϋπολογισμός λειτουργίας και διάφοροι βασικοί αριθμοδείκτες (ρευστότητας, δραστηριότητας, αποδοτικότητας και δαπανών λειτουργίας).

### **Η επιλογή της νομικής μορφής**

Υπάρχουν, επίσης, κάποια εργαλεία που αφορούν στη νομική μορφή της επιχείρησης (ατομική επιχείρηση, ομόρρυθμη, εταιρεία περιορισμένης ευθύνης, ανώνυμη εταιρεία), τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα καθεμίας, καθώς και κάποια στοιχεία που αφορούν στις διαδικασίες για την έναρξη επιτηδεύματος.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

### 6.1 Πηγές χρηματοδότησης και ενίσχυσης επιχειρήσεων

Οι τρόποι χρηματοδότησης και ενίσχυσης των επιχειρήσεων<sup>26</sup> είναι οι εξής:

**A) Χρηματοδοτική μίσθωση (leasing):** Είναι μία νομική σύμβαση μεταξύ δύο μερών, βάση της οποίας ο ιδιοκτήτης ενός περιουσιακού στοιχείου παραχωρεί σε κάποιον το αποκλειστικό δικαίωμα χρήσης του περιουσιακού αυτού στοιχείου, για μια συγκεκριμένη περίοδο και με περιοδική πληρωμή. Με τη λήξη του χρόνου μίσθωσης, ο μισθωτής μπορεί να ανανεώσει με χαμηλότερη μίσθωση, να εξαγοράσει το μισθωμένο περιουσιακό στοιχείο σε προκαθορισμένη τιμή, ή να επιστρέψει το περιουσιακό στοιχείο. Η έγκριση μιας σύμβασης μίσθωσης δημιουργεί και θέτει τα κριτήρια για την αξιολόγηση της ικανότητας του πελάτη-μισθωτή.

Οι κυριότερες κατηγορίες μισθώσεων είναι:

- η χρηματοδοτική μίσθωση
- η χρηματοδοτική μίσθωση με υπομίσθωση
- η συμμετοχική ή μοχλευμένη μίσθωση
- η μίσθωση Vendor
- η λειτουργική μίσθωση
- η πώληση και επαναμίσθωση

Τα περιουσιακά στοιχεία είναι κινητός εξοπλισμός ή επαγγελματική στέγη. Με αυτόν τον τρόπο, οι επιχειρηματίες αποκτούν καλές υποδομές για την άσκηση της δραστηριότητάς τους και συγχρόνως εκμεταλλεύονται όλα τα φορολογικά και λοιπά πλεονεκτήματα της χρηματοδοτικής μίσθωσης, χωρίς να δεσμεύουν σημαντικά ίδια κεφάλαια.

**B) Τραπεζικός δανεισμός:** Οι τράπεζες προσφέρουν προς τις επιχειρήσεις δύο μεγάλες κατηγορίες δανείων το κεφάλαιο κίνησης, το οποίο είναι είτε μικρής διάρκειας, είτε ανοιχτοί λογαριασμοί που αποσκοπούν την βελτίωση της ρευστότητας της επιχείρησης και τα μακροπρόθεσμα δάνεια που περιλαμβάνουν τα δάνεια εγκατάστασης που καλύπτουν την ανάγκη απόκτησης επαγγελματικής στέγης για την επιχείρηση και τα δάνεια επαγγελματικού εξοπλισμού τα οποία καλύπτουν τις

<sup>26</sup> Αναπτυξιακή Εταιρεία ETANAM A.E. (2003)

<http://www.serresbiz.com/312c/el/other/third/businessguide.pdf> σελ.50

ανάγκες εξοπλισμού. Το επιτόκιο αποπληρωμής του μακροπρόθεσμου δανείου σε σχέση με το κεφάλαιο κίνησης στις περισσότερες περιπτώσεις είναι χαμηλότερο. Όμως ο δανειολήπτης θα πρέπει να εξετάσει τις δυνατότητες χρηματοδότησης του δανείου με κυμαινόμενο ή σταθερό επιτόκιο ανάλογα με την εξέλιξη της οικονομίας, του πληθωρισμού και των επιτοκίων στη χώρα του πιστωτικού ιδρύματος από το οποίο λαμβάνει το δάνειο.

Η διαδικασία τραπεζικού δανεισμού έχει δύο βασικά χαρακτηριστικά:

- i. Οι τράπεζες παρέχουν δάνειο μόνο σε όσους κατέχουν κάποιο περιουσιακό στοιχείο το οποίο θα χρησιμοποιηθεί ως εγγύηση για την αποπληρωμή ολόκληρου ή μέρους του δανείου σε περίπτωση που ο δανειολήπτης δεν μπορεί να ανταπεξέλθει στις υποχρεώσεις του.

Επειδή αυτή η διαδικασία δεν αποδίδει πλέον αποτελέσματα κερδοφορίας στις τράπεζες (εξαιτίας των χρονοβόρων και δαπανηρών διαδικασιών δημοπράτησης των κατασχεμένων) αυτές αρχίζουν πλέον να δίνουν αυξανόμενη βαρύτητα στο επιχειρηματικό σχέδιο της προτεινόμενης προς χρηματοδότηση επιχειρηματικής προσπάθειας και λιγότερο στις υπάρχουσες εγγυήσεις.

- ii. Οι τράπεζες δεν δανείζουν σε όλους τους πελάτες τους με το ίδιο επιτόκιο αλλά ανάλογα με την πιστοληπτική ικανότητα του δανειοδοτούμενου. Μία σημαντική εξέλιξη στη δανειακή χρηματοδότηση μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων αποτελεί η δημιουργία του Τ.Ε.Μ.Π.Μ.Ε.

Το Τ.Ε.Μ.Π.Μ.Ε. Είναι ένας φορέας που λειτουργεί στη χώρα μας και έχει ως στόχο τη διευκόλυνση της πρόσβασης στο χρηματοπιστωτικό και χρηματοοικονομικό σύστημα των ελληνικών μικρών επιχειρήσεων, είναι το Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (Τ.Ε.Μ.Π.Μ.Ε. Α.Ε.). Επίσης, συμπληρώνει τα κενά, τις ανάγκες της ελληνικής αγοράς, ολοκληρώνει το υφιστάμενο σύστημα και καλύπτει μεγάλο μέρος των εμπορικών και οικονομικών κινδύνων.



Σκοπός του συστήματος είναι:

- ✚ Η ενθάρρυνση και η προτροπή κοινωνικο-οικονομικών ομάδων στο επιχειρείν και παράλληλα ο περιορισμός των συνεπειών από μια ενδεχόμενη αποτυχία.



Αυτό διασφαλίζεται με την απαλλαγή της προσημείωσης υποθήκης της μόνιμης και μοναδικής κατοικίας του επιχειρηματία διότι το Τ.Ε.Μ.Π.Μ.Ε. Α.Ε. του παρέχει εγγύηση.

- ✚ Η κάλυψη των οικονομικών αναγκών με χαμηλό κόστος, ενώ ταυτόχρονα περιορίζεται η τοκογλυφία και η παραοικονομία σε βάρος των μικρών επιχειρήσεων.
- ✚ Με σκοπό την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας και με τη δημιουργία καινοτόμων προϊόντων και την ανάπτυξη αντίστοιχων διαδικασιών παραγωγής, προωθείται η εταιρική και ερευνητική κουλτούρα και ενθαρρύνεται η αύξηση του μεγέθους και της εξωστρέφειας των μικρών επιχειρήσεων.
- ✚ Επιδιώκεται η αγορά επιχειρήσεων που έχουν δυσκολία στην πρόσβαση χρηματοδότησης και η υποστήριξη δραστηριοτήτων υψηλού κινδύνου. Μέχρι σήμερα το Τ.Ε.Μ.Π.Μ.Ε. Α.Ε. έχει συμβάσεις με δεκαπέντε εμπορικές τράπεζες οι οποίες είναι:

Αγροτική, Γενική, Εθνική, Εμπορική, EuroBank Εργασίας, Ελληνική, FBB, Κύπρου, Λαϊκή, Πειραιώς, Εγνατία, NovaBank, ProBank, AspisBank, OmegaBank.

**Γ) Τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capitals):** Συνιστούν έναν τρόπο χρηματοδότησης της ίδρυσης, της εξαγοράς ή της ανάπτυξης μιας εταιρείας, βάση του οποίου ο επενδυτής αποκτά τμήμα του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας ως αντάλλαγμα για την παροχή χρηματοδότησης. Η κεφαλαιακή ενίσχυση μιας εταιρείας είναι δυνατή τόσο σε αρχικό στάδιο (εκκίνηση) όσο και σε μεταγενέστερο (ανάπτυξη ή εξαγορά). Οι αποδόσεις στις οποίες αποβλέπουν οι εταιρείες venture capital, είναι ανάλογες του επιχειρηματικού κινδύνου που αναλαμβάνουν. Επιπλέον, το venture capital χρησιμοποιείται και στην περίπτωση μεταβίβασης της εταιρικής ιδιοκτησίας, είτε σε μετόχους μειοψηφίας, είτε σε ομάδες στελεχών των εταιρειών, προσφέροντας της απαιτούμενη χρηματοδότηση για την επίτευξη των επιχειρηματικών τους στόχων. Η χρηματοδότηση μέσω του venture capital, προσφέρει πλεονεκτήματα σε νέες επιχειρήσεις, καθώς αποτελεί μεσομακροπρόθεσμη μορφή χρηματοδότησης και δημιουργεί ισχυρή κεφαλαιακή βάση, για τη μελλοντική ανάπτυξη της επιχείρησης. Οι εταιρείες venture capital παρέχουν συμβουλές σε θέματα στρατηγικής, χρηματοοικονομικής διοίκησης, οργάνωσης, αλλά και σε εξειδικευμένα θέματα όπως η εισαγωγή στο χρηματιστήριο ή συγχωνεύσεις των επιχειρήσεων. Έχουν εκτεταμένα δίκτυα επαφών σε διάφορους κλάδους και δικά της κριτήρια επένδυσης βάσει των οποίων καθορίζει τη συμπεριφορά της προς τους επιχειρηματίες. Τα κριτήρια αυτά είναι:

- 1) χρηματοδότηση συγκεκριμένων κλάδων
- 2) χρηματοδότηση συγκεκριμένου τύπου χρηματοδότησης
- 3) χρηματοδότηση σε διαφορετικά στάδια ανάπτυξης μιας επιχείρησης

- 4) χρηματοδότηση επιχειρήσεων σε συγκεκριμένο γεωγραφικό χώρο
- 5) χρηματοδότηση με συγκεκριμένα ποσά επένδυσης
- 6) ενεργός συμμετοχή στη διοίκηση της εταιρείας ή όχι
- 7) διαφορετικές προσδοκίες απόδοσης ή ρευστοποίησης

**Γ) Οι θερμοκοιτίδες:** Είναι ένα εργαλείο οικονομικής ανάπτυξης, σχεδιασμένο για την ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων, η οποία παρέχει χρηματοδότηση, χώρους, εξοπλισμό (π.χ. εγκαταστάσεις, ηλεκτρονικούς υπολογιστές), υπηρεσίες γραμματειακής υποστήριξης, συμβουλευτικές υπηρεσίες και υποστήριξη (π.χ. σε νομικά θέματα) και δίκτυο επαφών (πελάτες και προμηθευτές). Η αποστολή της θερμοκοιτίδας είναι για να ενισχύσει τη νέα επιχείρηση ώστε αυτή να προχωρήσει στην αναζήτηση του venture capital και να πετύχει την πρώτη μεγάλη επένδυση, που θα της επιτρέψει να αναπτυχθεί και να επιβληθεί στην αγορά. Η θερμοκοιτίδα εξαργυρώνει την συμμετοχή του και αποκομίζει κέρδη από αυτή την επένδυση.

**Δ) Οι τεχνοβλαστοί:** Είναι νέες επιχειρήσεις που εκμεταλλεύονται την γνώση από άτομα υψηλής επιστημονικής και τεχνικής κατάρτισης, ή από ερευνητικούς και εκπαιδευτικούς οργανισμούς ή από ερευνητικά εργαστήρια με τη συνδρομή ιδιωτικών κεφαλαίων και χρηματοδοτικών οργανισμών. Με την ίδρυση των τεχνοβλαστών επιδιώκεται η εμπορική αξιοποίηση των ερευνητικών αποτελεσμάτων, η εντατικοποίηση της έρευνας και των δραστηριοτήτων στο εσωτερικό των επιχειρήσεων ή στη διεπιφάνεια των επιχειρήσεων- δημόσιων ερευνητικών φορέων, η υποστήριξη του παραγωγικού τομέα από τους δημόσιους ερευνητικούς και τεχνολογικούς φορείς μέσω της παροχής υπηρεσιών και τεχνολογίας, η επέκταση των συνεργασιών με επιχειρηματικούς και ερευνητικούς οργανισμούς στο εξωτερικό και η ένταξη σε διεθνή μόνιμα ή ειδικά δίκτυα συνεργασίας, η χρηματοδότηση συνεργασιών μεταξύ παραγωγικών και ερευνητικών φορέων, με στόχο την παραγωγή καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών.

Οι δικαιούχοι χρηματοδότησης για την ίδρυση τεχνοβλαστού είναι:

- φυσικά και νομικά πρόσωπα με πολύ καλές γνώσεις
- επιχειρήσεις που έχουν ιδρύσει οι ανωτέρω
- φορείς παραγωγής γνώσης
- εταιρείες που συμμετέχουν σε επιχειρηματικό κεφάλαιο και άλλοι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί

**Ε) Οι επιχειρηματικοί άγγελοι ή ανεπίσημοι επενδυτές:** Χαρακτηρίζονται οι ιδιώτες επενδυτές οι οποίοι αποφασίζουν να επενδύσουν απευθείας σε νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, που δεν έχουν τη δυνατότητα πρόσβασης σε οργανωμένες αγορές κεφαλαίου. Οι ανεπίσημοι επενδυτές τοποθετούν κεφάλαιο με αντάλλαγμα τη συμμετοχή τους στο μετοχικό κεφάλαιο της επιχείρησης και μπορούν να παρέχουν μια μορφή μακροπρόθεσμης χρηματοδότησης.

**Z) Τα δίκτυα ή οι συσπειρώσεις επιχειρήσεων:** αποτελούν γεωγραφικές συγκεντρώσεις επιχειρήσεων και άλλων οργανισμών από συγκεκριμένους κλάδους, συνδεδεμένων σε αλυσίδα προστιθέμενης αξίας. Αποτελούν κρίσιμη μάζα που δημιουργεί συνέργιες και εξωτερικές οικονομίες, γι' αυτό, εκτός από το ιδιωτικό όφελος των δικτυωμένων επιχειρήσεων προκύπτει κοινωνικό όφελος.

## 6.2 Η σημασία και ο ρόλος των ΜΜΕ στην οικονομία

Ο ρόλος των ΜΜΕ<sup>27</sup> σε κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο είναι σημαντικός για τον ελληνικό, ευρωπαϊκό και παγκόσμιο οικονομικό περιβάλλον. Οι ΜΜΕ απασχολούν ένα σημαντικό τμήμα του εργατικού δυναμικού και συμβάλλουν σε μεγάλο βαθμό στο συνολικό όγκο πωλήσεων εφόσον αποτελούν το 97% του συνολικού αριθμού επιχειρήσεων παγκοσμίως.

Σε περίοδο οικονομικής κρίσης-όπως συμβαίνει στην παρούσα συγκυρία-η αρνητική επιρροή των ΜΜΕ θα συμβάλλει αποφασιστικά στη συνολική κοινωνικοοικονομική κατάσταση. Η αξιοποίηση επιχειρηματικών ευκαιριών θα συμβάλλει στην άμβλυνση των αρνητικών συνεπειών των ΜΜΕ καθώς και στην αποκλιμάκωση της κρίσης.

Συνεπώς, σε κλάδους της οικονομίας που έχουν πληγεί σε μεγάλο βαθμό από την οικονομική κρίση, υπάρχουν επιχειρήσεις με υψηλές επιδόσεις και κινούνται αξιοποιώντας την κρίση μέσω του εντοπισμού επιχειρηματικών ευκαιριών.

Οι ΜΜΕ λόγω της δομής τους έχουν την δυνατότητα να περιορίζουν τη γραφειοκρατία και τα υψηλά κόστη, γι' αυτό και είναι πιο ευκολοπροσάρμοστες σε σχέση με μεγάλες εταιρείες σε περίοδο οικονομικής κρίσης. Ανακαλύπτουν και αξιοποιούν εύκολα μικρά τμήματα της αγοράς και εξαρτώνται σε μικρότερο βαθμό από τις μεγάλες επιχειρήσεις σε πιστώσεις τραπεζικού ή ομολογιακού χαρακτήρα.

