



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: **ΖΕΡΒΑ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ** **Α.Μ. 9647**
 ΚΑΝΤΟΥ ΜΑΡΙΑ-ΤΖΟΑΝΝΑ **Α.Μ. 9403**
 ΚΛΕΙΣΙΑΡΗ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ **Α.Μ. 9360**

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: **ΓΙΩΤΟΠΟΥΛΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ**

ΠΑΤΡΑ , ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2012

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα μελέτη εστιάζει στα ζητήματα που αντιμετωπίζουν οι Έλληνες εργαζόμενοι στο σύγχρονο επιχειρησιακό περιβάλλον. Στόχος της εργασίας είναι να αναδειχθεί ο τρόπος δημιουργίας μιας επιχείρησης και γενικότερα ο τρόπος ανάλυσης της επιχειρηματικότητας. Γίνεται λόγος για την καινοτομία, τη χρηματοδότηση και τον τρόπο μέτρησης της επιχειρηματικότητας με τους αντίστοιχους δείκτες. Ακόμα, γίνεται ανάλυση των δεικτών επιχειρηματικότητας βάση της έρευνας του παγκοσμίου πρατηρίου ερευνών GEM σε συνεργασία με τον IOBE (σχετικά με τα δεδομένα της Ελλάδας).

Για την επίτευξη του σκοπού της μελέτης πραγματοποιήθηκε μια πρωτογενής-ποσοτική έρευνα με εργαλείο το ερωτηματολόγιο, το οποίο περιελάμβανε 19 ερωτήσεις κλειστού τύπου και απευθυνόταν σε μικρό-μεσαίες επιχειρήσεις στις περιοχές της Κέρκυρας, της Πάτρας και της Θήβας. Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται με γραφήματα και πίνακες.

Στο παρόν μέρος της μελέτης θα αναφερθούμε σε διάφορα θέματα που αφορούν γενικότερα στην επιχειρηματικότητα και στην σημασία της. Θα ξεκινήσουμε αναλύοντας τη γενικότερη αξία της επιχειρηματικότητας και θα παρουσιάσουμε τα οικονομικά αποτελέσματα που μπορεί να προκαλέσει η σωστή ανάπτυξή της σε κάθε οικονομία. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται όλο και περισσότερο αύξηση ενδιαφέροντος για το ρόλο της επιχειρηματικότητας στην ανάπτυξη της οικονομίας. Το γεγονός αυτό έχει ως αποτέλεσμα η μελέτη αυτής της μορφής ανθρώπινης δράσης να παρουσιάζει πρωτεύουσα θέση σε θεωρητικό και εμπειρικό επίπεδο οικονομικών και όχι μόνο ερευνών.

Όσον αφορά σε κάθε οικονομία ξεχωριστά, μέσω της επιχειρηματικής δραστηριότητας διασφαλίζεται η παρουσία της στην παγκοσμιοποιημένη αγορά. Συνεπώς, δίνοντας έμφαση στη διαδικασία επενδύσεων των επιχειρήσεων σε εξοπλισμό, ανθρώπινο κεφάλαιο, συστήματα οργάνωσης και δίκτυα προώθησης της παραγωγής σε παραδοσιακές και νέες αγορές, αναπτύσσεται η παρουσία της επιχειρηματικότητας στην αγορά. Επομένως, για τη διασφάλιση της παρουσίας αυτής είναι αναγκαίος ο ενεργός ρόλος του επιχειρηματία, που αναλαμβάνει κινδύνους και συντονίζει την παραγωγική διαδικασία.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία αποτελείται από έξι κεφάλαια με τις αντίστοιχες υποενότητες τους. Το πρώτο κεφάλαιο περιλαμβάνει μια μικρή εισαγωγή σχετικά με τα περιεχόμενα της μελέτης. Το δεύτερο κεφάλαιο μας εξηγεί την έννοια της επιχειρηματικότητας μέσα από ορισμούς που έχουν δοθεί κατά καιρούς από διάφορους οικονομολόγους. Στο τρίτο κεφάλαιο μιλάμε για ένα είδος ανάπτυξης των επιχειρηματικών δράσεων, αρκετά διαδεδομένο που συμβάλει στην βελτίωση των επιχειρήσεων, την καινοτομία και τον τρόπο με τον οποίο αυτή χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις. Στο επόμενο κεφάλαιο αναφέρονται οι πηγές άντλησης κεφαλαίου ή με άλλα λόγια, ο τρόπο αύξησης του μετοχικού κεφαλαίου μιας επιχείρησης με τη βοήθεια τρίτων ή αλλιώς, οι «Πηγές Χρηματοδότησης». Το πέμπτο και το έκτο κεφάλαιο είναι κυρίως ερευνητικού περιεχομένου καθώς περιέχουν τα συμπεράσματα δύο διαφορετικών ερευνών. Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζουμε τον τρόπο μέτρησης της επιχειρηματικότητας με τους ανάλογους δείκτες, μέσα από τα αποτελέσματα των ερευνών του GEM (Global Entrepreneurship Monitor) σε συνεργασία με τον IOBE (Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών) με την λεπτομερή και αναλυτική ερμηνεία του κάθε δείκτη επιχειρηματικότητας. Τέλος, στο έκτο και τελευταίο κεφάλαιο απεικονίζονται τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων που είχαν σταλεί σε ένα πλήθος επιχειρήσεων από τις οποίες το δείγμα που συγκεντρώσαμε ήταν γύρω στις 40 επιχειρήσεις.

ABSTRACT

This dissertation consists of six chapters with their respective subsections. The first chapter contains a brief introduction about the contents of the study. The second chapter explains the concept of entrepreneurship through definitions given at times by various economists. In the third chapter talking about a kind of development of business cases, quite widespread that help improve business, innovation and how it is used by businesses. In the next chapter the sources of capital or in other words, how to increase the share capital of a company with the help of third parties or otherwise, the "Funding Sources". The fifth and sixth chapters are mainly research content and contain the conclusions of two different surveys. In the fifth chapter, we present a measurement of entrepreneurship with their corresponding indicators, through the results of surveys of GEM (Global Entrepreneurship Monitor) in collaboration with the FEIR (Foundation for Economic and Industrial Research) with a detailed and comprehensive interpretation of each indicator entrepreneurship. Finally, the sixth and final chapter shows the results of the questionnaires were sent to a number of companies from which the sample was collected around 40 companies.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα μελέτη εκπονήθηκε στα πλαίσια του Προγράμματος Πτυχιακών Σπουδών Οικονομίας και Διοίκησης στο τμήμα Λογιστικής του Ανώτατου Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Πατρών και αποτελεί τη πτυχιακή μας εργασία. Θα θέλαμε να ξεκινήσουμε ευχαριστώντας τον αξιότιμο καθηγητή Δρ. Ιωάννη Γιωτόπουλο για την πολύτιμη καθοδήγησή του στην προσπάθειά μας να πραγματοποιήσουμε με επιτυχία και σε επίπεδο ικανοποιητικό την παρούσα πτυχιακή εργασία. Οι συμβουλές, τα σχόλια και οι υποδείξεις του καθ' όλη τη διάρκεια της συγγραφής ήταν κάτι παραπάνω από αναγκαία και ευπρόσδεκτα. Παράλληλα οφείλουμε να ευχαριστήσουμε το ερευνητικό προσωπικό του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) για την παραχώρηση όλων των στατιστικών δεδομένων. Εν κατακλείδι, θα θέλαμε επίσης να ευχαριστήσουμε τους κύριους καθηγητές για τη συμμετοχή τους στην τριμελή εξεταστική επιτροπή και για τις χρήσιμες παρατηρήσεις τους. Επιπλέον, ευχαριστούμε τους γονείς μας και όσους μας στάθηκαν στην προσπάθειά μας να φέρουμε εις πέρας τη τετράχρονη φοίτηση μας στο τμήμα Λογιστικής της Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας (ΣΔΟ) του Ανώτατου Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Πατρών. Ευχαριστούμε όλους τους φορείς της σχολής για την συνεργασία συμπεριλαμβανομένου τους καθηγητές που μας καθοδήγησαν έως εδώ, την γραμματεία και τον αξιότιμο προϊστάμενο του τμήματος κύριο Γεώργιο Ζαφειρόπουλο.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | |
|---|----|
| ΠΡΟΛΟΓΟΣ..... | 1 |
| ΠΕΡΙΛΗΨΗ | 2 |
| ABSTRACT | 3 |
| ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ | 4 |
| ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ..... | 8 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ | 9 |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ | 9 |
| 1.1 ΕΝΝΟΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ | 9 |
| 1.2 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ | 10 |
| 1.3 Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ | 10 |
| 1.4 ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ | 11 |
| 1.5 ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ | 11 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ..... | 12 |
| ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ..... | 12 |
| 2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ | 12 |
| 2.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ..... | 13 |
| 2.3 ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ | 14 |
| 2.4 ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ | 15 |
| 2.5 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ..... | 15 |
| 2.6 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ ΓΕΝΝΙΕΣΑΙ Ή ΓΙΝΕΣΑΙ – ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ | 16 |
| 2.7 ΟΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ | 16 |
| 2.8 ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ | 17 |
| 2.9 ΘΕΩΡΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΗΣ..... | 18 |
| 2.10 ΑΥΣΤΡΙΑΚΗ ΘΕΩΡΙΑ ΠΕΡΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ | 20 |
| 2.10.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ..... | 21 |
| 2.10.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΒΑΣΗ ΑΥΣΤΡΙΑΚΗΣ ΘΕΩΡΙΑΣ | 22 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ | 23 |
| ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ..... | 23 |
| 3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ..... | 23 |
| 3.2 ΟΡΙΣΜΟΣ - ΦΥΣΗ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ | 23 |
| 3.3 ΕΙΔΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ..... | 24 |
| 3.4 Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ | 26 |
| 3.5 Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΟ ΚΡΙΣΗΣ | 27 |
| 3.6 ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ..... | 28 |
| 3.6.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ | 28 |
| 3.6.2 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ(ΤΕΠΕ)..... | 28 |
| 3.6.3 Η ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ(ΤΕΠΕ) ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ | 28 |
| 3.6.4 Η ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ..... | 29 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ..... | 31 |
| ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ..... | 31 |
| 4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ..... | 31 |
| 4.2 ΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΑΙ ΟΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΧΡΗΣΗΣ ΤΟΥ | 31 |