Οι κοινωνίες χρειάζονται τις ΜΜΕ, προκειμένου να αναλαμβάνουν λειτουργίες και δραστηριότητες που οι πολυεθνικές εταιρείες δεν μπορούν λόγω της εμπλοκής του κόστους ευκαιρίας. Οι μικρότερες εταιρείες είναι αυτές που αναλαμβάνουν εξειδικευμένους ρόλους και έχουν να αντιμετωπίσουν μικρότερα εμπόδια εισόδου απ' ό,τι οι μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις.

Οι πολυεθνικές εταιρείες δημιουργούν κατάλληλες ευκαιρίες για πρόσβαση σε νέες αγορές και πόρους αποκτώντας νέες δεξιότητες και αναπτύσσοντας τη διεθνή ανταγωνιστικότητα. Συνεπώς παρατηρείται η ύπαρξη μιας αμφίδρομης κερδοφόρας

<sup>27</sup> Μπασδέκης Χαρ. (2013) <http://www.indeepanalysis.gr/?q=node/1676>

κατάστασης, διότι οι ΜΜΕ επωφελούνται από τις ευκαιρίες που παρέχονται από τις μεγάλες εταιρείες με τη δημιουργία εκατέρωθεν αμοιβαίων ωφελειών.

Οι ανταγωνιστικές πιέσεις ενθαρρύνουν κάποιες εταιρείες για τη μείωση των δαπανών τους μέσω της εξωτερικής ανάθεσης, προσθέτοντας λειτουργίες και δραστηριότητες προστιθέμενης αξίας σε μικρότερες εξειδικευμένες εταιρείες. Στο πλαίσιο ενός ολοκληρωμένου δικτύου, οι μικρότερες εταιρείες είναι ικανές προς περαιτέρω εξειδίκευση, επιτυγχάνοντας μεγαλύτερη μείωση του κόστους και έλεγχο ποιότητας με τους μεγάλους τους πελάτες, δημιουργώντας μια αμοιβαία εξάρτηση. Σε μια τέτοια περίπτωση επιτυγχάνεται μια υγιής και αμοιβαία επωφελής αλληλεξάρτηση συμβίωση.

## 5.2 Μία διαχρονική παρουσίαση της πορείας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα

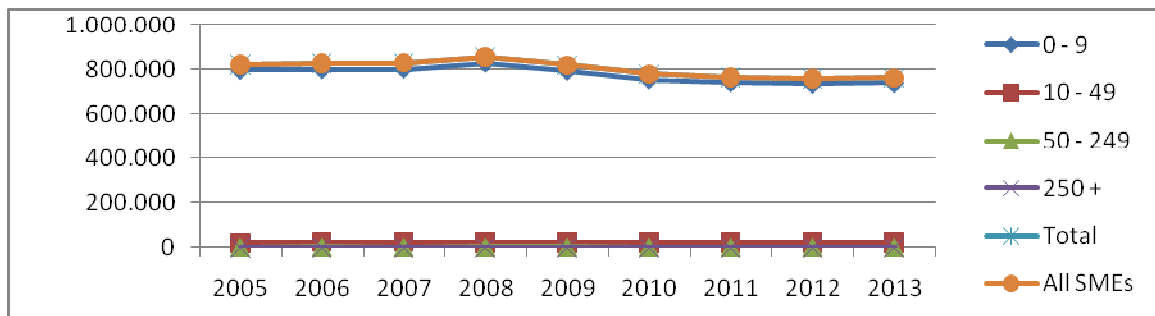
Αναλύοντας τα στοιχεία που δείχνουν τη διαχρονική πορεία<sup>28</sup> βασικών δεικτών που συνδέονται με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, όπως είναι ο αριθμός του απασχολούμενου προσωπικού, η πορεία του αριθμού των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην ελληνική οικονομία, ο συνολικός κύκλος εργασιών των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, καθώς και η προστιθέμενη αξία στο σύνολο της ελληνικής παραγωγικής δυναμικής της ελληνικής οικονομίας, από το **Διάγραμμα 6.1** που ακολουθεί εξάγεται το συμπέρασμα ότι οι πολύ μικρές (οικογενειακές) επιχειρήσεις αποτελούν διαχρονικά το συντριπτικό ποσοστό του συνόλου των ΜΜΕ.

Επίσης, ένα σημαντικό εξαγόμενο είναι ότι η φθίνουσα πορεία των τελευταίων ετών στη δραστηριοποίηση των πολύ μικρών επιχειρήσεων οδηγεί σε αντίστοιχη πτωτική πορεία του συνόλου των ελληνικών ΜΜΕ. Ο αριθμός των πολύ μικρών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, μειώθηκε κατά 11,1% τη χρονική περίοδο της οικονομικής κρίσης ( από 829 χιλ. το 2008 σε 736χιλ. το 2013) σχεδόν όσο και το σύνολο των ΜΜΕ (από 856χιλ. το 2008 σε 762χιλ. το 2013).

---

<sup>28</sup> Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων (2012) <http://www.imegsevee.gr/statistics/555-2012-10-23-10-15-20>

**Διάγραμμα 6.1: Εξέλιξη αριθμού ΜΜΕ στην Ελλάδα**

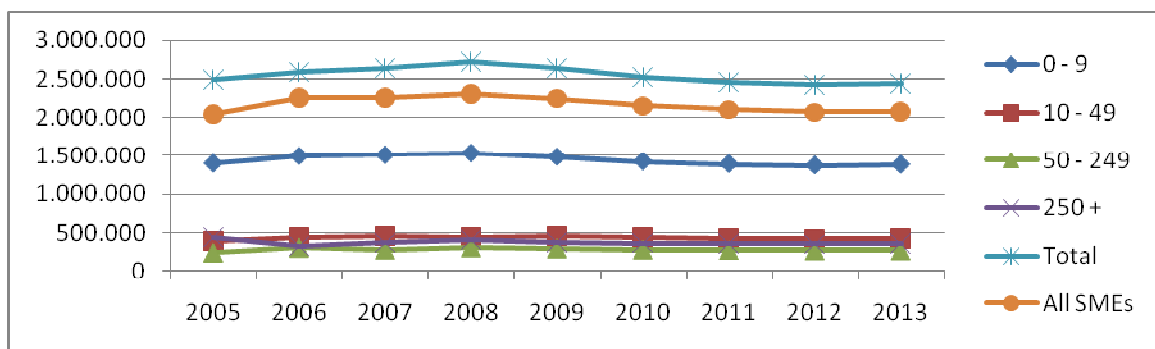


Πηγή: **Observatory of European SMEs, European Commission.**

Στις πολύ μικρές επιχειρήσεις οι απασχολούμενοι παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στην πορεία εξέλιξης του απασχολούμενου εργατικού δυναμικού. Στο **Διάγραμμα 6.2** παρουσιάζεται η εξέλιξη του εργατικού δυναμικού που απασχολείται στις ΜΜΕ στην Ελλάδα. Οι πολύ μικρές επιχειρήσεις απασχολούν το 67% του συνολικού απασχολούμενου προσωπικού στις ΜΜΕ και το 57% του εργατικού δυναμικού του ιδιωτικού τομέα. Η αύξηση της απασχόλησης και κατά συνέπεια η μείωση της ανεργίας στις πολύ μικρές επιχειρήσεις, θα συνδράμει αποφασιστικά στην αύξηση της συνολικής απασχόλησης.

Η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό το εργατικό δυναμικό των πολύ μικρών επιχειρήσεων, όπου η ποσοστιαία μείωση της απασχόλησής τους, ταυτίζεται, με την ποσοστιαία μείωση του συνόλου των ΜΜΕ και είναι της τάξης του 10%.

**Διάγραμμα 6.2: Εξέλιξη αριθμού απασχολουμένων στις ΜΜΕ στην Ελλάδα**

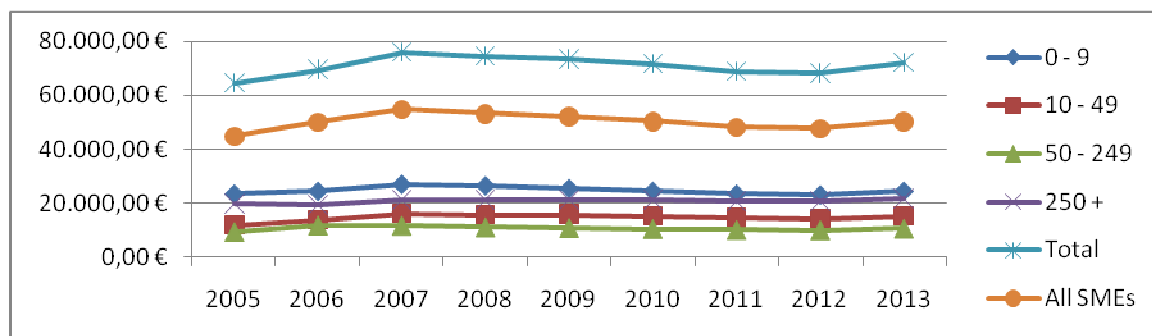


Πηγή: **Observatory of European SMEs, European Commission.**

Τα τελευταία χρόνια, η προστιθέμενη αξία των πολύ μικρών επιχειρήσεων ανέρχεται στα 25 εκατομμύρια ευρώ, έναντι 50 εκατομμύρια ευρώ όλων των ΜΜΕ και 71 εκατομμύρια ευρώ όλων των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην ελληνική οικονομία. Οι πολύ μικρές επιχειρήσεις συνεισφέρουν στο 48,5% της προστιθέμενης αξίας των ΜΜΕ και στο 34% του συνόλου των επιχειρήσεων του ιδιωτικού τομέα. Στο παρακάτω **Διάγραμμα 6.3** παρουσιάζεται η διαχρονική

συνεισφορά της κάθε κατηγορίας επιχειρήσεων στο ΑΕΠ μέσω της προστιθέμενης αξίας που δίνουν τα παραγόμενα προϊόντα και τις προσφερόμενες υπηρεσίες.

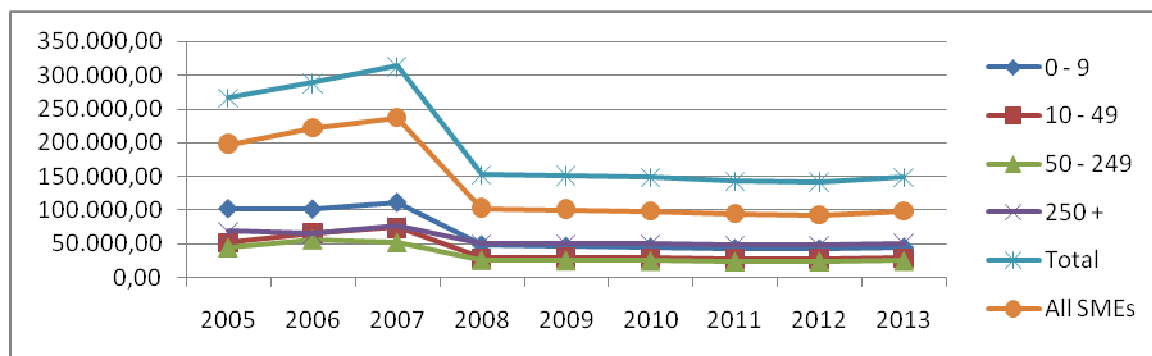
**Διάγραμμα 6.3: Εξέλιξη προστιθέμενης αξίας στις ΜΜΕ στην Ελλάδα**



Πηγή: **Observatory of European SMEs, European Commission.**

Στο παρακάτω **Διάγραμμα 6.4** παρουσιάζεται η φθίνουσα πορεία του κύκλου εργασιών των επιχειρήσεων και οι ανά κατηγορία επιχειρήσεις βάσει μεγέθους. Η πορεία αυτή, αναφέρεται στα έτη της κρίσης, δηλαδή από το 2008 έως και το 2013. Η σημασία αυτής της μείωσης των πωλήσεων των ΜΜΕ, έχει μεγάλη σημασία, διότι οι πολύ μικρές επιχειρήσεις υπερβαίνουν το σύνολο των πωλήσεων των μεγάλων επιχειρήσεων.

**Διάγραμμα 6.4: Εξέλιξη του κύκλου εργασιών στις ΜΜΕ στην Ελλάδα**



Πηγή: **Observatory of European SMEs, European Commission.**

### 5.3 Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις συμβάλλουν στην ανάπτυξη της οικονομικής δραστηριότητας ανά τομέα και δημιουργούν νέες θέσεις απασχόλησης.

Στην ελληνική οικονομία, οι τομείς του οικονομικού ενδιαφέροντος και της ουσιαστικής συνεισφοράς των ΜΜΕ στην απασχόληση και στον ΑΕΠ, είναι ο εμπορικός και ο κατασκευαστικός τομέας.

Στην οικονομική δραστηριότητα, οι βασικοί τομείς είναι:

- Ο κατασκευαστικός τομέας.
- Ο τομέας εξόρυξης.
- Ο τομέας τροφίμων και ποτών.
- Ο τομέας των μεταφορών και των logistics.
- Οι υπηρεσίες διοίκησης και οι υπηρεσίες εκπαίδευσης και επιστημονικής έρευνας.
- Οι τηλεπικοινωνίες.
- Ο ηλεκτρισμός και άλλες πηγές ενέργειας.
- Ο τομέας των υπηρεσιών στέγασης και real estate.
- Οι υπηρεσίες χονδρεμπορίου και λιανικού εμπορίου.

Οι βασικοί τομείς στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι:

- Ο κατασκευαστικός τομέας.
- Ο βιομηχανικός τομέας.
- Ο τομέας του εμπορίου.
- Οι υπηρεσίες εκπαίδευσης και επιστημονικής έρευνας.

**Πίνακας 6.4: Κύριοι τομείς οικονομικής επιρροής των ΜΜΕ στην Ελλάδα (2013)**

<b>Συνολικός Αριθμός ΜΜΕ</b>	<b>762.280</b>
Κατασκευές	13%
Εμπόριο	37%
Βιομηχανίες	10%
Εκπαίδευση	18%
<b>Συνολικός Αριθμός Εργαζομένων στις ΜΜΕ</b>	<b>2.080.433</b>
Κατασκευές	11%
Εμπόριο	39%
Βιομηχανίες	14,5%
Εκπαίδευση	13,5%
<b>Συνολική Προστιθέμενη Αξία ΜΜΕ</b>	<b>€50,3 εκατομμύρια</b>
Κατασκευές	7%
Εμπόριο	40%
Βιομηχανίες	22%
Εκπαίδευση	12%
<b>Σύνολο Κύκλου Εργασιών στις ΜΜΕ</b>	<b>€97,8 εκατομμύρια</b>
Κατασκευές	14%
Εμπόριο	32,5%
Βιομηχανίες	29,5%
Εκπαίδευση	10%

Πηγή: **Observatory of European SMEs, European Commission.**

Στον παραπάνω **πίνακα 6.4** παρατηρούμε ότι οι τομείς της βιομηχανίας, κατασκευών, έρευνας, εκπαίδευσης και εμπορίου αποτελούν το 78% του συνολικού αριθμού των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Στις επιχειρήσεις αυτών των τομέων, απασχολείται το 78% του συνολικού εργατικού δυναμικού των ΜΜΕ. Υπάρχει μία σημαντική επιρροή των τομέων του εμπορίου, του κατασκευαστικού τομέα στη συνεισφορά στο ΑΕΠ, η υπηρεσία εκπαίδευσης και έρευνας καθώς και των βιομηχανιών, διότι η προστιθέμενη αξία ξεπερνάει το 80% του συνόλου της



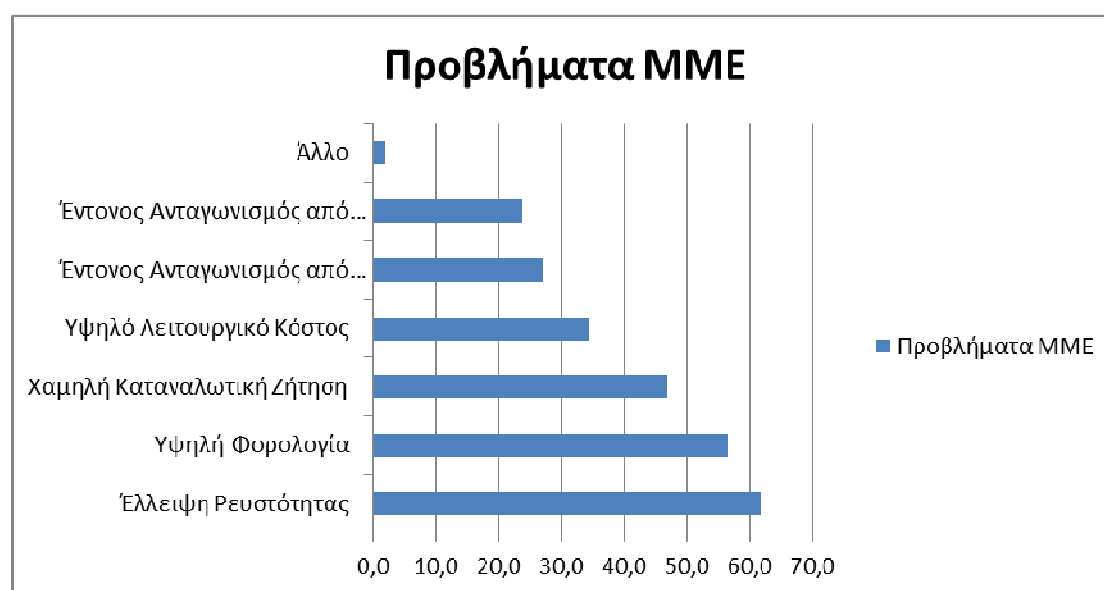
προστιθέμενης αξίας των ΜΜΕ. Οι πωλήσεις των επιχειρήσεων των τεσσάρων κλάδων, αντιστοιχούν στο 86% των συνολικών πωλήσεων των ΜΜΕ.

#### 5.4 Η ανάγκη στήριξης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων

Σε μία οικονομική κρίση, μεγαλύτερο πρόβλημα αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Οι ΜΜΕ επηρεάζονται σε σχέση με το μέγεθος της οικονομικής κρίσης, λόγω των περιορισμένων οικονομικών πόρων τους και της κύριας εξάρτησης από τον τραπεζικό δανεισμό. Αναγκάζονται να καταβάλουν υψηλότερα επιτόκια από τις μεγάλες επιχειρήσεις. Οι ΜΜΕ προκειμένου να μπορούν να συνεχίσουν την δραστηριοποίησή τους, θα πρέπει να λαμβάνονται πολιτικές αποτελεσματικής στήριξης<sup>29</sup>.

Τα σημαντικότερα προβλήματα της ελληνικής οικονομίας, είναι το ασταθές φορολογικό σύστημα και η γραφειοκρατία. Τα προβλήματα στη λειτουργία των ΜΜΕ, είναι η έλλειψη ρευστότητας, η χαμηλή καταναλωτική ζήτηση και η υψηλή φορολογία. Οι περισσότερες επιχειρήσεις έχουν λίγη έως καθόλου ενημέρωση για τα προγράμματα ενίσχυσης ρευστότητας στην αγορά. Πολλές επιχειρήσεις έχουν κάνει σημαντικές αλλαγές στην οργάνωση και στη λειτουργία τους, λόγω της παρούσας οικονομικής συγκυρίας. Οι αλλαγές αυτές, αφορούσαν μείωση προσωπικού και δραστηριοτήτων.

**Διάγραμμα 6.5: Τα σημαντικότερα προβλήματα στη λειτουργία των ΜΜΕ**



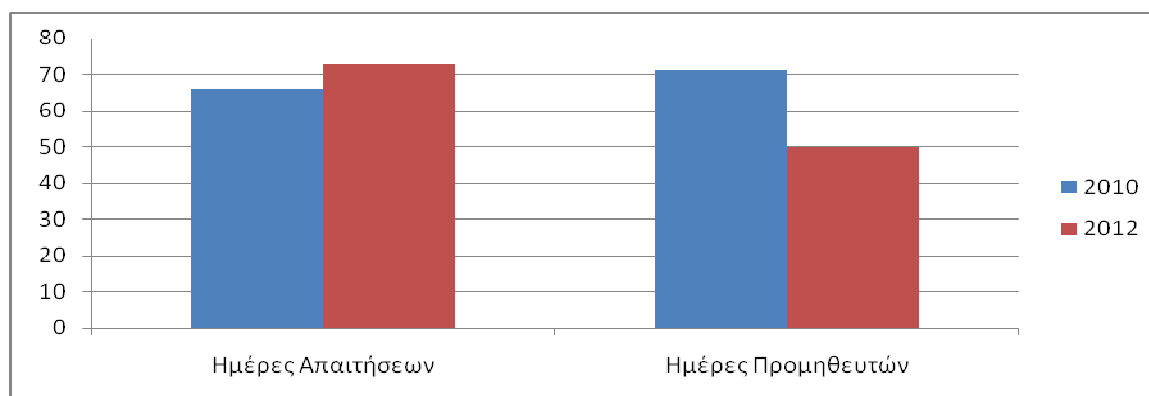
<sup>29</sup> Αναπτυξιακή Εταιρεία ETANAM A.E. (2003)

<http://www.serresbiz.com/312c/el/other/third/businessguide.pdf> σελ.62

Πηγή: Ε.Σ.Ε.Ε (Ιανουάριος 2013)

Οι μικρές και μεσαίες εμπορικές επιχειρήσεις της Ελλάδας, αντιμετωπίζουν έναν αριθμό κρίσιμων και σημαντικών προβλημάτων. Όπως βλέπουμε στο παραπάνω **Διάγραμμα 6.5** τα κυριότερα προβλήματα που αναδείχθηκαν, είναι η έλλειψη ρευστότητας (61,6%), η υψηλή φορολογία (56,4%), η χαμηλή καταναλωτική ζήτηση (46,8%), το υψηλό κόστος (34,5%), ο έντονος ανταγωνισμός από φθηνότερα εισαγόμενα προϊόντα (26,9%) και ο έντονος ανταγωνισμός από μεγαλύτερες επιχειρήσεις (23%).

**Διάγραμμα 6.6: Αποτύπωση του προβλήματος ρευστότητας των ΜΜΕ**



Πηγή: ΕΤΕ (Μάρτιος 2013)

Το 2010, ο χρόνος εισπράξεων και πληρωμών, είναι ισορροπημένος με μια διαφορά 5 ημερών υπέρ της εισπράξης των απαιτήσεων. Αυτό έχει ως θετικό στοιχείο ότι τα κεφάλαια των προμηθευτών αποπληρώνονταν σε μεταγενέστερο χρόνο σε σχέση με τη χρονική περίοδο εισπράξης των απαιτήσεων και χρησιμοποιούν ως κεφάλαιο κίνησης.

Αντιθέτως, το 2012 λόγω της έντασης της κρίσης και ο φόβος μη αποπληρωμής των υποχρεώσεων, ώθησαν τους προμηθευτές να ζητούν προκαταβολικές πληρωμές ή αποπληρωμές σε εύλογο χρονικό διάστημα σύμφωνα με τις συμβάσεις.

Σύμφωνα με το παραπάνω **Διάγραμμα 6.6** η έλλειψη ρευστότητας αποτελεί έντονο πρόβλημα (το 40%) των ΜΜΕ. Το 75% έχει συνάψει δάνειο και από αυτό το τμήμα το 30% έχει πρόβλημα υπερδανεισμού. Μέσα σε ένα έτος, το ποσοστό του υπερδανεισμού των ΜΜΕ αυξήθηκε σημαντικά σε σχέση με το 2012, με ποσοστό 25%. Υπάρχει μεγάλη δυσκολία στη πρόσβαση σε δανειακά κεφάλαια και μία γενικότερη δυσκολία πρόσβασης σε χρηματοδότηση, που είναι το πιεστικό πρόβλημα των ΜΜΕ.

Οι παράγοντες αυτοί θέτουν σε κίνδυνο την ανταγωνιστικότητα και την βιωσιμότητα των ΜΜΕ. Η Ελλάδα υπολείπεται σε συστήματα αδειοδότησης από την Ε.Ε., με αποτέλεσμα την επιβάρυνση της αποτελεσματικής επικοινωνίας και την δυσκολία των κανόνων και των διαδικασιών. Ένας νόμος του 2012, βοήθησε στη

βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, διότι κατάφερε στη διαδικασία ταχείας ίδρυσης μιας επιχείρησης και θέσπισε την ιδιωτική κεφαλαιουχική εταιρεία, ως μια νέα εταιρική μορφή με σκοπό τη διευκόλυνση της επιχειρηματικότητας, ιδιαίτερα για τις ΜΜΕ.

## 5.5 Οι δυσκολίες χρηματοδότησης των ΜΜΕ στην παρούσα οικονομική ύφεση

Μία έρευνα της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, αναγνωρίζει ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ευρωζώνη, αντιμετωπίζουν δυσκολίες για την εξασφάλιση τραπεζικής χρηματοδότησης<sup>30</sup>.

Στον ζωτικό τομέα της χρηματοδότησης, η Ελλάδα εμφανίζει την χαμηλότερη επίδοση στην Ε.Ε. Σχεδόν οι μισές από τις επιχειρήσεις της Ελλάδας, που συμμετείχαν στην έρευνα, αναφέρουν επιδείνωση των συνθηκών ως προς την εξασφάλιση τραπεζικού δανεισμού. Το 29% των αιτήσεων για χορήγηση δανείων που υποβάλλουν οι ελληνικές ΜΜΕ, απορρίπτονται εξαιτίας της απροθυμίας των τραπεζών (μέσος όρος της Ε.Ε. 15%).

Ο συνολικός χρόνος που απαιτείται μέχρι την ημέρα καταβολής της πληρωμής, είναι υπερδιπλάσιος του μέσου όρου της Ε.Ε. (113 ημέρες έναντι 53). Οι επενδύσεις σε κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου, αντιστοιχούν στο 1/10 του μέσου όρου, ενώ οι πληρωμές που δεν πραγματοποιήθηκαν αντιστοιχούν στο 4,9% του συνόλου (μέσος όρος της Ε.Ε. 2,9%)

Με την υποστήριξη μηχανισμών της Ε.Ε., οι δημόσιες αρχές έλαβαν σημαντικά μέτρα, σε επίπεδο πολιτικής, για την βελτίωση της κατάστασης. Τον Φεβρουάριο του 2011, το Υπουργείο Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας, έθεσε σε εφαρμογή το πρόγραμμα JEREMIE, το οποίο αναφέρεται στους κοινούς ευρωπαϊκούς πόρους για τις πολύ μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, με σκοπό την υποστήριξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.



<sup>30</sup> Αναπτυξιακή Εταιρεία ETANAM A.E. (2003)

<http://www.serresbiz.com/312c/el/other/third/businessguide.pdf> σελ.46

Το πρόγραμμα JEREMIE περιλαμβάνει μία σειρά από μέτρα, όπως είναι η χρηματοδότηση δανείων με κίνδυνο σε χαμηλά επιτόκια και η παροχή εγγυήσεων για δάνεια και υποστήριξη των επενδύσεων σε κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου.

Τον Νοέμβριο του 2011, δρομολογήθηκε το πρόγραμμα μικρών χρηματοδοτήσεων, που αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο στο πλαίσιο του JEREMIE. Η χρηματοδότηση καλύπτει μόνο περιουσιακά στοιχεία και όχι δαπάνες όπως ασφαλιστικές εισφορές, μισθούς και έξοδα.

Ο στόχος του προγράμματος, είναι να παρέχει επιδοτήσεις επιτοκίου για δάνεια χαμηλού κεφαλαίου, που αποσκοπούν να καλύψουν τις ανάγκες επιχειρήσεων. Το πρόγραμμα καλύπτει το 50% των τόκων, που έχουν παραχθεί από τα δάνεια.

Το Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης<sup>31</sup> (ETEAN), για να βελτιώσει τη χρηματοδότηση των ΜΜΕ και των καινοτόμων επιχειρήσεων, παρέχει μέσα χρηματοοικονομικής τεχνικής. Το ΕΤΕΑΝ συνεργάζεται από κοινού με τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, για την χορήγηση χαμηλότοκων δανείων σε ΜΜΕ και τους παρέχει εγγυήσεις δανείων μέσω των ίδιων κεφαλαίων.



## 5.6 Ο εξωστρεφής χαρακτήρας των ΜΜΕ

Ένα σημαντικό πλεονέκτημα των μεσαίων επιχειρήσεων σε σχέση με τις μικρές επιχειρήσεις, είναι η δυνατότητα της επιτυχούς δραστηριοποίησής τους στο εξωτερικό, καθώς το 42% από αυτές εξάγει, έναντι 17% των μικρών. Οι μεσαίες επιχειρήσεις προσεγγίζουν τις αγορές του εξωτερικού, κυρίως μέσω εμπορικών αντιπροσώπων και εισαγωγέων (34%), ενώ οι μικρές επιχειρήσεις έχουν ως κύριο τρόπο πωλήσεων στο εξωτερικό, το διαδίκτυο (45%).

<sup>31</sup> Γενική Γραμματεία Επενδύσεων (ΕΣΠΑ 2007-2013) [http://www.ggea.gr/ap/stirixi\\_me.htm](http://www.ggea.gr/ap/stirixi_me.htm)

Οι ΜΜΕ λόγω του προβλήματος που αντιμετωπίζουν, για πρόσβαση στα κανάλια διανομής, χρησιμοποιούν το διαδίκτυο ως κύριο τρόπο πωλήσεών τους στο εξωτερικό. Έτσι, το μέγεθος της επιχείρησης, αποτελεί σημαντικό προσδιοριστικό για την εξωστρέφειά της.

Οι δημοφιλέστερες αγορές για τις εξαγωγές των ΜΜΕ είναι:

- 1) ΝΑ Ευρώπη και Βαλκάνια (Βουλγαρία, Κύπρος) με 64%, λόγω του χαμηλού ανταγωνισμού.
- 2) Δυτική Ευρώπη (Γερμανία, Ιταλία) με 46%. Από αυτές τις χώρες επωφελούνται σημαντικά από τις εξαγωγές. Βέβαια, το 50% των επιχειρήσεων βρίσκεται σε φάση ανάπτυξης.

Οι ΜΜΕ ξεκινούν τις εξαγωγικές δραστηριότητες, από τις χώρες της ΝΑ Ευρώπης, λόγω του χαμηλού ανταγωνισμού στις αγορές και μετά συνεχίζουν στις πιο αναπτυγμένες αγορές, στην Δυτική Ευρώπη.

Σύμφωνα με έρευνες του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου (GEM), το 1/3 των εξωστρεφών ΜΜΕ δεν εξάγει με δική του πρωτοβουλία, σύμφωνα με συγκεκριμένο στρατηγικό σχεδιασμό, αλλά μετά από προσέγγιση από πελάτες του εξωτερικού. Το στοιχείο αυτό, δείχνει ότι υπάρχουν σημαντικά περιθώρια για διείσδυση των ελληνικών προϊόντων στο εξωτερικό, κυρίως στην Δυτική Ευρώπη, σε περίπτωση που οι ελληνικές ΜΜΕ ακολουθήσουν μια πιο ενεργητική εξωστρεφή πολιτική στο μέλλον.

Τα σημαντικότερα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι εξωστρεφείς ΜΜΕ στη διαδικασία εξαγωγών, είναι η γραφειοκρατία, τα τελωνεία και η έλλειψη ενημέρωσης, είτε για τις απαιτούμενες διαδικασίες εξαγωγών, είτε για τις αγορές προορισμού.

Στο πλαίσιο της Εθνικής Στρατηγικής Εξαγωγών, βρίσκονται τα προβλήματα για την επίλυσή τους, μέσω πολιτικών πρωτοβουλιών.

## **6.8 Η έξοδος από την κρίση**

Η οικονομική κρίση επηρεάζει όλες τις επιχειρήσεις, αλλά πιο ευάλωτες είναι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, λόγω της μικρής κεφαλαιακής τους επάρκειας, το μικρό μερίδιο αγοράς, τη δυσκολία στη χρηματοδότηση, την ανεπάρκεια δικτύων διανομής και εξαγωγών και την έλλειψη κεφαλαίων για διαφήμιση και προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών.

Οι επιχειρήσεις μπορούν να εκμεταλλευτούν ευκαιρίες και στρατηγικές που εμφανίζονται σε περίοδο οικονομικής ύφεσης, για να επιβιώσουν ή να αναπτυχθούν.

Το σημαντικότερο στοιχείο είναι ο ανταγωνισμός. Οι ΜΜΕ πρέπει να αναπτύξουν τις στρατηγικές τους και τα μέτρα για την ανάπτυξη και βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς τους, ιδιαίτερα σήμερα, που η Ελλάδα εντάχθηκε στην Ε.Ε., διότι έχει αναπτυχθεί η τεχνολογία και πρέπει η Ελλάδα να ανταπεξέλθει στις ανάγκες της διεθνούς ανταγωνιστικότητας, όπως, επίσης, θα πρέπει να παρατηρήσουν τον τρόπο προσέγγισης νέων αγορών αλλά και στην ευκολία διείσδυσής τους σε αυτές.

Επίσης, οι ΜΜΕ θα πρέπει να επικεντρωθούν στα ακόλουθα πεδία για να καταφέρουν να αντιμετωπίσουν την οικονομική κρίση.

### **1. Ανάπτυξη και έρευνα**

Η κυρίαρχη δύναμη για την προώθηση της οικονομικής παγκοσμιοποίησης και για την επιβίωση στην κρίση, είναι η τεχνολογία. Οι μεγάλες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν λιγότερα προβλήματα από τις ΜΜΕ για την απόκτηση και χρήση τεχνολογίας, τεχνογνωσίας για οικονομικούς λόγους. Οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν πιο εύκολα τα μειονεκτήματά τους σε γνωστικό και τεχνολογικό επίπεδο διότι έχουν τη δυνατότητα να προβούν σε ανταλλαγές γνώσης και τεχνολογίας, με την αντιγραφή των καλών πρακτικών άλλων επιχειρήσεων.