| | |
|--|----|
| 4.2.1 ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ | 32 |
| 4.3. ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ | 32 |
| 4.3.1 ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ | 32 |
| 4.3.2 ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ | 33 |
| 4.3.3 ΛΟΙΠΕΣ ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ..... | 34 |
| 4.3.3.α. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΓΙΑ ΝΕΕΣ (ΜΙΚΡΕΣ) ΚΑΙ ΩΡΙΜΟΤΕΡΕΣ (ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ) ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΔΙΑΦΟΡΕΣ..... | 42 |
| 4.3.3.β. ΜΕΡΙΚΕΣ ΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΠΗΓΕΣ ΑΝΤΛΗΣΗΣ ΜΕΤΟΧΙΚΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΑΙ ΧΡΕΟΥΣ..... | 44 |
| 4.3.3.γ. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΠΗΓΩΝ | 44 |
| 4.4 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΚΑΙ Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΑΖΙ ΤΗΣ..... | 49 |
| 4.4.1 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΩΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ | 49 |
| 4.5 ΓΙΑΤΙ Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟ ΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑ;..... | 49 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ..... | 52 |
| ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΜΕΤΡΗΣΗ ΔΕΙΚΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ | 52 |
| 5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ..... | 52 |
| 5.1.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ GEM;..... | 52 |
| 5.2 ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ..... | 52 |
| 5.2.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ (EARLY-STAGE ENTREPRENEURIAL ACTIVITY)..... | 53 |
| 5.2.1.α ΕΠΙΔΟΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ..... | 53 |
| 5.2.1.β ΝΕΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ | 56 |
| 5.2.1.γ ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ..... | 57 |
| 5.2.1.δ ΔΕΙΚΤΗ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ ΕΠΙΧ/ΤΑΣ ΒΑΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΤΟΥ GEM | 58 |
| 5.2.2 ΔΕΙΚΤΗΣ ΑΝΑΣΤΟΛΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ..... | 59 |
| 5.2.3 ΔΕΙΚΤΗΣ ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ | 61 |
| 5.2.4 ΔΕΙΚΤΗΣ ΣΥΝΟΛΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ..... | 61 |
| 5.2.5. ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ..... | 62 |
| 5.2.5.α ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ..... | 62 |
| 5.2.6 ΠΡΟΘΕΣΗ ΕΝΑΡΞΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ | 63 |
| 5.2.7 ΑΤΥΠΟΙ ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ..... | 63 |
| 5.2.7.α ΠΟΙΟΣ ΘΕΩΡΕΙΤΑΙ ΑΤΥΠΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΗΣ;..... | 63 |
| 5.2.7.β «ΑΤΥΠΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΗΣ» ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΥΣΤΡΙΑΚΗ ΘΕΩΡΙΑ..... | 64 |
| Εννέα Υποθέσεις των Άτυπων Επενδυτών | 64 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ | 68 |
| ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ | 68 |
| 6.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ..... | 68 |
| 6.2 ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ (ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ)..... | 69 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.1 | 69 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.1 | 70 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.2..... | 70 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.2 | 71 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.3..... | 71 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.3 | 72 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.4..... | 72 |

| | |
|---|-----|
| ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.4 | 73 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5..... | 74 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.5 | 74 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.6..... | 75 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.6 | 75 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.7..... | 76 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.7 | 76 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.8..... | 78 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.8 | 78 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.9..... | 80 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.9 | 81 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.10..... | 83 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.10 | 84 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.11 | 85 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.11 | 87 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.12..... | 88 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.12 | 89 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.13..... | 90 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.13 | 92 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.14..... | 93 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.14 | 94 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.15..... | 95 |
| ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.15 | 97 |
| ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α' | 99 |
| ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ..... | 99 |
| ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β' | 104 |
| ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ | 104 |
| ΕΠΙΛΟΓΟΣ..... | 105 |
| ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ..... | 106 |

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

| | | |
|---------|---|--|
| GEM | = | Global Entrepreneurship Monitor |
| IOBE | = | Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών |
| ΟΟΣΑ | = | Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης |
| ΣΕΔ | = | Δείκτης Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας |
| Μ.Κ.Ο | = | Μη Κυβερνητική Οργάνωση |
| Κ.Ε.Κ | = | Κέντρο Επαγγελματικής Αποκατάστασης |
| Μ.Α.Ι.Χ | = | Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων |
| Δρ. | = | Διδάκτωρ |
| ΜΜΕ | = | Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις |
| κ.ο.κ. | = | Και ούτω καθεξής |
| κ.λ.π. | = | Και λοιπά |
| κ. α . | = | Και άλλα |
| δρχ. | = | Δραχμές |
| εκάτ. | = | Εκατομμύρια |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 ΕΝΝΟΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Πολύς λόγος γίνεται τα τελευταία χρόνια για την επιχειρηματικότητα καθώς σ' αυτήν έχουν εναποτεθεί οι ελπίδες για την αύξηση των θέσεων εργασίας και συνεπώς του εισοδήματος των πολιτών. Επιχειρηματικότητα είναι η δραστηριότητα δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, εισαγωγής νέων προϊόντων και τεχνολογικών νεωτερισμών και γενικώς η ανάληψη των κινδύνων με αποτέλεσμα την αναζήτηση επιχειρηματικών ευκαιριών προς όφελος αφενός του επιχειρηματία και αφετέρου του κοινωνικού και οικονομικού περιβάλλοντός του. Ειδικότερα είναι η διαδικασία δημιουργίας κάτι καινούργιου που έχει αξία (για την αγορά, την κοινωνία), με την αφιέρωση του απαραίτητου χρόνου και προσπάθειας, και την ανάληψη των συνοδευόμενων οικονομικών, ψυχολογικών και κοινωνικών κινδύνων, που λαμβάνει τις προκύπτουσες ανταμοιβές (οικονομικές, ψυχολογικές). Εννοούμε ακόμα τη δεξιοτέτακτη της οργάνωσης, του σχεδιασμού και της υλοποίησης μιας ιδέας, προκειμένου να προσφερθεί στην αγορά ένα προϊόν ή μια υπηρεσία με τρόπο έξυπνο, πρωτότυπο, ανταγωνιστικό και αποτελεσματικό.¹ Το 5,3% του ενεργού πληθυσμού της Ελλάδας, μεταξύ 18 και 64 ετών, είχαν το 2010-2011 επιχειρηματική δραστηριότητα, η οποία αφορούσε είτε τη διοίκηση/ιδιοκτησία μιας νέας επιχείρησης, είτε τις διαδικασίες για την ίδρυση μιας επιχείρησης. Στο παρόν μέρος της μελέτης θα αναφερθούμε σε διάφορα θέματα που αφορούν γενικότερα στην επιχειρηματικότητα και στην σημασία της. Θα ξεκινήσουμε αναλύοντας τη γενικότερη αξία της επιχειρηματικότητας και θα παρουσιάσουμε τα οικονομικά αποτελέσματα που μπορεί να προκαλέσει η σωστή ανάπτυξή της σε κάθε οικονομία. Στη συνέχεια θα μιλήσουμε για τις προϋποθέσεις εκδήλωσης της βασικής αυτής μορφής ανθρώπινης δράσης.

²Οι Ευρωπαίοι συμμετέχουν λιγότερο από τους Αμερικανούς σε νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες και οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις δεν έχουν εξίσου γρήγορους ρυθμούς ανάπτυξης σε σχέση με τις επιχειρήσεις των ΗΠΑ. Είναι, λοιπόν, προφανές ότι η Ευρώπη πρέπει να ενθαρρύνει ακόμη περισσότερο την επιχειρηματικότητα. Χρειάζεται περισσότερες νέες και κερδοφόρες επιχειρήσεις που να είναι σε θέση να αξιοποιήσουν το άνοιγμα των αγορών και να ξεκινήσουν δημιουργικές και καινοτόμες προσπάθειες αξιοποίησής τους σε μεγαλύτερη κλίμακα.

Παράλληλα οι διαρθρωτικές αλλαγές της οικονομίας που παρατηρήθηκαν στα τέλη του περασμένου αιώνα μετακύλυσαν το συγκριτικό πλεονέκτημα της Ευρώπης προς δραστηριότητες που βασίζονται στη γνώση. Σ' αυτό το πλαίσιο τα ευρωπαϊκά κράτη-μέλη, λαμβάνοντας υπόψη τους σκοπούς της ενιαίας οικονομικής πολιτικής της Ευρώπης, κατέληξαν το 2000 (μέσω του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου) στη Λισσαβόνα σε μια συμφωνία, η βασική στοχοθέτηση της οποίας είναι να γίνει η ευρωπαϊκή οικονομία η πιο ανταγωνιστική και δυναμική οικονομία της γνώσης στον κόσμο, ικανή για βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη με περισσότερες και καλύτερες θέσεις εργασίας και μεγαλύτερη κοινωνική συνοχή έως το 2010. Ένας από τους τομείς που, αν αναπτυχθούν επαρκώς, θα επηρεάσουν θετικά προς αυτή την κατεύθυνση, προφανώς και είναι η τόνωση της επιχειρηματικότητας.

¹ Μεσογειακό Κ.Ε.Κ – Μ.Α.Ι.Χ

² Πράσινη Βίβλος για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη, Βρυξέλλες (2003)

Επομένως, στο δεύτερο κεφάλαιο της παρούσας πτυχιακής εργασίας, γίνεται αναφορά σχετικά με την επιχειρηματικότητα παρουσιάζοντάς την μέσω από ποικίλους ορισμούς. Η επιχειρηματικότητα ερμηνεύεται ως η δεξιότητα της οργάνωσης, της υλοποίησης και του σχεδιασμού μιας ιδέας με σκοπό να αναπτυχθεί στην αγορά ένα νέο προϊόν το οποίο θα είναι άκρως ανταγωνιστικό και πρωτότυπο, το οποίο θα επιφέρει κέρδη στην επιχείρηση και αυτό, επίσης, φαίνεται μέσα από τα χαρακτηριστικά της. Ωστόσο, χαρακτηρίζεται από δύο μορφές του: στρατηγικού και επαναστατικού νεωτερισμού. Στη συνέχεια, αναφερόμαστε στην έννοια του επιχειρηματία, ο οποίος είναι το άτομο εκείνο που προσπαθεί να συνδυάσει το ταλέντο με τη γνώση με σκοπό να επιτευχθούν οι στόχοι του για κερδοφόρα αποτελέσματα. Μέσα από τα χαρακτηριστικά που διέπουν τον επιχειρηματία συμπεραίνουμε πως το να είσαι επιτυχημένος επιχειρηματίας πρέπει να έχει τις κατάλληλες γνώσεις και παράλληλα εμπειρία για να διαχειριστείς μια επιχείρηση ορθά. Από την άλλη πλευρά, εμφανίζεται η γυναικεία επιχειρηματικότητα όπου είναι εξίσου σημαντική αλλά έχει παρατηρηθεί το γεγονός πως η συμμετοχή των γυναικών στην επιχειρηματικότητα υπολείπεται αρκετά από εκείνη των ανδρών.

1.2 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Με την οικονομική κρίση που κυριαρχεί στις μέρες μας σε πλήρη έξαρση, βασικό θέμα συζήτησης στους επιχειρηματικούς κύκλους πλέον αποτελεί η προσπάθεια για επιβίωση των επιχειρήσεων (μικρών και μεγάλων) στο αβέβαιο μακροοικονομικό περιβάλλον που διαμορφώνεται από τις τελευταίες εξελίξεις. Σε κεφάλαιο της παρούσας πτυχιακής μελέτης γίνεται ενδότερη ανασκόπηση στην έννοια της καινοτομίας. Η καινοτομία σήμερα θεωρείται ως η σημαντικότερη παράμετρος για την ανάπτυξη, τόσο σε εθνικό επίπεδο όσο και για κάθε επιχείρηση, μιας και τείνει να γίνει κύρια προτεραιότητα σε όλες τις εθνικές πολιτικές. Αναφερόμαστε επίσης στα στάδια και είδη της καινοτομίας. Αντιθέτως, η καινοτομική δραστηριότητα στην Ελλάδα κατατάσσεται σε πολύ χαμηλά επίπεδα και ένας λόγος που συμβάλλει σε αυτό είναι η οικονομική κρίση που κυριαρχεί τα τελευταία περίπου έξι χρόνια. Θα ήταν αξιοσημείωτο να τονίσουμε και το τελευταίο μέρος του σ' αυτό το κεφάλαιο που αναφέρεται στη χρήση τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνίας που σημειώνει σημαντικό ρόλο για την ορθή λειτουργία της επιχείρησης.

1.3 Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Είναι σαφές ότι η αποτελεσματικότητα της δραστηριότητας των επιχειρηματιών σε μια χώρα βρίσκεται σε άμεση συνάρτηση με τη δυνατότητά τους να συγκεντρώνουν τους πόρους που χρειάζονται για την υλοποίηση των σχεδίων τους. Βέβαια πάνω απ' όλα η επιχειρηματικότητα σημαίνει ανάληψη κινδύνου λόγω αβεβαιότητας και πειραματισμού. Έτσι είναι λογικό το κύριο βάρος των πόρων που απαιτούνται για την υλοποίηση ενός επιχειρηματικού σχεδίου να προέρχονται, στο αρχικό στάδιο τουλάχιστον, από τα κεφάλαια του ίδιου του επιχειρηματία. Ωστόσο, η επιχειρηματική ικανότητα δεν είναι άμεσα συναρτημένη με την ιδιοκτησία πόρων. Στη συνέχεια, θα μας απασχολήσει το θέμα της χρηματοδότησης όχι μόνο ως απαραίτητου θεμελίου για την εκδήλωση της επιχειρηματικότητας, αλλά και ως κατεξοχήν επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι επιπτώσεις της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην οικονομική ανάπτυξη θα είναι πολύ πιο σημαντικές όσο ευκολότερη είναι η πρόσβαση των επίδοξων επιχειρηματιών

στη χρηματοδότηση, καθώς έχει αποδειχθεί ότι η έλλειψη κεφαλαίων αποτελεί το βασικότερο πρόβλημα τόσο για τη δημιουργία, όσο και για την ανάπτυξη μιας επιχείρησης.