Τα μέτρα που πρέπει να λάβουν οι ΜΜΕ για να αντιμετωπίσουν το υψηλό κόστος χρηματοδότησης της τεχνολογίας είναι τα ακόλουθα:

Α) Η συνεργασία επιχειρήσεων θα μπορούσε να επεκταθεί εκτός της έρευνας και ανάπτυξης νέας τεχνολογίας και σε άλλους τομείς, όπως στη μείωση του κόστους παραγωγής και προμήθειας πρώτων υλών, την διεύρυνση και συμπλήρωση της γραμμής παραγωγής την πρόσβαση, την εύκολη πρόσβαση σε πηγές χρηματοδότησης και στην ταχύτερη διείσδυση και προώθηση σε νέες αγορές παγκοσμίως.

Β) Για να βελτιώσουν το κέρδος, θα πρέπει να αναπτύξουν μέσω έρευνας και ανάπτυξης νέα ή βελτιωμένα προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας, σε συνεργασία με ιδρύματα της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και ερευνητικά κέντρα.

Γ) Για την μείωση του κόστους θα πρέπει να υπάρχει μια πρόσκαιρη ή συνεχής συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις, εντός ή εκτός της χώρας που έχουν σκοπό τη δημιουργία κοινοπραξιών με κοινό τεχνολογικό προσανατολισμό.

## **2. Χρήση διαδικτύου, IT και ηλεκτρονικού εμπορίου**

Η σημασία των τεχνολογιών, των πληροφοριακών συστημάτων και των νέων ηλεκτρονικών μέσων μπορούν να βοηθήσουν τις ΜΜΕ, να αντεπεξέλθουν στα οικονομικά προβλήματα ακολουθώντας τους παρακάτω στόχους:

- αύξηση του μεγέθους της αγοράς που δραστηριοποιείται η επιχείρηση
- αύξηση των συναλλαγών και των πωλήσεων (αύξηση του μεριδίου αγοράς)
- μείωση του περιορισμού που προκύπτει από τη γεωγραφική θέση
- μείωση του κόστους των συναλλαγών
- μεγαλύτερη ευελιξία
- αύξηση της ταχύτητας των συναλλαγών και της αναβάθμισης της επικοινωνίας με την αγορά και τους προμηθευτές
- άμεση παρακολούθηση των ανταγωνιστικών προϊόντων
- απευθείας και άμεση συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις
- διαφήμιση, προώθηση και δημιουργία ονόματος

## **3. Καινοτομία**

Η καινοτομία μπορεί να βοηθήσει την επιχείρηση, στην μείωση του κόστους παραγωγής, στη βελτίωση της παρεχόμενης υπηρεσίας ή παραγόμενου προϊόντος και στη βελτίωση ή αλλαγή της παραγωγικής διαδικασίας. Η καινοτομία είναι ένα βασικό στοιχείο για την επιτυχία μιας επιχείρησης ανεξαρτήτως της οικονομικής κατάστασης. Βέβαια κρίνεται αρκετά απαραίτητη η παραγωγή και διάθεση καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών σε περίοδο ύφεσης.

## **4. Μάρκετινγκ**

Οι ΜΜΕ θα πρέπει να αποκτήσουν τις κατάλληλες δεξιότητες σε οργανωτικό και μάρκετινγκ επίπεδο, προκειμένου να μπορούν να παρακολουθούν τις εξελίξεις στην ευρωπαϊκή και διεθνή αγορά και να παράγουν επώνυμα προϊόντα, τα οποία θα χαρακτηριστούν ως ελληνικής προέλευσης και επωνυμίας και θα οδηγήσουν τις επιχειρήσεις να ταυτιστούν με το συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία. Η επένδυση στην ανάπτυξη των πωλήσεων και του μάρκετινγκ, βελτιώνει την επίδοση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε περίοδο οικονομικής κρίσης.

## 5. Εξαγωγές

Οι ΜΜΕ θα πρέπει να έχουν εξαγωγικό προσανατολισμό, ο οποίος βοηθάει στη διαφοροποίηση του κινδύνου που προέρχεται από την δραστηριοποίηση σε κάποιο συγκεκριμένο περιβάλλον, προκειμένου να ξεπεράσουν την οικονομική κρίση άμεσα και αποτελεσματικά διατηρώντας την βιωσιμότητά τους. Οι σημαντικότεροι παράγοντες που συμβάλλουν σε αυτή την εξωστρέφεια είναι:

- Η εκπαίδευση προσωπικού σε θέματα εξαγωγών.
- Οι διαθέσιμες δεξιότητες και ικανότητες.
- Οι επιδοτήσεις δανείων από την πολιτεία για επενδύσεις στο εξωτερικό.
- Οι στρατηγικές συμμαχίες.
- Η βελτίωση παραγωγικότητας και ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων και παρεχόμενων υπηρεσιών.
- Η χρήση νέων τεχνολογιών παραγωγής.
- Οι επιδοτήσεις μισθών για τους απασχολούμενους στις εξαγωγές.
- Η καταχώρηση διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας.
- Η συνεχής πληροφόρηση για τις αγορές ενδιαφέροντος του εξωτερικού και την οικονομική κατάσταση σε αυτές τις χώρες.
- Οι φορολογικές ελαφρύνσεις στην περίπτωση εξαγωγικού προσανατολισμού.
- Οι εγγυήσεις εξαγωγών από κρατικούς οργανισμούς.
- Η εφαρμογή του ελέγχου ποιότητας και δικτύωσης.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΥΦΕΣΗ

### 7.1 Η Αντοχή των ελληνικών επιχειρήσεων

Στην αντοχή των ελληνικών επιχειρήσεων<sup>32</sup> σημαντικό ρόλο θα παίξουν οι ικανότητες και η προηγούμενη θέση τους. Η ικανότητά τους να αντιληφθούν την κρίση και να δράσουν εγκαίρως. Θα πρέπει να χτίσουν και να διατηρήσουν το συγκριτικό πλεονέκτημα σε χαμηλότερα επίπεδα κόστους. Να προσφέρουν ποιοτικά προϊόντα σε προσιτές τιμές στις διεθνείς αγορές. Να αξιοποιήσουν τεχνολογίες, να εισάγουν καινοτομίες και να διατάξουν τους πόρους τους. Πολλές επιχειρήσεις δεν θα καταφέρουν και θα υπάρξουν άλλες που θα έρθουν στο ύψος των περιστάσεων. Αυτό εξαρτάται από το πώς και πόσο έγκαιρα θα προσαρμοστούν, την ευελιξία και την ευκινησία που θα επιδείξουν.

Οι ελληνικές επιχειρήσεις και κυρίως οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν δείξει σημαντική αντοχή στην κρίση. Θετικός παράγοντας είναι η οικογενειακή μορφή και η ισχυρή κουλτούρα που διέπει διαχρονικά τη δράση τους. Πολλές επιχειρήσεις που θα έχουν ευκαιρία ανάπτυξης και μετά την κρίση θα είναι στους εξής κλάδους.

- ✚ Τουρισμό και συνδεδεμένες με αυτόν υπηρεσίες.
- ✚ Ποιοτικά τρόφιμα σε συνδυασμό με τεχνολογία, καινοτομία και υγιεινή διατροφή.
- ✚ Ναυτιλία και συνδεδεμένες με αυτήν υπηρεσίες εφόσον είναι ανταγωνιστικές με άλλες χώρες.
- ✚ Κλάδους εξαρτημένους από εθνικές και κοινοτικές πολιτικές, όπως οι εφαρμογές ηλιακής ενέργειας και οι ήπιες μορφές ενέργειας.
- ✚ Νέους κλάδους τεχνολογίας σε συνδυασμό με διεθνή δίκτυα και συνεργασίες.

<sup>32</sup> Λιούκας Σπ.(2010) [http://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/20-5\\_lioukas.pdf](http://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/20-5_lioukas.pdf)

## 7.2 Το Εθνικό Περιβάλλον και οι Πολιτικές

Το οικονομικό περιβάλλον θα είναι πιο δυναμικό και θα στηρίζει τις επιχειρήσεις. Το θεσμικό περιβάλλον και η λειτουργία αγοράς προϊόντων και εργασίας πιο ευνοϊκά για την επιχειρηματικότητα. Οι επιχειρήσεις θα πιεστούν από χρηματοδότηση και μεγάλη πτώση της ζήτησης και θα στραφούν στις διεθνείς αγορές όπου υπάρχει ζήτηση, ανάπτυξη και επιβίωση.

Η επίδραση του εθνικού περιβάλλοντος εξαρτάται από το πόσο ευνοϊκό είναι σε σύγκριση με άλλες χώρες για την ίδρυση και προσέλκυση επιχειρήσεων. Όσο δυσκολότερο είναι η ίδρυση και η λειτουργία επιχειρήσεων τόσο θα αυξηθεί ο αριθμός επιχειρήσεων με έδρα την Ελλάδα. Θα υπάρξει διέξοδος στην καινοτομία και τη δημιουργικότητα και θα αυξηθεί η απασχόληση στις επιχειρησιακές υπηρεσίες. Η Ελλάδα δεν έχει ευνοϊκή εικόνα για την προώθηση επωνυμίας στο εξωτερικό εκτός από ορισμένους παραδοσιακούς κλάδους και τον πολιτισμικό τομέα.

Οι πολιτικές, τα προγράμματα για καινοτομία, η έρευνα, η τεχνολογία και η επιχειρηματικότητα έχουν εξελιχθεί αυτόνομα. Η καινοτομία υστερεί ενώ στηρίζεται η γενική επιχειρηματικότητα παρά η καινοτομική.

Μετά την κρίση το διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον θα είναι διαφορετικό. Διότι αλλάζουν οι προτιμήσεις του καταναλωτή και αναδύονται νέα πρότυπα.

Ο παγκόσμιος ανταγωνισμός στην προσφορά εκτείνεται ενώ αλλάζουν οι παραδοσιακές δομές των κλάδων. Νέες αναδυόμενες πολυεθνικές εταιρίες από χώρες χαμηλού κόστους εισέρχονται δυναμικά στις διεθνείς αγορές και αλλάζουν στις ισορροπίες.

## 7.3 Η Στρατηγική των επιχειρήσεων

Η ανταγωνιστική στρατηγική<sup>33</sup> θα παίξει σημαντικό ρόλο, λόγω υπερανταγωνισμού και ανατροπής ισορροπιών την περίοδο μετά την κρίση.

Έντονη διαφοροποίηση θα έχουν τα επίπεδα κόστους που θα είναι πιο χαμηλά σε σύγκριση με διεθνής παρά τοπικό επίπεδο. Μπορεί να δημιουργηθεί σειρά μικρών καινοτομιών, συχνά εμπορικών στη φύση τους, που διαμορφώνουν επιτυχή πορεία.

<sup>33</sup> Χαραλαμπίδης Άλ. (2005) [http://library.tee.gr/digital/m2104/m2104\\_charalabopoulos.pdf](http://library.tee.gr/digital/m2104/m2104_charalabopoulos.pdf)

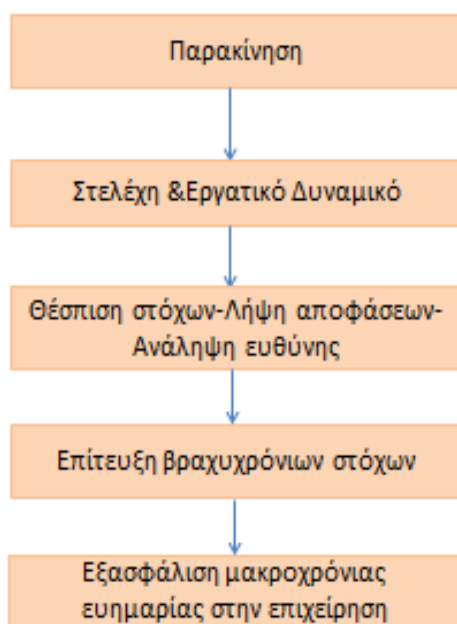
Οι δείκτες καινοτομίας σε διεθνείς συγκρίσεις επιβεβαιώνουν ότι η Ελλάδα είναι πολύ χαμηλά σε Έρευνα και Ανάπτυξη, αλλά είναι υψηλά σε νέα για την αγορά και την εταιρεία. Δηλαδή παρέχει νέα προϊόντα και σχεδιασμούς.

Οι ελληνικές επιχειρήσεις αποδίδουν μεγαλύτερη καινοτομία και ρυθμούς ανάπτυξης μέσω της δικτύωσης στην αγορά με αποτέλεσμα την επένδυση σε ανοιχτού τύπου καινοτομία.

Οι επιχειρήσεις με υψηλότερη περιβαλλοντική δράση πετυχαίνουν μεγαλύτερη μείωση του κόστους παραγωγής και την χρήση αυτών, προηγούνται σε καινοτομίες προϊόντων και βελτιώνουν την εικόνα τους και τη σχέση με κοινωνικές ομάδες.

Οι ελληνικές επιχειρήσεις μπορούν να διεκδικήσουν σημαντικές καινοτομίες μέσα από πράσινες στρατηγικές, σε ορισμένους κλάδους. Έτσι αποκτούν ικανότητα με προοπτικές παραγωγής συνεχούς καινοτομίας.

### **Το διάγραμμα επιλογής της κατάλληλης στρατηγικής**



## 7.4 Προοπτικές και Στρατηγικές για Διεθνή Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα

Η κρίση κάνει τις επιχειρήσεις να ανακαλύψουν τα όρια αντοχής τους και να ανακαλύψουν τις χρόνιες αδυναμίες τους και την έλλειψη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Μερικές επιχειρήσεις έχουν ήδη αντιδράσει μειώνοντας το κόστος και πηγαίνοντας εκεί όπου υπάρχει ζήτηση σε διεθνείς αγορές. Πολλές επιχειρήσεις βρίσκουν ευκαιρίες για νέες διεθνώς δραστηριότητες και με διεθνείς προσβάσεις και συνεργασίες αντιμετωπίζουν την έλλειψη ρευστότητας.

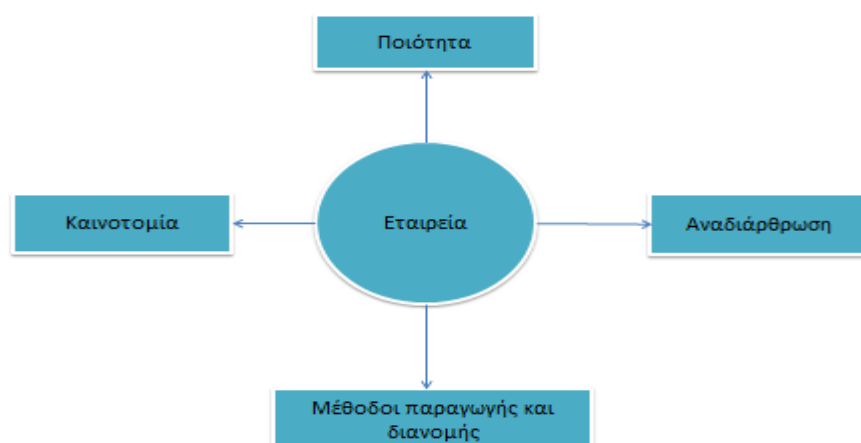
Οι επιχειρήσεις θα τοποθετήσουν τις προσφορές τους για να διεκδικήσουν ρόλο στο νέο ανοιχτό και ανταγωνιστικό περιβάλλον που βρίσκεται υπο αναδιαμόρφωση. Έτσι θα αναλάβουν δράση και θα επιχειρήσουν να διακριθούν με πρότυπα σύγκρισης διεθνής.

Το κράτος παίζει σημαντικό ρόλο στη διαδικασία ανάδειξης νέας επιχειρηματικότητας.

- Άμεσα, βελτιώνοντας το θεσμικό περιβάλλον των επιχειρήσεων και εστιάζοντας τη στήριξη για να προκύψει ένα ανταγωνιστικό οικοσύστημα επιχειρήσεων.
- Έμμεσα με ενέργειες που άπτονται στη διαμόρφωση θετικών στάσεων στο επιχειρείν και τη διεθνή διάκριση.

Πλέον για τις επιχειρήσεις ανοιχτές στον ανταγωνισμό, σημαντικότερο ρόλο θα παίξουν οι ίδιες οι επιχειρήσεις παρά το κράτος.