1.4 ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η έκθεση για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα αποτελεί την όγδοη περιοδική έκδοση του IOBE στο πλαίσιο της συμμετοχής του στο ερευνητικό πρόγραμμα του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα - Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Αναλυτικότερα, τα αποτελέσματα για την εγχώρια επιχειρηματικότητα υποχωρούν αισθητά και υπογραμμίζουν το κλίμα αβεβαιότητας που επικρατεί στην πραγματική οικονομία.³ Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων φτάνει στο χαμηλότερο ποσοστό της πενταετίας (5,3% από 8,8% το 2009), με τους επίδοξους επιχειρηματίες να αποτελούν την κυριότερη αιτία της πτώσης (2,0% έναντι 4,5% το 2009). Από τα ευρήματα της έκθεσης προκύπτει ότι οι δυσμενείς οικονομικές συνθήκες και η αβεβαιότητα για το μέλλον απέτρεψαν σημαντικό ποσοστό ατόμων με επιθυμία έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας να υλοποιήσουν το σχέδιό τους. Σύμφωνα με την έκθεση του IOBE, το γεγονός ότι η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα συρρικνώνεται αντικατοπτρίζει την τάση εξόδου κάποιων επιχειρήσεων από την αγορά, που τον Ιούνιο του 2010- οπότε και πραγματοποιήθηκε η έρευνα- άρχισε να γίνεται αισθητή. Το ποσοστό των ατόμων του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών που δηλώνει πως σκέφτεται να ξεκινήσει επιχειρηματική δράση τους επόμενους 36 μήνες μειώνεται (14,4% έναντι 17,2% πέρυσι), φτάνοντας στη δεύτερη χαμηλότερη επίδοση από το 2006. Η εξέλιξη αυτή είναι πολύ ενδιαφέρουσα, μιας και συνήθως σε περιόδους οικονομικής κρίσης, η επιχειρηματικότητα αποτελεί «καταφύγιο» επαγγελματικής στέγης.

1.5 ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ

Βάση του Jennings, πρωτογενής είναι εκείνη η έρευνα της οποίας οι πληροφορίες «συγκεντρώνονται από πρώτο χέρι – από τον ερευνητή (συνεντεύξεις ερωτηματολόγια και παρατηρήσεις)». Επιπλέον, ο Finn υποστηρίζει πως η πρωτογενής έρευνα διαμορφώνεται κατάλληλα σύμφωνα με τους ερευνητικούς σκοπούς του ερευνητή. Αποφασίσαμε λοιπόν, για την διεξαγωγή της παρούσας πτυχιακής μελέτης να εισάγουμε μια πρωτογενή έρευνα, της οποίας τα αποτελέσματα ερμηνεύονται και απεικονίζονται γραφικά στο κεφάλαιο έξι. Τέλος, το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε για την υλοποίηση της έρευνας αναρτάται, μετά τα αποτελέσματα των 40 περίπου ερωτηματολογίων που απαντήθηκαν στο «ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α'».

³ Έκθεση για την επιχειρηματικότητα, έρευνα GEM (Global Entrepreneurship Monitor).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Υπάρχουν και έχουν δοθεί ποικίλες ερμηνείες από γνωστούς και μη οικονομολόγους, ακόμη και από κοινούς ανθρώπους για την σημασία του όρου επιχειρηματικότητα. Η επιχειρηματικότητα αποτελεί κατά κύριο λόγο νοοτροπία. Ορισμένες από τις ερμηνείες παρατίθενται παρακάτω. Με την «επιχειρηματικότητα» το άτομο «επιχειρεί», δηλαδή προσπαθεί να πραγματοποιήσει κάτι καινούριο. Η «επιχειρηματικότητα» αναφέρεται στη διαδικασία που περιλαμβάνει όλες τις λειτουργίες, δραστηριότητες και ενέργειες που συνδέονται με τον εντοπισμό των ευκαιριών και τη δημιουργία μιας οργάνωσης που θα τις αξιοποιεί. Με την έννοια αυτή πίσω από κάθε ανάληψη κινδύνων και επένδυση πόρων για κάτι καινούριο ή για την ανάπτυξη νέων ή τροποποιημένων προϊόντων ή νέων αγορών υπάρχει ένα άτομο, το οποίο διακατέχεται από επιχειρηματικό πνεύμα.

Σύμφωνα με τους οικονομολόγους Deakins and Freel, ο όρος επιχειρηματικότητα ερμηνεύεται ως η δεξιότητα της οργάνωσης, της υλοποίησης και του σχεδιασμού μιας ιδέας με σκοπό να αναπτυχθεί στην αγορά ένα νέο προϊόν το οποίο θα είναι άκρως ανταγωνιστικό και πρωτότυπο, το οποίο θα επιφέρει κέρδη στην επιχείρηση.⁴ Επιπρόσθετα, ο όρος επιχειρηματικότητα (Entrepreneurship), μπορεί να ερμηνευθεί ως μια δυναμική διαδικασία σύμφωνα με την οποία τα άτομα σταθερά εντοπίζουν οικονομικές ευκαιρίες και τις εκμεταλλεύονται μέσα από την ανάπτυξη, παραγωγή και πώληση αγαθών και υπηρεσιών. Η διαδικασία αυτή απαιτεί την ύπαρξη ποιοτικών ιδιοτήτων στα άτομα, όπως εμπιστοσύνη στον εαυτό τους, δυνατότητα και διάθεση ανάληψης κινδύνου και ένα αίσθημα προσωπικής δέσμευσης.⁵ Τέλος, η επιχειρηματικότητα είναι η νοοτροπία, ο τρόπος δημιουργίας και ανάπτυξης της οικονομικής δραστηριότητας μέσω του συνδυασμού της ανάληψης κινδύνου, της δημιουργικότητας ή/ και της καινοτομίας με τη χρηστή διαχείριση, στο πλαίσιο ενός νέου ή υφιστάμενου οργανισμού.

Ωστόσο, η επιχειρηματικότητα είναι η διαδικασία η οποία συμβάλλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Πιο συγκεκριμένα, οι νέες αλλά συγχρόνως και μικρές επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να δημιουργούν όλο και περισσότερες θέσεις εργασίας σε σχέση με τις μεγάλες επιχειρήσεις. Παρά ταύτα, παρατηρείται το γεγονός πως οι χώρες οι οποίες παρουσιάζουν αύξηση στο φαινόμενο της επιχειρηματικότητας τείνουν να παρουσιάζουν μείωση στο ποσοστό ανεργίας. Σύμφωνα με έρευνες προκύπτει πως η επιχειρηματικότητα συμβάλλει σε βαθμό αρκετά σημαντικό για την οικονομική ανάπτυξη, παρόλο που η σημαντική αύξηση του ΑΕΠ επηρεάζεται και από πολλούς άλλους σημαντικούς, επίσης, παράγοντες.

Ακόμη, η επιχειρηματικότητα συμβάλλει στην ενίσχυση της οικονομικής συνοχής στις περιφέρειες εκείνες που παρουσιάζουν υστέρηση στην ανάπτυξη των οικονομικών δραστηριοτήτων και στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας με αποτέλεσμα την ένταξη των

⁴ The European Observatory for SMEs (2000)

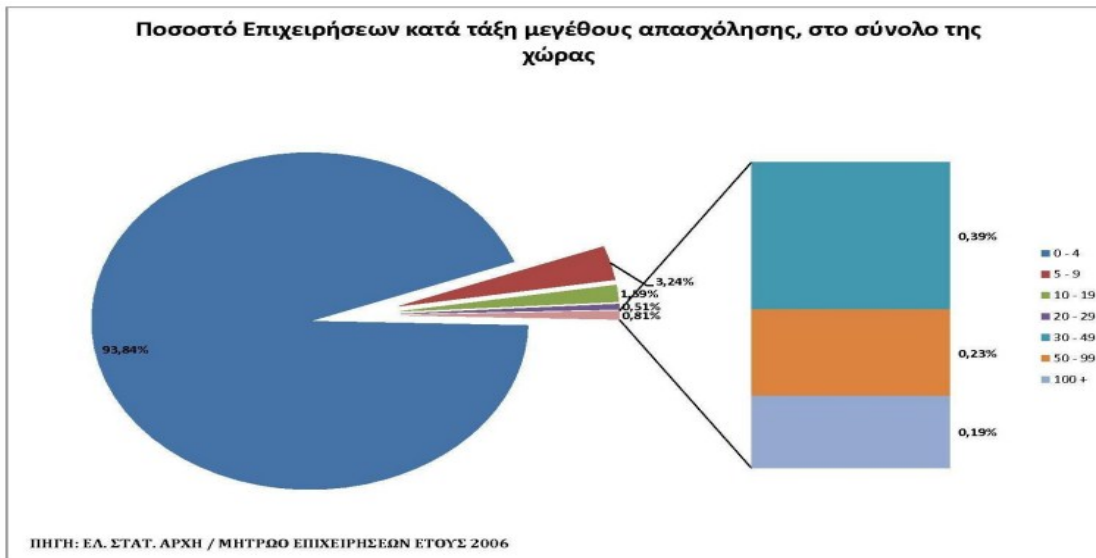
⁵ Πράσινη Βίβλος για την Επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη (2003)