### Κύριοι τρόποι επικράτησης έναντι του ανταγωνισμού



*Διάγραμμα 7.1*

Μία σύγχρονη οικονομική μονάδα έχει στη διάθεσή της συγκεκριμένους τρόπους επιβολής στην άκρως ανταγωνιστική αγορά, τους οποίους οφείλει να αναδεικνύει και να καθιστά γνωστούς στο καταναλωτικό κοινό. Όπως φαίνεται στο **Διάγραμμα 7.1**, η ποιότητα, η καινοτομία σε συνδυασμό με τη συνεχή προσαρμογή στο περιβάλλον μέσω στόχων αναδιάρθρωσης και οι σύγχρονες μέθοδοι παραγωγής που κρατούν το λειτουργικό κόστος σε χαμηλά επίπεδα αποτελούν τις παραμέτρους εκείνες, τα «εργαλεία» που επενεργούν προωθητικά στις πωλήσεις και διευκολύνουν τους μάρκετινγκ μάνατζερ στο έργο τους.

## 7.5 Εμπόδια έναρξης νέας επιχείρησης

- Απαιτήσεις σε κεφάλαια
- Έντονος ανταγωνισμός
- Στρατηγικά εμπόδια από τις μεγάλες εταιρείες
- Πολιτισμικά εμπόδια
- Έλλειψη υποδομών
- Έλλειψη υποστήριξης
- Δυσκολίες που προέρχονται από το ύψος της φορολογίας και τις κοινωνικές-ασφαλιστικές επιβαρύνσεις.
- Νομικά εμπόδια: Διοικητικές δυσκολίες και γραφειοκρατία κατά την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας ή/και κατά τη λειτουργία της επιχείρησης.

## 7.6 Λόγοι επιβίωσης και ευημερίας νέων επιχειρήσεων







- Επίτευξη συνεργασιών
- Αυστηρός έλεγχος
- Σαφείς στόχοι
- Καλός προγραμματισμός
- Εργατικότητα
- Επιτυχία στις πωλήσεις

## 7.7 Λόγοι αποτυχίας νέων επιχειρήσεων

- Αδυναμία μετάδοσης των στόχων
- Έντονος ανταγωνισμός
- Έλλειψη στόχων
- Διαχειριστική ανικανότητα
- Έλλειψη εμπειρίας
- Έλλειψη ελέγχου (προμηθευτών, λογιστικών, επίτευξη στόχων)
- Αδυναμία εύρεση κεφαλαίων
- Πλεονεξία
- Ανυπομονησία
- Αδυναμία πωλήσεων
- Κακός προγραμματισμός
- Ανικανότητα οργάνωσης και συνεργασίας με το προσωπικό
- Ακατάλληλη τοποθεσία

## 7.8 Οι κυρίαρχες επιχειρήσεις στην Ελλάδα μετά την οικονομική κρίση (2010)

Οι **βιομηχανικές** επιχειρήσεις που κατέγραψαν κέρδη το 2010 υψηλότερα από 60 εκατομμύρια είναι:

-  Ελληνικά Πετρέλαια
-  Motor Oil
-  Alaris (κλάδος φαρμάκων-καλλυντικών)
-  Αθηναϊκή Ζυθοποιία (ποτά)
-  METKA (μεταλλευτικών)
-  Τιτάν (μη μεταλλικών ορυκτών)

Στον τομέα του **εμπορίου** στις πρώτες θέσεις βρέθηκαν πέντε επιχειρήσεις που εμφάνισαν κέρδη υψηλότερα από 50 εκατομμύρια ευρώ. Οι επιχειρήσεις αυτές είναι:

❖ Jumbo A.E.

Από τον κλάδο των σούπερ μάρκετ-πολυκαταστήματα

❖ ΑΛΦΑ-ΒΗΤΑ Βασιλόπουλος

❖ Σκλαβενίτης

Από τον κλάδο φάρμακα-καλλυντικά-απορρυπαντικά και τα καταστήματα Αφορολόγητων ειδών.

❖ Sanofi Aventis

Στον τομέα των **λοιπών υπηρεσιών**, πρώτες στην κατάταξη βρίσκονται έξι επιχειρήσεις οι οποίες είναι:

➤ ΔΕΗ (πρωταθλήτρια κερδών)

➤ ΟΠΑΠ

➤ Cosmote

➤ ΟΤΕ

➤ Vodafone

➤ Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών Ελ. Βενιζέλος Α.Ε.

Το ελληνικό τραπεζικό σύστημα το 2010 αντιμετώπισε την ιδιαίτερη αρνητική στάση των διεθνών χρηματαγορών απέναντι στη χώρα, γεγονός που επιδείνωσε περαιτέρω την κερδοφορία του κλάδου. Από την επιμέρους κατάταξη κερδοφόρες επιχειρήσεις κατά σειράν:

✓ Τράπεζα Κύπρου

✓ Τράπεζα Ελλάδος

✓ MARFIN Popular Bank

✓ Alfa Bank

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

### 8.1 Η κοινωνική επιχειρηματικότητα

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα<sup>34</sup> είναι ένα σημαντικό εργαλείο που μπορεί να αξιοποιηθεί αποτελεσματικά στη μάχη κατά της ανεργίας και να συμβάλει στην τοπική ανάπτυξη.

Δύο εκατομμύρια επιχειρήσεις, σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, περίπου το 10% όλων των μορφών επιχειρήσεων ανήκουν στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Ο ευρύτερος τομέας της κοινωνικής οικονομίας απασχολεί σήμερα έντεκα(11) εκατομμύρια ανθρώπους, δηλαδή περίπου το 6% όλων των εργαζομένων στην Ευρώπη.

Στην Ελλάδα ο τομέας καλύπτει το 1,5% με 2% της απασχόλησης, είναι σαφές ότι στη χώρα μας πολλά μπορούν να γίνουν για την ανάπτυξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και της απασχόλησης στο συγκεκριμένο τομέα. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα αποτελεί έναν τομέα που προσφέρει πολλές ευκαιρίες για τη δυναμική δραστηριοποίηση των νέων.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα, ως δραστηριότητα που κινητοποιεί τους ίδιους τους πολίτες για την αντιμετώπιση συγκεκριμένων προβλημάτων τους, προσφέρει επίσης πολλές δυνατότητες για την κάλυψη κοινωνικών αναγκών στο τοπικό επίπεδο.

Η ενδυνάμωση του ρόλου της κοινωνικής επιχειρηματικότητας αποτελεί βασική προτεραιότητα στο πλαίσιο σχεδιασμού του νέου Αναπτυξιακού Προτύπου της χώρας που θα επικεντρωθεί σε ανταγωνιστικούς τομείς, βιώσιμες πολιτικές κοινωνικής προστασίας και αυξημένες συνέργειες μεταξύ του κράτους, της αγοράς και της κοινωνίας των πολιτών.

Σημαντικό κομμάτι είναι η ανάγκη αποκεντρωμένων και ολοκληρωμένων παρεμβάσεων. Η ελληνική περιφέρεια χρειάζεται άμεσα στοχευόμενα νέα εργαλεία για την τόνωση της ανταγωνιστικότητας, την προώθηση της απασχόλησης και τη διαφύλαξη της κοινωνικής συνοχής με βάση τις τοπικές ανάγκες και ιδιαιτερότητες.

Προτεραιότητα πρέπει να αποτελέσει η στόχευση των δράσεων σε ανταγωνιστικούς τομείς κάθε Περιφέρειας. Παράλληλα, οι δημόσιες χρηματοδοτικές ενισχύσεις είναι σκόπιμο να παρέχονται στοχευόμενα για να βοηθήσουν τους νέους

<sup>34</sup> Υπουργείο Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλειας και Πρόνοιας (2014)

[https://www.espa.gr/Lists/Custom\\_Announcements/Attachments/635/%CE%94%CE%95%CE%9B%CE%A4%CE%99%CE%9F%20%CE%A4%CE%A5%CE%A0%CE%9F%CE%A5%205\\_6\\_2014.pdf](https://www.espa.gr/Lists/Custom_Announcements/Attachments/635/%CE%94%CE%95%CE%9B%CE%A4%CE%99%CE%9F%20%CE%A4%CE%A5%CE%A0%CE%9F%CE%A5%205_6_2014.pdf)



επιχειρηματίες σε μια συγκεκριμένη «δύσκολη» φάση της λειτουργίας τους (π.χ. κατά την σύσταση ή κατά την πρώτη φάση ανάπτυξης νέων υπηρεσιών) επιδιώκοντας την ενίσχυση της βιωσιμότητας και όχι την αναπαραγωγή συνθηκών εξάρτησης από τους δημόσιους ή/και κοινοτικούς πόρους.

Οι θεσμοί της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και της κοινωνικής οικονομίας έχουν μεγάλη παράδοση στην Ευρωπαϊκή Περιφέρεια. Όμως, δεν μπορούν να λειτουργούν αυτόνομα εκτός των αξιών και των ιδανικών του ενεργητικού κοινωνικού κράτους που εξυπηρετεί τρεις βασικές προτεραιότητες μέσω ολοκληρωμένων κοινωνικών επενδύσεων:

- ✓ Ανάπτυξη πολιτικών ενεργοποίησης των ευπαθών ομάδων.
- ✓ Ενίσχυση της βιωσιμότητας και της επάρκειας των κοινωνικών συστημάτων.
- ✓ Προσαρμογή των κοινωνικών πολιτικών σε κρίσιμες στιγμές κατά τη διάρκεια της ζωής ενός ατόμου καθώς και πρόληψη των δυσμενών συνθηκών που μπορεί να προκύψουν αργότερα.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα ορίζεται ως την οικονομική δραστηριότητα που παρέχει νέα παραγωγικά μοντέλα παροχής προϊόντων και υπηρεσιών που εξυπηρετούν τις άμεσες ανθρώπινες ανάγκες των φτωχότερων στρωμάτων της κοινωνίας.

Τρεις τύποι κοινωνικής επιχειρηματικότητας με έμφαση στην ιδιοκτησία της επιχείρησης είναι:

A) η κοινωνική επιχειρηματικότητα μη επίτευξης κέρδους

B) η ιδιωτική κοινωνική επιχειρηματικότητα δηλαδή ιδιωτικές πρωτοβουλίες για την ανακούφιση κοινωνικών προβλημάτων με σκοπό το κέρδος για τη δημιουργία καινοτομιών

Γ) η κοινωνική επιχειρηματικότητα του δημόσιου τομέα δηλαδή πρωτοβουλίες των δημόσιων οργανισμών για την επίλυση κοινωνικών προβλημάτων

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα ταξινομείται σε τρεις ορισμούς που αναφέρονται στους οργανισμούς:

- Που εμπορευματοποιούν την ικανοποίηση των κοινωνικών αναγκών
- Που αναζητούν κεφάλαια για την ικανοποίηση των κοινωνικών αναγκών
- Που εξυπηρετούν τις ανθρώπινες ανάγκες

Επίσης θεωρείται κρίσιμη παράμετρος και κατάλληλη πρακτική για τα κοινωνικά προβλήματα που αφενός το κράτος δεν έχει τη δυνατότητα να τα επιλύσει

και αφετέρου ο ιδιωτικός τομέας δεν αναλαμβάνει πρωτοβουλίες αφού τα οικονομικά οφέλη θεωρούνται μηδαμινά.

Ο όρος αποτελείται από δύο συστατικά μέρη:

1. Την επιχειρηματική η οποία είναι ιδιαίτερα δημοφιλής διότι ένας μεγάλος αριθμός εργασιών έχει εκπονηθεί κυρίως για να διερευνήσει τους λόγους ύπαρξης της επιχειρηματικότητας.
2. Την κοινωνική διάσταση που προσδιορίζει τον κοινωνικό προσανατολισμό της επιχειρηματικότητας και δίνει έμφαση κυρίως σε θέματα εύρεσης νέων ευκαιριών υψηλής κοινωνικής αξίας, νέων καινοτομιών και τολμηρών εγχειρημάτων με χαμηλές οικονομικές αποδόσεις.

## 8.2 Κοινωνικές επιχειρήσεις

Στην κατηγορία των κοινωνικών επιχειρήσεων<sup>35</sup> περιλαμβάνεται ένα μεγάλο εύρος οικονομικών μορφωμάτων που αναλαμβάνουν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες όπως είναι οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ), οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί, οι συνεταιρισμοί και οι κοινωνικές επιχειρήσεις κερδοσκοπικού χαρακτήρα. Οι διαφοροποιήσεις του όρου κοινωνικής επιχείρησης με τους όρους κοινωνικής επιχειρηματικότητας και κοινωνικής οικονομίας είναι απαραίτητες για την καλύτερη κατανόησή τους.

Αρκετοί συγγραφείς εμπεριέχουν στον όρο της κοινωνικής οικονομίας την έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ΕΚΕ) των επιχειρήσεων, δηλαδή τις πρωτοβουλίες κοινωνικού ενδιαφέροντος που αναλαμβάνουν οι εμπορικές επιχειρήσεις επικουρικά με τις κύριες οικονομικές δραστηριότητές τους. Μία τέτοια προσέγγιση από εμπορικές επιχειρήσεις δεν συνεπάγεται στην κατάταξη της κοινωνικής οικονομίας και δεν μπορούν να ονομαστούν κοινωνικές. Μια επιχείρηση για να θεωρηθεί κοινωνική πρέπει να πληρεί ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά όπως είναι η συμμετοχή συνεργαζόμενων μελών με έμμισθη εξαρτημένη εργασία καθώς και εθελοντών με άμισθη εργασία και σύμπραξη διάφορων ιδιωτικών και δημόσιων οργανισμών.

Επίσης, μια κοινωνική επιχείρηση πρέπει να παρέχει υπηρεσίες που προωθούν τις κοινωνικές αξίες όπως είναι η διατήρηση του πολιτισμικού περιβάλλοντος, η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, η φροντίδα ανθρώπων με ειδικές ανάγκες και η ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών.

<sup>35</sup> Υπουργείο Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλειας και Πρόνοιας (2014)

[https://www.espa.gr/Lists/Custom\\_Announcements/Attachments/635/%CE%94%CE%95%CE%9B%CE%A4%CE%99%CE%9F%20%CE%A4%CE%A5%CE%A0%CE%9F%CE%A5%2012\\_6\\_2014.pdf](https://www.espa.gr/Lists/Custom_Announcements/Attachments/635/%CE%94%CE%95%CE%9B%CE%A4%CE%99%CE%9F%20%CE%A4%CE%A5%CE%A0%CE%9F%CE%A5%2012_6_2014.pdf)

Ο οργανισμός για την Ανάδειξη Κοινωνικών Επιχειρήσεων στην Ευρώπη παρουσιάζει ορισμένα χαρακτηριστικά που είναι απαραίτητα για να θεωρηθεί μια επιχείρηση κοινωνική. Τα χαρακτηριστικά αυτά είναι τα εξής:

- ο μεγάλος βαθμός αυτονομίας
- ο μεγάλος βαθμός οικονομικής διακινδύνευσης (ρίσκου)
- η συνεχής δραστηριότητα παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών
- ο περιορισμένος βαθμός έμμισθης εργασίας
- η πρωτοβουλία που προωθείται από τις ομάδες της κοινωνίας
- ο σκοπός να ωφελείται η κοινωνία
- η δύναμη των αποφάσεων να στηρίζεται περισσότερο σε εκείνα τα μέλη που δεν είναι οι κάτοχοι του χρηματικού κεφαλαίου
- η συμμετοχή στην επιχείρηση όλων των ανθρώπων που επηρεάζονται από τη δραστηριότητα
- η περιορισμένη διανομή κερδών

Ακόμη παρουσιάζονται ορισμένοι τύποι κοινωνικών επιχειρήσεων που εμφανίζονται στις μοντέρνες οικονομίες σύμφωνα με δύο κριτήρια.

1. Τον εμπορικό ρόλο των συναλλαγών τους δηλαδή δείχνει αν τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που παράγονται είναι δυνατόν να προορίζονται ή όχι για εμπορικές συναλλαγές.
2. Την αποκλειστικότητα των κοινωνικών στόχων τους δηλαδή οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν αποκλειστικά ή εν μέρει κοινωνικούς στόχους.

Σύμφωνα με αυτά τα κριτήρια παρουσιάζονται τα εξής:

**1<sup>η</sup> κατηγορία:** Η κοινωνική αποστολή και οι υπηρεσίες/προϊόντα που δεν έχουν εμπορικό προορισμό.

**Άλλες κατηγορίες:** Αναλόγως με το κοινωνικό ή οικονομικό χαρακτήρα μια σειρά υφιστάμενων κερδοσκοπικών επιχειρήσεων με συνεταιριστικά χαρακτηριστικά όπως είναι:

- 1) Οι κοινωνικού προσανατολισμού επιχειρήσεις.
- 2) Οι υβριδικοί τύποι κοινωνικής επιχειρηματικότητας με ταυτόχρονη κοινωνική και οικονομική αποστολή.
- 3) Κερδοσκοπικού χαρακτήρα κοινωνικές επιχειρήσεις.

### 8.3 Λογοδοσία Κοινωνικών Επιχειρήσεων

Αρκετή κριτική για τις κοινωνικές επιχειρήσεις και γενικότερα για την επιχειρηματικότητα είναι η επαρκής λογοδοσία των επιχειρήσεων στην κοινωνία και τις ενδιαφερόμενες ομάδες.