ανέργων. Εν κατακλείδι, θα ήταν αξιοσημείωτο να αναφερθεί πως οι νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, που αφορούν την ίδρυση μιας επιχείρησης ή τη μεταβίβαση της σε έναν άλλον ιδιοκτήτη δίνουν μεγάλη ώθηση στην παραγωγικότητα. Αυξάνουν την ανταγωνιστικότητα, με σκοπό οι άλλες επιχειρήσεις μέσω των ανταγωνιστικών τους αντιδράσεων να βελτιώσουν τις επιδόσεις τους πραγματοποιώντας καινοτομίες. Άρα, η ανταγωνιστικότητα βελτιώνεται έχοντας υψηλές επιδόσεις σε επίπεδο οργάνωσης δραστηριοτήτων, σε διαδικασίες παραγωγής προϊόντων ή υπηρεσιών και σε μεθόδους αγορών-πωλήσεων.

2.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Ο ίδιος ορισμός της επιχειρηματικότητας έχει δημιουργήσει πρόβλημα για τον ακριβή εννοιολογικό προσδιορισμό της. Σύμφωνα με τους οικονομολόγους Stevenson και Jarillo, η επιχειρηματικότητα είναι η διαδικασία υλοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών, η οποία βασίζεται στη διάγνωση μιας πραγματικής ευκαιρίας και όχι στην έλλειψη άλλων επιλογών εργασίας. Σε αντίθεση, ο Venkataraman υποστηρίζει πως η επιχειρηματικότητα είναι η προσεκτική ανάλυση της διαδικασίας ανακάλυψης ευκαιριών, της αξιολόγησης και της αξιοποίησής τους.

Ωστόσο, παρατηρείται πως η είσοδος νέων προϊόντων ή υπηρεσιών σε νέες αγορές είναι εξαιρετικά περιορισμένη, καθώς το 2,8 % εισέρχεται σε μια πραγματικά νέα αγορά. Οι συνθήκες ανταγωνισμού είναι δεδομένες με αποτέλεσμα να μη δημιουργούνται καινούριες. Παράλληλα, γίνεται αντιληπτή η περιορισμένη καινοτομία προϊόντος, καθώς το 11% των νέων εγχειρημάτων προσφέρει νέα και πρωτοποριακά προϊόντα ή υπηρεσίες. Τέλος, η επιχειρηματικότητα δίνει έμφαση σε κλάδους μεσαίας και χαμηλής προστιθέμενης αξίας καθώς επίσης υπάρχει περιορισμένη συνεισφορά στην ανάπτυξη. Συνεπώς, η κυρίαρχη επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα δεν εκδηλώνεται σε ολόκληρη την «αλυσίδα αξίας» μέχρι το προϊόν να φτάσει στον τελικό καταναλωτή, αλλά μόνο στον έσχατο κρίκο της αλυσίδας. Αποτέλεσμα είναι πως η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας να έχει κυρίαρχο χαρακτηριστικό την ρηχότητα, όπου με την πρώτη αλλαγή στο καταναλωτικό πρότυπο καταρρέει. Βάση της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, το ποσοστό των επιχειρήσεων κατά μέγεθος στην Ελλάδα, απεικονίζεται στο παρακάτω σχήμα



1.Σχήμα:Ποσοστό επιχειρήσεων κατά τάξη μεγέθους απασχόλησης, στο σύνολο της χώρας
Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή/Μητρώο Επιχειρήσεων Έτους 2006

2.3 ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Στις μορφές επιχειρηματικότητας κατατάσσονται η «επιχειρηματικότητα ανάγκης» και η «επιχειρηματικότητα ευκαιρίας». Η επιχειρηματικότητα ανάγκης ορίζεται ως η ίδρυση και η προσπάθεια ανάπτυξης μιας νέας επιχείρησης, με το σκεπτικό πως ο νέος επιχειρηματίας δεν βρήκε μια καλύτερη λύση για βιοπορισμό. Σύμφωνα με μελέτες, έχει δείχθει πως αυτή η μορφή επιχειρηματικότητας συνήθως δεν οδηγεί σε βιώσιμες επιχειρήσεις. Στον αντίποδα, η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας ορίζεται ως η ίδρυση και η ανάπτυξη μιας νέας επιχείρησης με σκοπό την σωστή αξιοποίηση και αξιολόγηση της πραγματικής επιχειρηματικής ευκαιρίας από επιχειρηματία που διαθέτει τα σωστά προσόντα, όπως για παράδειγμα γνώσεις, δεξιότητες, υψηλό μορφωτικό επίπεδο και το κυριότερο εμπειρία. Τέλος, η μορφή αυτή επιχειρηματικότητας έχει παρατηρηθεί πως οδηγεί σε βιώσιμες επιχειρήσεις με θετική επίδραση στην οικονομική ανάπτυξη.

Η επιχειρηματικότητα στο σύγχρονο κόσμο μπορεί να πάρει τις εξής μορφές. Η πρώτη μορφή είναι ο «στρατηγικός νεωτερισμός», όπου ορίζεται ως η μετατροπή μικρών εξειδικευμένων αγορών σε μεγάλες μαζικές αγορές. Ως παράδειγμα μπορεί να οριστεί το γεγονός πως μία εταιρεία μπορεί να μετατρέψει μία μικρή εξειδικευμένη αγορά (αγορά όπου απευθύνεται σε λίγους), όπως είναι οι ταχυδρομικές πωλήσεις βιβλίων, μαζική αγορά (όπου απευθύνεται σε πολλούς). Η επόμενη μορφή που η επιχειρηματικότητα μπορεί να πάρει είναι του «επαναστατικού νεωτερισμού». Στη μορφή αυτή συναντάμε νέες μεθόδους και παράλληλα διαδικασίες που υποκαθιστούν υπάρχουσες μεθόδους παραγωγής και διανομής, όπως για παράδειγμα είναι το διαδίκτυο (internet) και η κινητή τηλεφωνία, καθώς επίσης και το σύστημα των τεράστιων και κερδοφόρων καταστημάτων λιανικών πωλήσεων της WalMart. Τέλος, τα συστήματα διαδικτυακών επιχειρήσεων, τα οποία εισήγαγαν οι Αμερικανικές επιχειρήσεις στη δεκαετία του 1990, αποτελούν χαρακτηριστικές περιπτώσεις της μορφής επιχειρηματικότητας των νέων μοντέλων επιχειρηματικής και διαχειριστικής οργάνωσης.

2.4 ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Στη συνέχεια αναλύονται οι απαιτούμενες προϋποθέσεις εκδήλωσης της επιχειρηματικής πρωτοβουλίας, σε μια οικονομία. Οι προϋποθέσεις, που την επηρεάζουν, διακρίνονται σε ατομικές ή ψυχολογικές και εξωτερικές ή περιβαλλοντικές. Οι ατομικές προϋποθέσεις αφορούν στις προτιμήσεις και ικανότητες των ατόμων, ενώ οι περιβαλλοντικές αφορούν στα διάφορα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά και λειτουργίες. Όσον αφορά στις ατομικές προϋποθέσεις εκδήλωσης της επιχειρηματικότητας, έχει παρατηρηθεί ότι αυτές εξαρτώνται από:

- α. Τις διάφορες ψυχολογικές επιδράσεις που έχουν δεχθεί τα άτομα, ειδικά πριν αυτά ενηλικιωθούν.
- β. Τις προτιμήσεις και τις ιδιαίτερες ικανότητες τους απέναντι στον επιχειρηματικό κίνδυνο.
- γ. Τις οικονομικές τους εμπειρίες.