Η επαρκής λογοδοσία<sup>36</sup> των επιχειρηματικών πράξεων νομιμοποιεί τη λειτουργία των κοινωνικών επιχειρήσεων και τους παρέχει την άδεια λειτουργίας. Έτσι προκύπτουν δύο κύρια ερωτήματα:

- Η επιχείρηση επιτυγχάνει τους χρηματικούς και κοινωνικούς στόχους της;
- Τα χρηματικά κεφάλαια που εισρέουν στην επιχείρηση ως αποτέλεσμα της δραστηριότητας επανατοποθετούνται στους κοινωνικούς σκοπούς της επιχείρησης;

Η λογοδοσία για την ανταπόκριση των κοινωνικών επιχειρήσεων στα συγκεκριμένα ερωτήματα πραγματοποιείται διαμέσου λογιστικών συστημάτων που περιλαμβάνουν χρηματοοικονομικές και κοινωνικές πληροφορίες.

Οι υπεύθυνοι διαχειριστές των κοινωνικών επιχειρήσεων εφαρμόζουν τέτοιου είδους συστήματα λογιστικής λογοδοσίας και συστήματα μέτρησης της συμβολής των επιχειρήσεών τους στην κοινωνία για να ενδυναμώσουν τη διαφάνεια προς τους χρηματοδότες τους και τους άμεσα ενδιαφερόμενους.

Ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο για τη διακυβέρνηση και τη λογοδοσία κοινωνικών επιχειρήσεων θα πρέπει να περιλαμβάνει τρεις βασικές κατηγορίες πληροφοριών.

- ❖ Πληροφορίες σχετικά με τη θεσμική νομιμοποίηση της λειτουργίας των κοινωνικών επιχειρήσεων.
- ❖ Πληροφορίες που αποκαλύπτουν την αποδοτικότητα των κοινωνικών στόχων των επιχειρήσεων.
- ❖ Χρηματοοικονομικές πληροφορίες για τη λειτουργία της επιχείρησης και την κατανομή των κεφαλαίων στις ενδιαφερόμενες ομάδες (περιλαμβάνει χρηματοοικονομικά δεδομένα για την κοινωνική και οικονομική προστιθέμενη αξία που προκαλείται διαμέσου της κατανομής των χρηματικών κεφαλαίων της κοινωνικής επιχείρησης προς τις ενδιαφερόμενες ομάδες.

---

<sup>36</sup> Ειδική Υπηρεσία Συντονισμού και Παρακολούθησης Δράσεων Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου (2014) <https://www.espa.gr/el/Pages/NewsFS.aspx?item=635>

## 8.4 Οικονομική και κοινωνική προστιθέμενη αξία κοινωνικών επιχειρήσεων

1) Αξία παραγωγικής διαδικασίας (π.χ. έσοδα)

2) Διεθνές κόστος παραγωγής (π.χ. υπηρεσίες)

3) Οικονομική και κοινωνική προστιθέμενη αξία (υπολογίζεται ως η διαφορά του κόστους (2) από την κατηγορία εσόδων (1) τα οποία διανέμονται ως εξής:

A) Η επιχείρηση

A.1 Επενδύσεις και αποσβέσεις

A.2 Σε κέρδη εις νέον

B) Η κοινότητα

B.1 Εισοδήματα και φόρους

B.2 Χρηματικές εισφορές

Γ) Τα μέλη

Γ.1 Εργατικό κόστος (συνεργασία μελών)

Γ.2 Κόστος πρώτων υλών (συνεργασία προμηθευτών)

Γ.3 Πληρωμές επιτοκίου δανεισμού (συνεργασία τραπεζών)

Δ) Το προσωπικό

Δ.1 Εργαζόμενοι

Δ.2 Υπηρεσίες

E) Συνεργασία με τον κόσμο

E.1 Υλικά

E.2 Επιτόκια

E.3 Αμοιβαία κεφάλαια

Στ) Εξωτερικοί χρηματοδότες

Στ.1 Επιτόκια

Η κοινωνική αποδοτικότητα περιλαμβάνει:

- Δείκτες μέτρησης εισροών π.χ. πρώτες ύλες

- Δείκτες μέτρησης εκροών π.χ. προϊόντα/υπηρεσίες
- Δείκτες μέτρησης αποτελεσμάτων π.χ. οφέλη για τις ενδιαφερόμενες ομάδες της επιχείρησης
- Δείκτες μέτρησης επιπτώσεων π.χ. οφέλη για όλη την κοινωνία

Για τη μέτρηση της θεσμικής νομιμοποίησης των κοινωνικών επιχειρήσεων θα πρέπει να συμβάλλουν ταυτόχρονα σε δύο στόχους.

1. την κοινωνική συνοχή
2. την συμμόρφωση με την κείμενη νομοθεσία

## 8.5 Θεσμικό Πλαίσιο ίδρυσης Κοινωνικών Επιχειρήσεων

Ένα από τα κρίσιμα στοιχεία για την ανάπτυξη οποιουδήποτε τύπου επιχειρηματικότητας είναι η διερεύνηση του Θεσμικού Πλαισίου και κυρίως του νομοθετικού πλαισίου με το οποίο θα πρέπει να συμμορφώνονται οι επιχειρήσεις. Η ανάλυση του νομοθετικού πλαισίου θέτει τα θεμέλια για μια υγιή επιχειρηματικότητα κυρίως όταν οι όροι λειτουργίας είναι σαφώς καθορισμένοι και σε σχετικά χαμηλή μεταβλητότητα.

## 8.6 Κοινωνικά ηθικά κεφάλαια

Οι πληροφορίες των λογιστικών συστημάτων και των συστημάτων λογοδοσίας των επιχειρήσεων είναι χρήσιμα σε μία ομάδα εμπλεκομένων που είναι πρόθυμοι να επενδύσουν σε αυτές τις επιχειρήσεις. Μία νέα ομάδα επενδυτών θέτουν μια σειρά κοινωνικών κριτηρίων προκειμένου να επενδύσουν τα χρήματά τους σε μια επιχείρηση και εκφράζουν ενδιαφέρον για το περιεχόμενο της κοινωνικής αποστολής των επιχειρήσεων. Σε αυτή την κατηγορία έχουμε τα ακόλουθα κεφάλαια:

- 1) Κοινωνικά κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών που ονομάστηκαν «υπομονετικές» συμμετοχές ή φιλανθρωπικές επιχειρηματικές προσπάθειες και χρηματοδοτούν κοινωνικές επιχειρήσεις.
- 2) Κοινωνικά/ηθικά κεφάλαια που επικεντρώνονται στη χρηματοδότηση επιχειρήσεων και επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που έχουν κοινωνικό χαρακτήρα και κοινωνική αποστολή.

Τα κριτήρια<sup>37</sup> που χρησιμοποιούν τα κοινωνικά κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών προκειμένου να επενδύσουν σε μια κοινωνική επιχείρηση έχουν ως εξής:

- Την κοινωνική αποστολή της επιχείρησης (π.χ. η δημιουργία και η διατήρηση της κοινωνικής προστιθέμενης αξίας)
- Το πάθος για κοινωνική αλλαγή των ιδρυτών της επιχείρησης (π.χ. άνθρωποι που έχουν πάθος για επιχειρηματικές δραστηριότητες που συμβάλλουν στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων)
- Τα κοινωνικά δίκτυα (π.χ. οι επιχειρήσεις να εμπιστεύονται την τοπική κοινότητα και τα μέλη της)
- Η καινοτομία σε νέα προϊόντα/υπηρεσίες ή διαδικασία παραγωγής
- Η εμπειρία των διαχειριστών να επιτύχουν τους κοινωνικούς και οικονομικούς στόχους
- Οι στόχοι κατανομής των εσόδων (π.χ. διανομή στα μέλη)
- Οι δείκτες απόδοσης (π.χ. έσοδα-έξοδα)
- Το εκπαιδευτικό υπόβαθρο των διαχειριστών το οποίο θεωρείται πολύ σημαντικός παράγοντας για τους συγκεκριμένους τύπους επιχειρήσεων

---

<sup>37</sup> Νικολάου Ι. (2007-2013) <http://kdvm.gr/Media/Default/Pdf%20enotites/1.2.pdf>

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9:ΤΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ –GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM)**

### **9.1 Εισαγωγή**

Το GEM<sup>38</sup> είναι ένα από τα σημαντικότερα ερευνητικά προγράμματα Παγκοσμίως που προάγει τη μελέτη της επιχειρηματικότητας και βοηθά στην κατανόηση της σχέσης επιχειρηματικότητας και της ανάπτυξης μιας χώρας.

Το GEM αποτελεί το μοναδικό πρόγραμμα που παράσχει μία συγκριτική αξιολόγηση της επιχειρηματικότητας σε ένα σύνολο χωρών.

Το GEM έχει ως στόχο:

- 1) Να προτείνει πολιτικές που μπορούν να ενισχύσουν τα επίπεδα επιχειρηματικότητας σε μια χώρα.
- 2) Να μετρήσει το επίπεδο επιχειρηματικότητας σε μια χώρα και να εξηγήσει τις διαφορές που εμφανίζονται ανάμεσα στις εξεταζόμενες χώρες.
- 3) Να αποκαλύψει τους παράγοντες που οδηγούν σε ικανοποιητικά επίπεδα επιχειρηματικότητας.

Το βασικό πλεονέκτημα της έρευνας του GEM είναι η αύξηση συμμετοχής των χωρών που συμμετέχουν κάθε χρονιά και η ανάλυση των δεδομένων με βάση το επίπεδο της οικονομικής ανάπτυξης ανά κράτος.

### **9.2 Το εννοιολογικό μοντέλο του GEM**

Αφορά την αλληλεπίδραση ανάμεσα στις τρεις πλευρές της επιχειρηματικότητας και τους τρεις τύπους οικονομικής ανάπτυξης.

Η οικονομική δραστηριότητα εξαρτάται από το κοινωνικό ,πολιτισμικό και πολιτικό πλαίσιο κάθε χώρας. Το πλαίσιο αυτό προσδιορίζει παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα και το GEM το περιγράφει ως Διαστάσεις του επιχειρηματικού πλαισίου. Αυτές οι διαστάσεις επιδρούν στην οικονομική δραστηριότητα γενικά, μέσω της επίδρασής τους τόσο στη λειτουργία των

---

<sup>38</sup> Ιωαννίδης Στ.& Γιωτόπουλος Ι. (2014)

[http://www.iobe.gr/docs/research/RES\\_02\\_26022014\\_REP\\_GR.pdf](http://www.iobe.gr/docs/research/RES_02_26022014_REP_GR.pdf) σελ.90



καθιερωμένων επιχειρήσεων, όσο και στην ίδρυση νέων και διαφέρουν με το επίπεδο ανάπτυξης της κάθε χώρας. Το GEM περιγράφει σε ομάδες:

1) Τις βασικές προϋποθέσεις που επιδρούν σε όλη την οικονομική δραστηριότητα μιας χώρας. Ο ρόλος της είναι σημαντικός για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων και δραστηριοτήτων, παρά για την επιχειρηματικότητα.

2) Τις Διαστάσεις που προωθούν την αποτελεσματικότητα και επηρεάζουν τις οικονομικές δραστηριότητες και τη νέα επιχειρηματικότητα. Ενισχύουν την αποτελεσματικότητα και ευνοεί τη νέα επιχειρηματικότητα δημιουργώντας νέες ευκαιρίες στην αγορά.

3) Τις Διαστάσεις Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας επηρεάζει άμεσα την επιχειρηματική δραστηριότητα και ιδιαίτερα τον τύπο οικονομιών που βασίζονται στην εισαγωγή καινοτομιών.

Σε αυτές τις οικονομίες οι Διαστάσεις που αφορούν την αντίληψη, την εκμετάλλευση της αγοράς και τη δημιουργία **ποιοτικών** επιχειρήσεων υψηλών δυνατοτήτων ανάπτυξης αποκτούν μεγαλύτερη σημασία.

Άμεσα επιπτώσεις στην επιχειρηματικότητα που εκδηλώνεται σε μια χώρα έχουν οι διαστάσεις που προωθούν την αποτελεσματικότητα και οι διαστάσεις που ενισχύουν την καινοτομία.

Οι Διαστάσεις του Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος επιδρούν στην οικονομική ανάπτυξη μέσω:

α)της καθιερωμένης λειτουργίας των επιχειρήσεων, οι οποίες προσφέρουν μεγάλο μέρος απασχόλησης και παράγουν μεγάλο μέρος στην ΑΕΠ και

β)με την άμεση επίδραση στη νέα επιχειρηματικότητα δηλαδή τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων.

Οι μεγάλες επιχειρήσεις λειτουργούν και οι ίδιες επιχειρηματικά καθώς μεγεθύνονται, δημιουργούν νέα προϊόντα και υπηρεσίες, νέες δραστηριότητες και ανοίγονται σε νέες αγορές. Επίσης, υπάρχει μία αλληλεπίδραση ανάμεσα στις μεγάλες επιχειρήσεις και τις νεοϊδρυόμενες που αποτελούν την νέα επιχειρηματικότητα.

### 9.3 Το μεθοδολογικό πλαίσιο του GEM. Οι βασικοί ορισμοί και οι δείκτες της επιχειρηματικότητας.

Η ανάλυση του GEM εστιάζεται στον επιχειρηματία δηλαδή στις δραστηριότητες του κτλ. Έτσι γίνεται δυνατή και η εξέταση της επιχειρηματικής συμπεριφοράς η οποία αναγνωρίζεται από το GEM ως πολυεπίπεδη και εξελισσόμενη.

Η έρευνα αναγνωρίζει τη σημασία των διαδικασιών, εξετάζει τους παράγοντες που διατηρούν ενεργή μια επιχείρηση, τις συμπεριφορές και τις συγκυρίες που οδήγησαν ένα άτομο στην λήψη της επιχειρηματικής δράσης (εφόσον η επιχειρηματικότητα αρχίζει πριν ακόμη η εταιρία γίνει λειτουργική).

Το GEM ενδιαφέρεται για όλους τους τύπους επιχειρηματία με στόχο τα επιχειρηματικά χαρακτηριστικά<sup>39</sup> (κίνητρα, καινοτομία, ανταγωνιστικότητα, προσδοκίες).

Το GEM ενδιαφέρεται:

A) για τα άτομα που βρίσκονται στα αρχικά στάδια εκδήλωσης της επιχειρηματικής συμπεριφοράς δηλαδή έχουν κάνει τις προκαταρτικές ενέργειες προετοιμασίας της επένδυσής τους.

B) για τα άτομα που έχουν ξεκινήσει μόλις τη λειτουργία του εγχειρήματός τους

Γ) για τα άτομα που είναι ιδιοκτήτες ή διοικούν μια επιχείρηση

Βασικοί προϋπόθεση για την έναρξη μιας επιχείρησης είναι η πληρωμή αμοιβών περισσότερο από τρεις μήνες έτσι διαχωρίζονται οι επίδοξοι και οι νέοι επιχειρηματίες. Από το άθροισμα αυτών των επιχειρηματιών προκύπτει ο δείκτης επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων ο οποίος αντιπροσωπεύει και αποδίδει μία δυναμική στη νέα επιχειρηματική δραστηριότητα.

Το GEM είναι μία κοινωνική έρευνα που εστιάζει στα άτομα που οργανώνουν, ξεκινούν και διατηρούν τις επιχειρήσεις σε μια οικονομία.

Τα στοιχεία που συγκεντρώνει διαφοροποιούνται από τα επίσημα στατιστικά-δημογραφικά των νέων επιχειρήσεων. Οι διαφορές αυτές είναι:

- 1) Το μεθοδολογικό εργαλείο το οποίο επιτρέπει αξιόπιστες συγκρίσεις μεταξύ των χωρών. Ενώ δημογραφικά στοιχεία επιχειρήσεων και μητρώα δεν υπάρχουν.