Η διερεύνηση αυτών είναι ιδιαίτερα σημαντική, διότι θα φανερώσει τον βαθμό στον οποίο κάθε μία από αυτές επηρεάζει την «έλξη» ή «απόθηση» των ατόμων στην επιχειρηματικότητα. Όσον αφορά στις περιβαλλοντικές προϋποθέσεις που επηρεάζουν την εμφάνιση και ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας σε μια οικονομία, αυτές εξαρτώνται από τις παρακάτω θεμελιώδεις συνθήκες:

- α. Ύπαρξη του θεσμού της ατομικής ιδιοκτησίας και προστασία του θεσμού αυτού.
- β. Ελεύθερη οικονομία, όπου η επιβράβευση της «αξίας» ή η καταξίωση πηγάζει από την απρόσωπη αγορά.
- γ. Θεσμικό και πολιτισμικό περιβάλλον, που θα ενθαρρύνει την οικονομική προσπάθεια του ατόμου.
- δ. Διαθεσιμότητα κατάλληλων (ποσοτικά και ποιοτικά) συντελεστών παραγωγής.

Επιπρόσθετα, ένας, ακόμη, αναγκαίος παράγοντας για την εκδήλωση οποιασδήποτε μορφής επιχειρηματικότητας και παράλληλα μια από τις βασικότερες (όπως θα δούμε ότι πιστεύουν οι θεωρητικοί της αυστριακής σχολής) εκφάνσεις της είναι η χρηματοδότησή της.

2.5 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ

Ο επιχειρηματίας είναι το άτομο εκείνο που ασκεί την πρωτοβουλία οργανώνοντας μια επιχείρηση για να επωφεληθούν της ευκαιρίας και, ως ιθύνων, αποφασίζει τι, πώς, και πόσο από ένα αγαθό ή μια υπηρεσία θα παραχθεί. Ένας επιχειρηματίας παρέχει κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου ως αποδέκτης των κινδύνων, και παρακολουθεί και ελέγχει τις επιχειρηματικές δραστηριότητες. Είναι συνήθως ένας μοναδικός ιδιοκτήτης, εταίρος, ή αυτός που κατέχει την πλειοψηφία των μετοχών σε μια επιχείρηση που ενσωματώνονται. Σύμφωνα με τον οικονομολόγο Joseph Schumpeter Alois (1883-1950), οι επιχειρηματίες δεν έχουν κατ' ανάγκη ως κίνητρο το κέρδος, αλλά το θεωρούν ως ένα πρότυπο για τη μέτρηση της επίτευξης ή την επιτυχία. Ο Schumpeter ανακάλυψε πως το άτομο που επιχειρεί είναι απαραίτητο να διακατέχεται από μεγάλο βαθμό αυτοδυναμίας, από προσπάθεια για διάκριση μέσω της αριστείας, από αισιοδοξία (διαφορετικά δεν θα μπορούσε να αντιληφθεί τίποτα) και παράλληλα

να ευνοεί πάντα τις προκλήσεις του μέσου κινδύνου (ούτε πάρα πολύ εύκολο, ούτε καταστροφικό).

2.6 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ ΓΕΝΝΙΕΣΑΙ Ή ΓΙΝΕΣΑΙ – ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

Ο επιχειρηματίας προσπαθεί να συνδυάσει το ταλέντο με τη γνώση με σκοπό να επιτευχθούν οι στόχοι του για κερδοφόρα αποτελέσματα. Ωστόσο, υπάρχουν άτομα που «γεννιούνται» επιχειρηματίες με ιδιαίτερα ταλέντα και χαρακτηριστικά, αλλά για να γίνει κάποιος επιχειρηματίας χρειάζεται να χαρακτηρίζεται από ένα υψηλό μορφωτικό επίπεδο και εμπειρία προκειμένου να αντεπεξέλθει στις βασικές καθημερινές ανάγκες της επιχείρησης. Ένας επιχειρηματίας για να πετύχει θα πρέπει να διακατέχεται από τις κατάλληλες ικανότητες, όπως είναι η εμπειρία, η δεξιότητα και η εκπαίδευση, από τους απαραίτητους οικονομικούς πόρους και από την κατάλληλη πληροφόρηση σχετικά με το αντικείμενο δραστηριοποίησης.

2.7 ΟΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

Οι δραστηριότητες που αναλαμβάνει ένας επιχειρηματίας, οι λειτουργίες που ασκεί και τα καθήκοντα που αναλαμβάνει ποικίλλουν ανάλογα με το είδος και το μέγεθος της επιχείρησης. Αποτελούν όμως έναν συνδυασμό των δραστηριοτήτων που ασκεί ένας μάνατζερ και αυτών που χαρακτηρίζουν ένα άτομο που είναι δημιουργικό και καινοτόμο. Οι κυριότερες από αυτές είναι:

α. Η ανάληψη κινδύνων, δηλαδή η ανάληψη κινδύνων που απορρέουν από την αβεβαιότητα που επικρατεί στην οικονομική ζωή , είναι η πραγματική και ουσιαστική δραστηριότητα της επιχειρηματικότητας . Τους κινδύνους αυτούς , που δεν μπορούν να προβλεφθούν και να υπολογιστούν , τους αντιμετωπίζει ο επιχειρηματίας .

β. Η εισαγωγή καινοτομιών στην επιχείρηση. Δηλαδή , ο επιχειρηματίας προσπαθεί να χρησιμοποιήσει και να αξιολογήσει τις διάφορες επιστημονικές και τεχνολογικές ανακαλύψεις για παραγωγικούς και , σαφώς , για κερδοσκοπικούς σκοπούς .

γ. Ο σωστός εντοπισμός των ευκαιριών κέρδους. Σε αυτήν την περίπτωση , ο επιχειρηματίας , διακατέχοντας από ειδικές γνώσεις και λαμβάνοντας πληροφορίες από την Αγορά , προσπαθεί να εντοπίσει τις διάφορες ευκαιρίες κέρδους, οι οποίες συνήθως δεν είναι φανερές στους περισσότερους επιχειρηματίες .

δ. Ο σχεδιασμός. Εδώ . γίνεται αναφορά σχετικά με τις αποφάσεις που παίρνει η επιχείρηση για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που θα παρέχει και τις αγορές που θα εξυπηρετεί , για τον τόπο εγκατάστασης της επιχείρησης , για τις μεθόδους παραγωγής και τις πηγές χρηματοδότησης της , όπως επίσης και για το σχεδιασμό των δραστηριοτήτων της , όταν αρχίσει να λειτουργεί .

ε. Η οργάνωση. Τα θέματα της οργάνωσης της επιχείρησης συχνά παραμελούνται από τους επιχειρηματίες κατά το ξεκίνημα της επιχείρησής τους δεδομένου ότι έχουν προτεραιότητα άλλα. Όμως, θέματα όπως η οργανωτική δομή της επιχείρησης, ο σχεδιασμός της εργασίας, η τμηματοποίηση, οι εξουσιοδοτήσεις και πολλά άλλα, είναι απαραίτητο να διευκρινισθούν στην αρχή και βεβαίως να αποτελούν μέλημα του επιχειρηματία και στη συνέχεια.

στ. Ο έλεγχος. Η λειτουργία του ελέγχου είναι σημαντικότερη σε όλη τη διάρκεια της ζωής της επιχείρησης, αλλά παίζει ιδιαίτερο ρόλο στη νεοϊδρυόμενη. Τότε πρέπει να ελέγχονται διεξοδικά τα πάντα, διότι αφενός είναι σημαντικό τα πράγματα να πάνε καλά από την αρχή και αφετέρου θα πρέπει να αποφευχθεί η καλλιέργεια λανθασμένης νοοτροπίας περί ελέγχου στους εργαζομένους.