<sup>39</sup> Ιωαννίδης Στ. & Γιωτόπουλος Ι. (2014)

[http://www.iobe.gr/docs/research/RES\\_02\\_26022014\\_REP\\_GR.pdf](http://www.iobe.gr/docs/research/RES_02_26022014_REP_GR.pdf) σελ.95

- 2) Το ερευνητικό πλαίσιο του GEM αποτελεί μια δειγματοληπτική προσέγγιση, υπονοεί στατιστικές αβεβαιότητες στα συνολικά αποτελέσματα ανά χώρα.
- 3) Το GEM δίνει έμφαση σε στάσεις και αντιλήψεις απέναντι στην επιχειρηματικότητα αλλά και στην πρόθεση για επιχειρηματική δραστηριότητα εστιάζοντας στα αρχικά στάδια έναρξης μιας επιχείρησης.
- 4) Το GEM προσφέρει μέτρηση του επιχειρηματικού πνεύματος και της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε διαφορετικές φάσεις ύπαρξης μιας επιχείρησης. Επίσης, προσφέρει πληροφορίες για άλλα επιχειρηματικά χαρακτηριστικά που δεν είναι στα σχετικά μητρώα όπως ο βαθμός καινοτομίας. Τα δεδομένα του GEM δεν προσπαθούν να υποκαταστήσουν τα επίσημα μητρώα των επιχειρήσεων που υπάρχουν σε μια χώρα αλλά να συμπληρώσουν επιπρόσθετα στοιχεία για το γενικότερο κοινωνικοοικονομικό πλαίσιο εκδήλωσης της επιχειρηματικότητας και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των επιχειρηματιών.
- 5) Ένα από τα ισχυρότερα ερευνητικά πλεονεκτήματα του GEM είναι ο όγκος των στοιχείων που έχει σχηματιστεί και η δημιουργία μεταβλητών μέτρησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε ένα ευρύ σύνολο χωρών.

#### 9.4 Ο ρόλος του IOBE στο GEM

Το IOBE<sup>40</sup> αποτελεί τον εθνικό ερευνητικό συνεργάτη του GEM.

Η ερευνητική ομάδα είναι υπεύθυνη για τις έρευνες και την επεξεργασία των δεδομένων πριν την αποστολή στους συντονιστές. Αναλύει τις πλευρές της επιχειρηματικότητας και συντάσσει την Εθνική Έκθεση για την επιχειρηματικότητα στη χώρα που αναδεικνύει Εθνικές ιδιαιτερότητες και διαφοροποιήσεις.

Στόχος είναι οι προτάσεις της δημόσιας πολιτικής για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα σύμφωνα με τα εθνικά χαρακτηριστικά.

---

<sup>40</sup> Ιωαννίδης Στ. & Γιωτόπουλος Ι. (2014)

[http://www.iobe.gr/docs/research/RES\\_02\\_26022014\\_REP\\_GR.pdf](http://www.iobe.gr/docs/research/RES_02_26022014_REP_GR.pdf) σελ.103

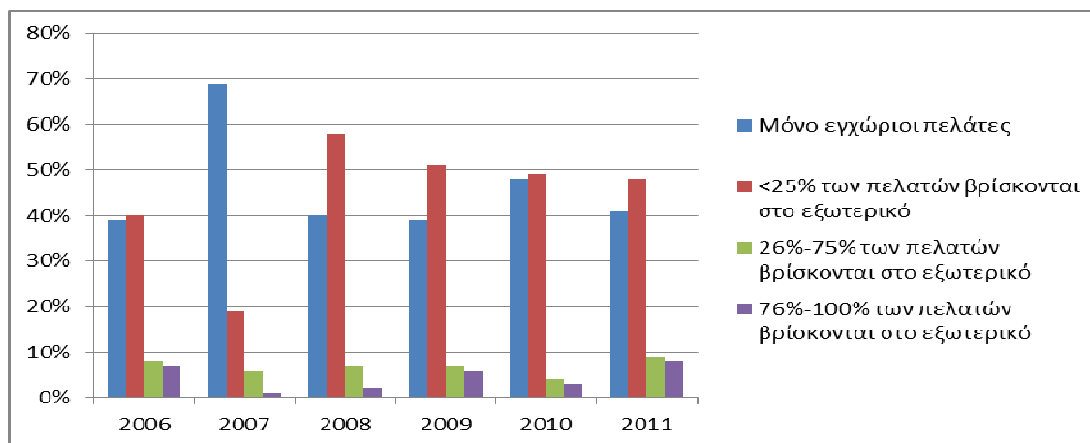
## 9.5 Πλεονεκτήματα του GEM σχετικά με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Δείκτη Επιχειρηματικότητας 2015 (GEI) η οικονομική ανάπτυξη, η διασύνδεση με την επιχειρηματικότητα και η ευημερία στην Ελλάδα είναι 42%. Η χώρα βρίσκεται στην 47<sup>η</sup> θέση ανάμεσα σε 130 κράτη που συμπεριλαμβάνονται στο συγκεκριμένο δείκτη. Σε περιφερειακό επίπεδο η Ελλάδα κατέχει την 29<sup>η</sup> θέση ανάμεσα σε 39 χώρες.

Η Ελλάδα παρουσιάζει ταυτόχρονα δυνατά σημεία αλλά και σημαντικές ελλείψεις. Τα δυνατά σημεία της χώρας είναι το ανθρώπινο δυναμικό, οι δεξιότητες των επιχειρήσεων σε στάδιο εκκίνησης, η διεθνοποίηση και η ενσωμάτωση της τεχνολογίας. Το μεγαλύτερο πρόβλημα στην Ελλάδα είναι η γραφειοκρατία, η οποία αποτελεί σημαντικό παράγοντα στις επιχειρηματικές δυνατότητες και παρόλο τις προσπάθειες για την αντιμετώπιση αυτού του προβλήματος, η Ελλάδα έχει πολύ δρόμο μπροστά όσο αφορά την αξιοποίηση του επιχειρηματικού δυναμικού προς όφελός της την οικονομική ανάπτυξη.

Η προβληματικότητα των ελληνικών επιδόσεων των νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα ως προς την καταγραφόμενη εξωστρέφεια, προκύπτει από τα δεδομένα του παρακάτω **Διαγράμματος 9.1** το οποίο παρουσιάζει την εξωστρέφεια των νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα, για το διάστημα 2006-2011. Έτσι πρόκειται ένα προβληματικό χαρακτηριστικό της νέας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, το οποίο της στερεί τη δυνατότητα να αποτελέσει βασικό μοχλό για την ανάκαμψη της οικονομίας στη σημερινή συγκυρία.

**Διάγραμμα 9.1: Εξέλιξη της εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα**



Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM (2013)

## 9.6 Πλεονεκτήματα του IOBE σχετικά με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Στο πλαίσιο του ερευνητικού προγράμματος του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας, το IOBE διεξάγει από το 2003 την ετήσια έρευνα για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Η σχετική έκθεση<sup>41</sup> για την περίοδο 2012-2013, εκτός από τους βασικούς δείκτες επιχειρηματικότητας, αναλύει τα κίνητρα, τις αντιλήψεις, τα δημογραφικά και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματικών εγχειρημάτων.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έκθεσης, το ποσοστό του πληθυσμού εγχωρίως που βρισκόταν σε φάση εκκίνησης επιχειρηματικής δραστηριότητας το 2012, ήταν 6,5%, αρκετά χαμηλότερο του αντίστοιχου ποσοστού (8%), που είχε καταγραφεί το προηγούμενο έτος.

Συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανά χώρα, 2012  
(% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών)

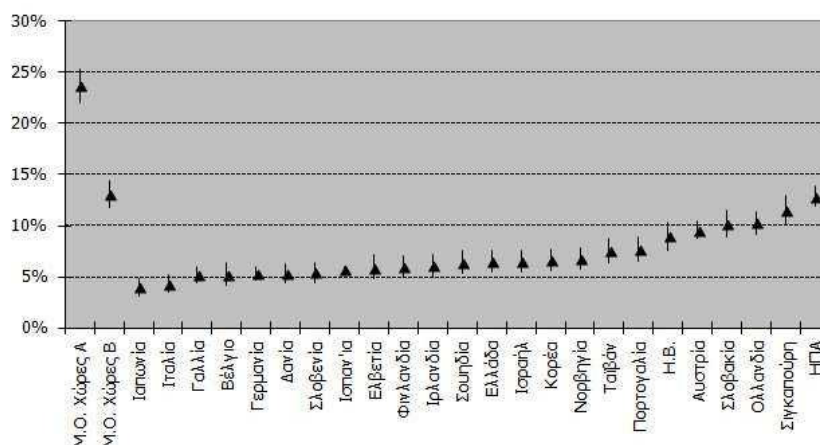
	Επίδοξοι επιχειρηματίες	Νέοι επιχειρηματίες	Επιχ/κότητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα
Χώρες Α	11,8	12,7	23,7	11,4	34,0
Χώρες Β	7,8	5,6	13,1	7,8	20,4
Αυστρία	6,6	3,4	9,6	7,6	17,0
Βέλγιο	3,3	2,0	5,2	5,1	10,3
Δανία	3,1	2,4	5,4	3,4	8,4
Φινλανδία	3,5	2,7	6,0	8,0	13,6
Γαλλία	3,7	1,5	5,2	3,2	8,2
Γερμανία	3,5	2,1	5,3	5,0	10,1
Ελλάδα	3,8	2,8	6,5	12,3	18,4
Ιρλανδία	3,9	2,3	6,1	8,3	13,9
Ισραήλ	3,5	3,0	6,5	3,8	10,2
Ιταλία	2,5	1,9	4,3	3,3	7,6
Ιαπωνία	2,3	1,7	4,0	6,1	9,7
Κορέα	2,6	4,1	6,6	9,6	16,0
Ολλανδία	4,1	6,3	10,3	9,5	19,3
Νορβηγία	3,7	3,2	6,8	5,8	12,3
Πορτογαλία	4,3	3,6	7,7	6,2	13,9
Σιγκαπούρη	7,6	4,2	11,6	3,1	14,6
Σλοβακία	6,6	3,9	10,2	6,4	16,4
Σλοβενία	2,9	2,5	5,4	5,8	11,2
Ισπανία	3,4	2,5	5,7	8,7	14,2
Σουηδία	4,6	1,8	6,4	5,2	11,4
Ελβετία	2,9	3,0	5,9	8,4	14,1
Ταϊβάν	3,3	4,2	7,5	10,4	17,7
Η.Β.	5,3	3,7	9,0	6,2	15,0
ΗΠΑ	8,9	4,1	12,8	8,6	20,6
Χώρες Γ	4,2	3,0	7,1	6,7	13,5
Μ.Ο. GEM	7,3	6,1	13,0	8,1	20,6

Χώρες Α: Χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομία  
Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

<sup>41</sup> EMEA Business Monitor (2014) <http://www.emea.gr/%CE%BC%CF%8D%CE%B8%CE%BF%CF%82-%CE%B7-%CE%AD%CE%BA%CF%81%CE%B7%CE%BE%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%CE%AE%CF%82-%CE%B5%CE%BA%CE%BA%CE%AF/389535>

Η πτώση του δείκτη οφείλεται στη διεθνή οικονομική κατάσταση στην οποία βρίσκεται η χώρα, καθώς η ύφεση περιορίζει σημαντικά τις επιχειρηματικές πρωτοβουλίες. Τα πρώτα στοιχεία από την έρευνα του 2013, καταγράφουν μία περαιτέρω πτώση του δείκτη στο 5,5%. Ακόμα και με αυτή την πτώση, το 2012 ο δείκτης για την Ελλάδα βρίσκεται κάπου στο μέσο της κατάταξης ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας.

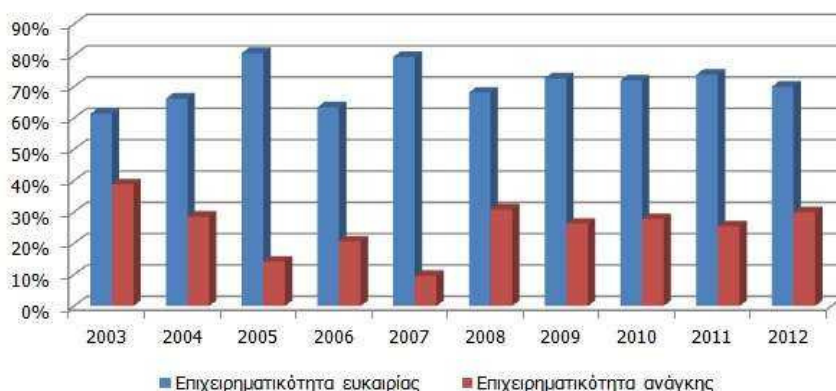
Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (νέοι και επιδοξι επιχειρηματίες) ανά χώρα το 2012



Χώρες Α: Χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας  
**Πηγή:** IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Τα ευρήματα αναφορικά με τα κίνητρα επιχειρηματικής δραστηριοποίησης αναδεικνύουν, πως μετά την έναρξη της κρίσης στην Ελλάδα, η επιχειρηματικότητα ανάγκης σημείωσε σημαντική αύξηση, με 3 στους 10 επιχειρηματίες να δηλώνουν πως στράφηκαν στον επιχειρηματικό στίβο για αυτό το λόγο.

Εξέλιξη κατανομής σε επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας

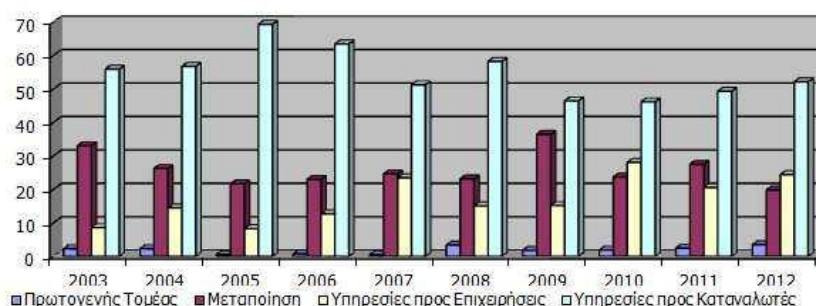


**Πηγή:** IOBE, Επεξεργασία στοιχείων: GEM

Στην κλαδική διάρθρωση της επιχειρηματικότητας το 2012 στην Ελλάδα, πάνω από το 50% των νέων εγχειρημάτων κατευθυνόταν στην διάθεση προϊόντων και υπηρεσιών στον τελικό καταναλωτή.



Διαχρονική εξέλιξη της κλαδικής κατανομής των νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα  
(% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)



Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων: GEM

Λόγω της μεγάλης κάμψης της καταναλωτικής ζήτησης, αυτός ο δείκτης μειώθηκε σημαντικά την περίοδο της κρίσης, σε αντίθεση με το ποσοστό των νέων εγχειρημάτων που προσφέρουν υπηρεσίες προς επιχειρήσεις, που παρουσιάζει σημαντική άνοδο. Η κρίση φαίνεται ότι σε κάποιο βαθμό έχει οδηγήσει στην εκκίνηση διαδικασιών αναδιάρθρωσης, ακόμα και στο επίπεδο της «μικρής επιχειρηματικότητας».

Η έλλειψη κερδοφορίας κρίνεται ως ο βασικός λόγος για την διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας σε περίοδο ύφεσης. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι λόγοι για τους οποίους κάποιοι Έλληνες επιχειρηματίες διέκοψαν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα. Το ποσοστό των Ελλήνων που δήλωσαν το 2012 ότι διέκοψαν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα το προηγούμενο δωδεκάμηνο ήταν 2,4%, σημαντικά χαμηλότερο από το 3% που είχε καταγραφεί το 2011.

Ποσοστά διακοπής επιχειρηματικής δραστηριότητας  
και λόγοι αποχώρησης από την επιχείρηση (2012)

	% του συνολικού πληθυσμού 18-64 ετών	Λόγοι αποχώρησης από επιχείρηση (%)			
		Μη κερδοφόρα επιχείρηση	Προβλήματα χρηματοδότησης	Συνταξιοδότηση	Λοιποί λόγοι
Ελλάδα	2,4	48,9	6,6	37,3	7,2
Χώρες Γ	2,7	28,6	10,9	6,8	53,6
M.O. GEM	5,6	29,2	15,2	3,6	52,0

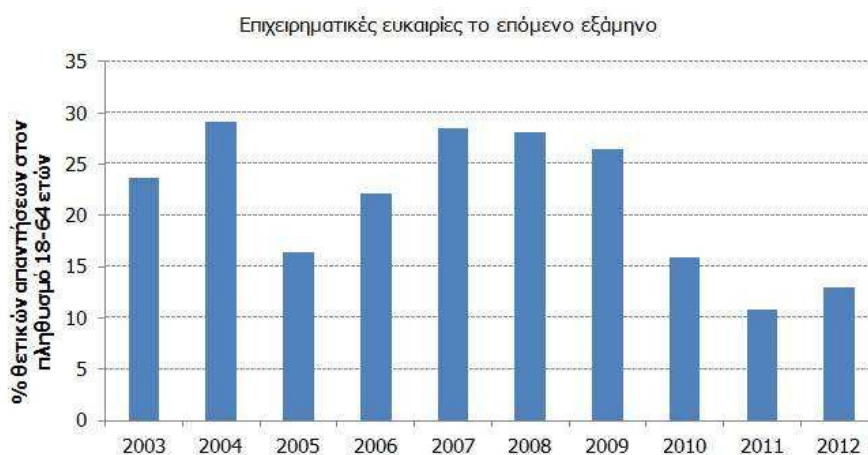
Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων: GEM

Τα ευρήματα αυτά δηλώνουν προβλήματα στην χρηματοδότηση των ελληνικών επιχειρήσεων και έλλειψη κερδοφορίας. Το 37,3% δηλώνουν την συνταξιοδότηση ως βασικό λόγο της εγκατάλειψης του επιχειρηματικού στίβου. Πρόκειται για μια μαζική έξοδο από την επιχειρηματική σταδιοδρομία.

Σύμφωνα με την έκθεση του IOBE, όλα τα παραπάνω δεδομένα παρουσιάζουν μία αρνητική εικόνα για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, ωστόσο οι πολίτες θεωρούν πως θα υπάρξουν επιχειρηματικές ευκαιρίες στον περίγυρό τους.

Η Ελλάδα καταγράφει 12,9% από τις χαμηλότερες επιδόσεις παγκοσμίως, με ιδιαίτερο ενδιαφέρον η επίδοση του 2012 διότι φαίνεται να υποδηλώνει μία σαφή αντιστροφή της πτωτικής τάσης.

Το ποσοστό των Ελλήνων που δήλωναν το 2012 ότι βλέπουν επιχειρηματικές ευκαιρίες ήταν 12,9%, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 2011 ήταν 10,9%.



Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Η ανάλυση του Ινστιτούτου αναφέρει ότι σε συνδυασμό των δύο ευρημάτων, φαίνεται ότι διαγράφουν μια τάση ανάκαμψης της οικονομίας, καθώς περισσότερα άτομα από ότι στο παρελθόν, διαπιστώνουν ότι υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες γύρω τους.



## Ε Π Ι Λ Ο Γ Ο Σ

Συνοψίζοντας, σε μια περίοδο που επικρατεί αβεβαιότητα για το μέλλον και η οικονομική κρίση βαλτώνει τις επιχειρήσεις, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι, θα πρέπει να ληφθούν σημαντικά μέτρα για την αντιμετώπιση της κατάστασης αυτής.

Υπάρχουν πολλοί παράγοντες που επιδρούν στη διαμόρφωση ενός θετικού ή αρνητικού επιχειρηματικού κλίματος σε μια οικονομία, ένας εξ' αυτών είναι η εκπαίδευση.

Η εκπαίδευση βοηθάει επιχειρηματίες και εργαζόμενους να κατανοήσουν τις λειτουργίες της κάθε επιχείρησης, να εντοπίσουν πιθανά προβλήματα, να εστιάσουν σε ενδεχόμενες λύσεις, αξιοποιώντας προγράμματα εξειδίκευσης για γρηγορότερα αποτελέσματα με σκοπό την καλύτερη λειτουργία αυτών. Επίσης, λόγω υπερανταγωνισμού και ανατροπής ισορροπιών των επιχειρήσεων, σε περίοδο οικονομικής κρίσης οι ελληνικές επιχειρήσεις μπορούν να διεκδικήσουν σημαντικές καινοτομίες μέσα από στρατηγικές, πολιτικές και προοπτικές για διεθνή ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, έχοντας λάβει γνώση και ειδίκευση για τον τρόπο λειτουργίας μεγάλων πολυεθνικών εταιριών στις τοπικές τους οικονομίες.

Η οικονομική ύφεση ασκεί μεγάλη επιρροή στην οικονομία, στην κοινωνία και ιδιαίτερα στην πορεία των μεγάλων και μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Τα αποτελέσματα αυτής της κρίσης είναι τα πολλά προβλήματα αλλά και εμπόδια που προκύπτουν, με αποτέλεσμα την δυσκολία για αναζήτηση επιχειρηματικής ευκαιρίας.

Όσες επιχειρήσεις αντέχουν στην οικονομική κρίση και ιδίως οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, αντιμετωπίζουν προβλήματα στη χρηματοδότηση, αλλά και στην ενίσχυσή τους σε αντίθεση με τις μεγάλες επιχειρήσεις, λόγω των περιορισμένων οικονομικών πόρων τους και της κύριας εξάρτησής τους από το τραπεζικό δανεισμό, όπου αναγκάζονται να καταβάλλουν υψηλότερα επιτόκια από τις μεγάλες επιχειρήσεις προκειμένου να συνεχίσουν την δραστηριοποίησή τους.

Ανακεφαλαιώνοντας όλα τα παραπάνω, μπορούμε να πούμε ότι, για την αποτελεσματική στήριξη όλων των επιχειρήσεων θα πρέπει να ληφθούν δυναμικές αποφάσεις και να πραγματοποιηθούν αλλαγές στην οικονομία, στο τραπεζικό σύστημα, στον τρόπο επενδύσεων, στο φορολογικό σύστημα και στο καθεστώς εξαγωγών, ώστε να μπορέσει να αναπτυχθεί η επιχειρηματικότητα στη χώρα μας.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Αναπτυξιακή Εταιρεία ETANAM Α.Ε. (2003) «Οδηγός επιχειρηματικότητας σε θέματα καινοτόμων μεταποιητικών επιχειρήσεων». Ανακτήθηκε από <http://www.serresbiz.com/312c/el/other/third/businessguide.pdf> στις 28 Απριλίου 2014
2. Γενική Γραμματεία Επενδύσεων (ΕΣΠΑ 2007-2013) «Στήριξη Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων». Ανακτήθηκε από [http://www.ggea.gr/ap/stirixi\\_me.htm](http://www.ggea.gr/ap/stirixi_me.htm) στις 3 Ιανουαρίου 2015
3. Γραφείο Διασύνδεσης και Σταδιοδρομίας «Γυναικεία Επιχειρηματικότητα». Ανακτήθηκε από <http://www.career.tuc.gr/3580.html> στις 3 Φεβρουαρίου 2015
4. Ειδική Υπηρεσία Συντονισμού και Παρακολούθησης Δράσεων Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου (2014) «Κοινωνική Επιχειρηματικότητα». Ανακτήθηκε από <https://www.espa.gr/el/Pages/NewsFS.aspx?item=635> στις 10 Ιανουαρίου 2015
5. EMEA Business Monitor (2014) «Μύθος ή έκρηξη επιχειρηματικής εκκίνησης στην Ελλάδα». Ανακτήθηκε από <http://www.emea.gr/%CE%BC%CF%8D%CE%B8%CE%BF%CF%82-%CE%B7-%CE%AD%CE%BA%CF%81%CE%B7%CE%BE%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%CE%AE%CF%82-%CE%B5%CE%BA%CE%BA%CE%AF/389535> στις 16 Φεβρουαρίου 2015
6. Ένωση Ελληνικών Εταιρειών Επιχειρηματικών Κεφαλαίων (2003) «Η σημασία του Business Plan». Ανακτήθηκε από <http://www.hvca.gr/epixeirhmaties/h-shmasia-toy-business-plan.html> στις 2 Οκτωβρίου 2014
7. Ζαμπετάκης Λ. (2005) «Επιχειρηματικότητα και Περιβάλλον» Σημειώσεις διαλέξεων ΤΕΙ Κρήτης. Ανακτήθηκε από <http://www.lib.teicrete.gr/webnotes/sdo/Epixeirimatikotita/notes3.pdf> στις 25 Ιανουαρίου 2015
8. «Η Επιχειρηματική Ευκαιρία» Σημειώσεις Βιβλιοθήκης ΤΕΙ Κρήτης. Ανακτήθηκε από <http://www.lib.teicrete.gr/webnotes/sdo/Epixeirimatikotita/notes3.pdf> στις 9 Ιανουαρίου 2015

9. Θεοχαρίδης Αθ. (2007) «Νεανική Επιχειρηματικότητα στην Ελληνική Πραγματικότητα». Ανακτήθηκε από [http://www.intellectum.org/articles/issues/intellectum2/ITL02p099104\\_theoxaridis.pdf](http://www.intellectum.org/articles/issues/intellectum2/ITL02p099104_theoxaridis.pdf) στις 25 Ιουλίου 2014
10. Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων (2012) «Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα». Ανακτήθηκε από <http://www.imegsevee.gr/statistics/555-2012-10-23-10-15-20> στις 20 Δεκεμβρίου 2014
11. Ιωαννίδης Στ. & Γιωτόπουλος Ι. (2014) «Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2012-13: Ενδείξεις ανάκαμψης της μικρής επιχειρηματικότητας». Ανακτήθηκε από [http://www.iobe.gr/docs/research/RES\\_02\\_26022014\\_REP\\_GR.pdf](http://www.iobe.gr/docs/research/RES_02_26022014_REP_GR.pdf) στις 13 Νοεμβρίου 2014
12. Κέφης Β. «Το επιχειρηματικό όραμα σε Business Plan» Εκδόσεις Παπαζαχαρίου
13. Κοινοφελής Αστική Εταιρία «Τι σημαίνει Κοινωνική Επιχειρηματικότητα». Ανακτήθηκε από [http://www.aelialab.gr/?page\\_id=4136](http://www.aelialab.gr/?page_id=4136) στις 9 Φεβρουαρίου 2015
14. Κουφάρης Γ. (2010) «Η παγκόσμια οικονομική κρίση και οι χρηματιστηριακές αγορές» Περιοδικό χρήμα Ιανουάριος-Φεβρουάριος 2010. Ανακτήθηκε από [http://el.wikibooks.org/wiki/%CE%9F%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%AE\\_%CE%BA%CF%81%CE%AF%CF%83%CE%B7\\_%CE%91%CE%B9%CF%84%CE%AF%CE%B5%CF%82\\_%CE%BA%CE%B1%CE%B9\\_%CE%B1%CF%80%CE%BF%CF%84%CE%B5%CE%BB%CE%AD%CF%83%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1#.CE.97\\_.CE.AD.CE.BD.CE.BD.CE.BF.CE.B9.CE.B1\\_.CF.84\\_.CE.BF.CF.85\\_.CF.8C.CF.81.CE.BF.CF.85\\_.22.CE.9F.CE.B9.CE.BA.CE.BF.CE.BD.CE.BF.CE.BC.CE.B9.CE.BA.CE.AE\\_.CE.BA.CF.81.CE.AF.CF.83.CE.B7.22](http://el.wikibooks.org/wiki/%CE%9F%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%BA%CF%81%CE%AF%CF%83%CE%B7_%CE%91%CE%B9%CF%84%CE%AF%CE%B5%CF%82_%CE%BA%CE%B1%CE%B9_%CE%B1%CF%80%CE%BF%CF%84%CE%B5%CE%BB%CE%AD%CF%83%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1#.CE.97_.CE.AD.CE.BD.CE.BD.CE.BF.CE.B9.CE.B1_.CF.84_.CE.BF.CF.85_.CF.8C.CF.81.CE.BF.CF.85_.22.CE.9F.CE.B9.CE.BA.CE.BF.CE.BD.CE.BF.CE.BC.CE.B9.CE.BA.CE.AE_.CE.BA.CF.81.CE.AF.CF.83.CE.B7.22) στις 9 Οκτωβρίου 2014
15. Λιούκας Σπ.(2010) «Οι ελληνικές επιχειρήσεις μετά την κρίση: Προοπτικές και στρατηγικές για διεθνή ανταγωνιστικότητα». Ανακτήθηκε από [http://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/20-5\\_lioukas.pdf](http://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/20-5_lioukas.pdf) στις 20 Ιανουαρίου 2015
16. Μακρόπουλος Π. «Σημαντικότερα Βήματα για μια επιτυχημένη επιχείρηση» Ανακτήθηκε από <http://kallithea.hua.gr/epixeirein/dihm4%20docs/makropoulos1.pdf> στις 19 Σεπτεμβρίου 2014
17. Μανασάκης Κ. (2013) «Παρατηρητήριο για την κρίση». Ανακτήθηκε από <http://crisisobs.gr/wp-content/uploads/2013/07/POLICY-PAPER->

[No12.2013\\_%CE%9C%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CF%83%CE%AC%CE%BA%CE%B7%CF%82-%CE%9A%CF%89%CE%BD%CF%83%CF%84%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%AF%CE%BD%CE%BF%CF%82.pdf](#) στις 10 Μαΐου 2014

18. Μιχιώτης Στ. (2006) «Η έννοια και η σημασία της επιχειρηματικότητας σήμερα». Ανακτήθηκε από <http://www.tetras-consult.gr/resources/Resources/Papers%20in%20Greek/Entrepreneurship%20today.pdf> στις 29 Αυγούστου 2014
19. Μπασδέκης Χαρ. (2013) «Η σημασία και ο ρόλος των MME στην Ελληνική Οικονομία». Ανακτήθηκε από <http://www.indeepanalysis.gr/?q=node/1676> στις 16 Δεκεμβρίου 2014
20. Μπούμπουκας Ε. (2008) «Πράσινη Επιχειρηματικότητα». Ανακτήθηκε από [http://www.ekt.gr/content/img/product/75031/full\\_issue.pdf](http://www.ekt.gr/content/img/product/75031/full_issue.pdf) στις 2 Αυγούστου 2014
21. Νικολάου Ι. (2007-2013) «Κοινωνική Οικονομία-Κοινωνική Επιχειρηματικότητα». Ανακτήθηκε από <http://kdvm.gr/Media/Default/Pdf%20enotites/1.2.pdf> στις 15 Ιανουαρίου 2015
22. Ντόβας Δ. (2014) «Εισαγωγή στην Επιχειρηματικότητα και την Καινοτομία», διδακτικές σημειώσεις, ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας
23. Παπαπανάγος Χ. «Επιχειρηματικότητα των νέων» Διαλέξεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας. Ανακτήθηκε από [http://mke.uom.gr/documents/BSAS/Lessons\\_11\\_12.pdf](http://mke.uom.gr/documents/BSAS/Lessons_11_12.pdf) στις 20 Φεβρουαρίου 2015
24. Παπαρζή Ε. «Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα». Ανακτήθηκε από [http://isotita.unipi.gr/assets/erevna\\_6.pdf](http://isotita.unipi.gr/assets/erevna_6.pdf) στις 28 Ιουνίου 2014
25. Σαλάβου Ε. «Δρόμοι εξέλιξης στο Επιχειρείν» Εκδόσεις Καστανιώτη (2006)
26. Σαράφης Η. (2006) «Επιχειρηματικότητα» Σημειώσεις ΤΕΙ Καβάλας. Ανακτήθηκε από [http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/4607/1307\\_08.pdf](http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/4607/1307_08.pdf) στις 15 Μαΐου 2014
27. Σόλων (2012) «Πράσινη Επιχειρηματικότητα». Ανακτήθηκε από <http://www.solon.org.gr/index.php/2008-07-16-12-40-26.html> στις 31 Ιανουαρίου 2015

28. Υπουργείο Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλειας και Πρόνοιας (2014) Δελτίο Τύπου σχετικά με Διεθνές Συνέδριο «Κοινωνική Επιχειρηματικότητα ένα εργαλείο για την τοπική ανάπτυξη, την αντιμετώπιση της ανεργίας των νέων και των κοινωνικών αναγκών». Ανακτήθηκε από [https://www.espa.gr/Lists/Custom\\_Announcements/Attachments/635/%CE%94%CE%95%CE%9B%CE%A4%CE%99%CE%9F%20%CE%A4%CE%A5%CE%A0%CE%9F%CE%A5%205\\_6\\_2014.pdf](https://www.espa.gr/Lists/Custom_Announcements/Attachments/635/%CE%94%CE%95%CE%9B%CE%A4%CE%99%CE%9F%20%CE%A4%CE%A5%CE%A0%CE%9F%CE%A5%205_6_2014.pdf) στις 2 Δεκεμβρίου 2014
29. Υπουργείο Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλειας και Πρόνοιας (2014) Δελτίο Τύπου σχετικά με Διεθνές Συνέδριο «Κοινωνική Επιχειρηματικότητα ένα εργαλείο για την τοπική ανάπτυξη, την αντιμετώπιση της ανεργίας των νέων και των κοινωνικών αναγκών». Ανακτήθηκε από [https://www.espa.gr/Lists/Custom\\_Announcements/Attachments/635/%CE%94%CE%95%CE%9B%CE%A4%CE%99%CE%9F%20%CE%A4%CE%A5%CE%A0%CE%9F%CE%A5%2012\\_6\\_2014.pdf](https://www.espa.gr/Lists/Custom_Announcements/Attachments/635/%CE%94%CE%95%CE%9B%CE%A4%CE%99%CE%9F%20%CE%A4%CE%A5%CE%A0%CE%9F%CE%A5%2012_6_2014.pdf) στις 3 Δεκεμβρίου 2014
30. Χααραλαμπόπουλος Άλ. (2005) «Για την ανάπτυξη μιας επιτυχημένης στρατηγικής». Τεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδας. Ανακτήθηκε από [http://library.tee.gr/digital/m2104/m2104\\_charalabopoulos.pdf](http://library.tee.gr/digital/m2104/m2104_charalabopoulos.pdf) στις 17 Νοεμβρίου 2014

## **Πνευματικά Δικαιώματα**

Copyright© ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved. Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν.1599/1988 και τα άρθρα 2,4,6 παρ.3 του Ν.1256/1982, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής εργασίας και δεν προσβάλλει κάθε μορφής πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον.

Ευαγγελία Παπαδόγιαννου (2015)