ζ. Η διοίκηση των ανθρώπων. Η αποτελεσματική διοίκηση και υποκίνηση των εργαζομένων είναι κρίσιμο συστατικό στοιχείο της πετυχημένης επιχειρηματικότητας. Οι εργαζόμενοι θα πρέπει να ενθαρρύνονται από τον επιχειρηματία να εργάζονται για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης να κατανοούν το είδος της εργασίας για το οποίο είναι υπεύθυνοι να ανταμείβονται από τον επιχειρηματία όταν η απόδοσή τους είναι καλή και ο επιχειρηματίας να δημιουργεί ένα περιβάλλον το οποίο υποστηρίζει τις προσπάθειες των εργαζομένων και καλύπτει τις ανάγκες τους .

2.8 ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Σύμφωνα με έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί τα τελευταία χρόνια στο ελληνικό κράτος, η συμμετοχή των γυναικών στην επιχειρηματικότητα υπολείπεται αρκετά από εκείνη των ανδρών. Η τάση αυτή έχει ερμηνευτεί με την προτίμηση των γυναικών στη μισθωτή εργασία, ειδικότερα στο δημόσιο τομέα ή σε άλλες μεγάλες επιχειρήσεις, όπου παρέχονται διευκολύνσεις στην εργαζόμενη μητέρα, όπως είναι για παράδειγμα οι άδειες εγκυμοσύνης. Αυτές οι συνθήκες που παρέχονται από τον επαγγελματικό χώρο, για τις γυναίκες δικαιολογούν την έντονη προσπάθεια για εύρεση ή διατήρηση αυτής της εργασίας, ειδικότερα αν κάποια από τα κίνητρα ευκαιρίας εκλείπουν, θα μπορούσε να υπήρχε μία ανέλιξη στη συμπεριφορά του γυναικείου πληθυσμού. Η έλλειμματικότητα της γυναικείας έναντι της ανδρικής επιχειρηματικότητας, έχει τεράστιες διαφορές όχι μόνο στα ποσοτικά αλλά και στα ποιοτικά χαρακτηριστικά. Ως αποτέλεσμα έχει πως η γυναικεία επιχειρηματικότητα εμφανίζει μικρότερη καινοτομική δραστηριότητα σε σχέση με των ανδρών. Το σημαντικότερο είναι πως οι γυναίκες αδυνατούν να καταλάβουν θέσεις και να επιτύχουν, διότι οφείλεται στη λάθος επιλογή της επαγγελματικής σταδιοδρομίας και όχι στην έλλειψη γνώσεων. Αυτό σημαίνει πως ένα μεγάλο ποσοστό του γυναικείου πληθυσμού που στρέφεται στη λάθος επιλογή της επαγγελματικής σταδιοδρομίας δεν ανταποκρίνεται στις σύγχρονες ανάγκες της αγοράς εργασίας.

Σήμερα, σχεδόν το 95% των θέσεων εργασίας δημιουργούνται στον ιδιωτικό τομέα, αντί στο δημόσιο, και αυτό σημαίνει πως η αύξηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας μπορεί να συντελέσει όχι μόνο στην καταπολέμηση της ανεργίας αλλά και στην απαγκίστρωση της κοινωνίας από το δημόσιο τομέα. Θα ήταν αξιοσημείωτο να αναφερθεί πως οι γυναίκες κατευθύνονται περισσότερο στην «επιχειρηματικότητα ανάγκης», δηλαδή στο δημόσιο τομέα παρά στην «επιχειρηματικότητα ευκαιρίας», ενώ παράλληλα οι περισσότερες έρευνες δείχνουν πως οι επιχειρήσεις τους είναι μακροβιότερες από τις αντίστοιχες των ανδρών. Ωστόσο, το ποσοστό των άνεργων γυναικών στην Ελλάδα ανέρχεται στο 63% περίπου.

Ο οικονομικά ενεργός πληθυσμός στην Ελλάδα αποτελεί το 67%, ενώ το ποσοστό στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης αποτελεί το 70%. Στην Ελλάδα ο δείκτης απασχόλησης βρίσκεται στο 60%, όπου στην Ευρωπαϊκή Ένωση αγγίζει το 63,8%. Αν δούμε την ανάλυση της απασχόλησης ανά φύλο, στους άνδρες ο δείκτης απασχόλησης είναι ίσος με 74,2% και ο κοινοτικός μέσος

όρος είναι 71,3%. Στον αντίποδα, ο κοινοτικός μέσος όρος του δείκτη απασχόλησης για το γυναικείο πληθυσμό στην Ευρωπαϊκή Ένωση αγγίζει το ποσοστό του 56,3%, ενώ στην Ελλάδα ανέρχεται στο ποσοστό του 46,1%. Γίνεται φανερό πως στην Ελλάδα αντιμετωπίζουμε σοβαρό πρόβλημα απασχόλησης ιδιαίτερα στο γυναικείο πληθυσμό. Οι γυναίκες τείνουν να αποτελέσουν μια αναξιοποίητη δεξαμενή ανθρώπινου δυναμικού, παρόλο που η προώθηση τους στην αγορά εργασίας θα μπορούσε να αποτελέσει ένα σημαντικό εργαλείο με οικονομικό, κοινωνικό και αναπτυξιακό ενδιαφέρον. Είναι, πλέον, αποδεκτό πως αν οι γυναίκες δεν αποτελούσαν από μόνες τους μοχλό ανάπτυξης για την κοινωνία μας, θα είναι αρκετά δύσκολο να επιτευχθεί ποιοτική και οικονομική ανάπτυξη με απώτερο σκοπό να αναπτυχθεί ένα δημοκρατικό περιβάλλον ισότητας και αλληλοβοήθειας. Βασικός, λοιπόν, στόχος θα πρέπει να είναι η ενίσχυση με κάθε τρόπο της γυναικείας απασχόλησης και παράλληλα η καταπολέμηση των ανισοτήτων που αποδυναμώνουν σε βαθμό σημαντικό τη θέση της γυναίκας στο χώρο εργασίας, στην οικονομική και κοινωνική ζωή.

Έχει διατυπωθεί η άποψη ότι οι γυναίκες έχοντας ίσες ευκαιρίες με τους άνδρες θα είχαν καλύτερες επιδόσεις στην ανάπτυξη επιχειρηματικότητας. Το υφιστάμενο κοινωνικό, εκπαιδευτικό και οικονομικό πλαίσιο λειτουργεί άνισα σε βάρος των γυναικών, τουλάχιστον σε ό,τι αφορά τις ευκαιρίες και τις δυνατότητες που τους δίνει να αναπτύξουν επιχειρηματική δράση. Ένα ποσοστό της τάξεως του 22% είναι γυναίκες εργοδότες ή απασχολούμενες, αντιθέτως το ποσοστό των ανδρών αγγίζει μόλις το 36%. Παραλλήλως, σύμφωνα με ανάλυση στοιχείων σχετικά με την επιχειρηματική δραστηριότητα των δύο φύλων, παρατηρούμε πως η μη ανάπτυξη, σε βαθμό ικανοποιητικό, της γυναικείας επιχειρηματικότητας έχει σχέση με παράγοντες όπως είναι η έλλειψη σωστού επαγγελματικού προσανατολισμού, η δυσκολία εξεύρεσης της αναγκαίας χρηματοδότησης, οι αυξημένες οικογενειακές υποχρεώσεις των γυναικών και η έλλειψη υποδομών που θα υποστηρίξουν τη γυναίκα επιχειρηματία που παράλληλα θα θελήσει και οικογένεια. Τέλος, στις νέες συνθήκες που έχουν δημιουργηθεί γίνεται φανερό πως οι γυναίκες είναι αναγκαίο να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο για την επιχειρηματικότητα. Οι γυναίκες αποτελούν αναξιόπιστη πηγή ανθρώπινου δυναμικού. Συνεπώς, η ανάπτυξη θα πρέπει να στηριχτεί σε βαθμό αρκετά σημαντικό στην ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

2.9 ΘΕΩΡΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΗΣ

⁶Κατά καιρούς, έχουν αναπτυχθεί διάφορες θεωρητικές προσεγγίσεις για την επιχειρηματικότητα, οι οποίες επιχειρούν να το ερμηνεύσουν από διάφορες οπτικές γωνίες. Οι βασικότερες από αυτές είναι οι εξής :

α. Ανάλυση των κινδύνων που προέρχονται από την αβεβαιότητα. Σύμφωνα με την προσέγγιση αυτή, επιχειρηματίας είναι το οικονομούν άτομο που αναλαμβάνει τους κινδύνους που πηγάζουν από τη γενικότερη αβεβαιότητα η οποία χαρακτηρίζει την οικονομική ζωή. Οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζει ένας επιχειρηματίας μπορούν να διακριθούν, εκτός των άλλων (π.χ. διάκριση ανάλογα με την προέλευσή τους) και ανάλογα με τη «φύση» τους. Οι κίνδυνοι αυτοί διακρίνονται σε «δυνάμενους» και μη «δυνάμενους» να υπολογισθούν, ώστε να αντισταθμισθούν και η «τιμή» τους να εισέλθει στο κόστος παραγωγής. Οι δεύτεροι αυτοί κίνδυνοι, η οικονομική αξία των οποίων δεν μπορεί να προβλεφθεί και να προσμετρηθεί, είναι αυτοί που πηγάζουν από

⁶ Συνοπτική παρουσίαση της νεοκλασικής σχολής, Βλ. Samuelson P.A. και Nordhaus W.D., Τόμος Β' (2000)

την αβεβαιότητα που υπάρχει στην πραγματική οικονομική ζωή. Η οικονομική αυτή αβεβαιότητα οφείλεται κυρίως στα εξής: (α) τον δυναμικό χαρακτήρα των οικονομικών μεταβλητών, (β) την ύπαρξη του στοιχείου του χρόνου αναφορικά με τη λήψη των οικονομικών αποφάσεων και (γ) την ατελή γνώση που τα άτομα και ειδικότερα οι επιχειρηματίες διαθέτουν για το παρόν και το μέλλον.

Με βάση την ύπαρξη των κινδύνων αυτών που προέρχονται από την αβεβαιότητα, τις πρώτες δεκαετίες του 20ου αιώνα ο F.Knight (1921) ανέπτυξε τη θεωρία ότι η ουσία της επιχειρηματικότητας είναι η ανάληψη των κινδύνων που προκύπτουν από την αβεβαιότητα. Ο επιχειρηματίας όμως δεν είναι παίκτης τυχερών παιχνιδιών. Ο άνθρωπος που παίζει τυχερά παιχνίδια δεν είναι σε θέση να ελέγξει το αποτέλεσμα, ενώ ο επιχειρηματίας μπορεί να επηρεάσει με τις ενέργειες του το αποτέλεσμα της επιχειρηματικής του απόφασης. Γι' αυτό και ο επιχειρηματίας κυρίως προτιμά να αναλάβει μέτριους κινδύνους, που συνδέονται με τις πράξεις του και τους οποίους προσπαθεί πάντα να περιορίσει.

β. Οργάνωση της επιχείρησης. Μια από τις παλαιότερες θεωρίες επιχειρηματικότητας- ανάγεται στον 19ο αιώνα- είναι αυτή που εντοπίζει τη λειτουργία του επιχειρηματία στον τρόπο οργάνωσης των παραγωγικών συντελεστών και την αξιοποίηση κατά τον άριστο τρόπο της οργάνωσης αυτής. Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία, ο επιχειρηματίας αποσκοπεί να επιτύχει μια οργάνωση των παραγωγικών συντελεστών που θα του αποφέρει τα μέγιστα οικονομικά οφέλη. Η θεωρία αυτή σχετίζεται με το γεγονός ότι οι οικονομίες δεν επιτυγχάνουν πάντα τη μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητάς τους με δεδομένους τους παραγωγικούς συντελεστές.

Η διαφορά μεταξύ τού θεωρητικά άριστου βαθμού αποτελεσματικότητας μιας οικονομίας και αυτού που στην πραγματικότητα επιτυγχάνεται είναι μια «διαφυγούσα αποτελεσματικότητα» που έχει χαρακτηριστεί, από τον H.Leibenstein (1978), ως «απροσδιόριστη αναποτελεσματικότητα» (x-inefficiency). Η επιχειρηματικότητα μπορεί να δράσει ως παράγοντας που στοχεύει να επιτύχει τη μείωση αυτής της «απροσδιόριστης αναποτελεσματικότητας» μέσω των εξής ενεργειών: (α) με τον καλύτερο συντονισμό των εργασιών που γίνονται στην επιχείρηση, (β) με την αρτιότερη οργάνωση και διασύνδεση των διαφόρων αγορών και (γ) με τον αποτελεσματικότερο μετασχηματισμό των εισροών σε εκροές.

γ. Λήψη σημαντικών αποφάσεων για τον συντονισμό των παραγωγικών συντελεστών. Με τη θεωρία αυτή της επιχειρηματικότητας, που αναπτύχθηκε σχετικά πρόσφατα από τον Casson (1982), υποστηρίζεται ότι επιχειρηματίας είναι το άτομο εκείνο που θα πάρει μια απόφαση διαφορετική από τους άλλους, για να εισαγάγει ένα νέο και αποδοτικότερο συντονισμό των παραγωγικών συντελεστών. Το κεντρικό σημείο της θεωρίας αυτής βρίσκεται στον τρόπο με τον οποίο ο επιχειρηματίας θα λάβει μια απόφαση και τα προσόντα που πρέπει να διαθέτει ώστε να είναι επιτυχής η απόφαση αυτή. Η διαδικασία λήψης μιας απόφασης από μέρος του επιχειρηματία διέρχεται από τα εξής στάδια: (α) αναγνώριση οικονομικών ευκαιριών, (β) επιλογή αυτών που είναι κατάλληλες για την επιχείρηση ή για τις δυνατότητές του, (γ) εκτίμηση των εμποδίων που αυτός έχει να υπερπηδήσει και (δ) ανάπτυξη διαφόρων μεθόδων για να αντιμετωπισθούν αυτά τα εμπόδια.

δ. Καινοτομική δράση. Σύμφωνα με τη «θεωρία του καινοτόμου επιχειρηματία», που αναπτύχθηκε από τον J.A.Schumpeter (1911), οι επιχειρηματίες προσπαθούν να χρησιμοποιήσουν τις διάφορες τεχνολογικές και επιστημονικές ανακαλύψεις για παραγωγικούς

και κερδοσκοπικούς σκοπούς. Οι καινοτομίες που εισάγει ο επιχειρηματίας μπορούν να εμφανισθούν με τις εξής μορφές: (α) με την εισαγωγή ενός νέου ή καλύτερου ποιοτικά προϊόντος ή υπηρεσίας, (β) με τη χρησιμοποίηση μιας καινούριας ή βελτιωμένης μεθόδου παραγωγής, (γ) με τη δημιουργία μιας νέας αγοράς και (δ) με τη χρησιμοποίηση καινούριας ή βελτιωμένης οργάνωσης της επιχείρησης.

Υπάρχουν σημαντικές διαφορές μεταξύ «εφευρέσεων» και «καινοτομιών». Οι επιχειρηματίες ή βρίσκουν τις εφευρέσεις έτοιμες είτε ωθούν τους επιστήμονες να πραγματοποιήσουν εφευρέσεις, τις οποίες αυτοί στη συνέχεια θα αξιοποιήσουν εισάγοντάς τες στην παραγωγική διαδικασία. Αυτό που οι καινοτόμοι επιχειρηματίες στην ουσία κάνουν είναι να χρησιμοποιήσουν τις εφευρέσεις που έχουν παραγάγει άλλοι (οι επιστήμονες) με τέτοιο τρόπο, ώστε να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη της επιχείρησής τους. Συνεπώς, υπάρχει μια διάσταση ανάμεσα στον τρόπο και τα άτομα που κάνουν μια ανακάλυψη τεχνολογικής μορφής και στα άτομα που χρησιμοποιούν αυτή την ανακάλυψη για οικονομικούς κερδοσκοπικούς σκοπούς. Δηλαδή, υπάρχει μια σαφής διάκριση μεταξύ της εφεύρεσης και της καινοτομίας, όπως και μεταξύ του επιστήμονα εφευρέτη και του καινοτόμου επιχειρηματία.

ε. Αξιοποίηση ευκαιριών κέρδους. Τη δεκαετία του 1970 αναπτύχθηκε μια θεωρία από τον I.Kirzner (1973) που παρουσιάζει την επιχειρηματικότητα ως την άγρυπνη προσπάθεια του ατόμου (επίδοξου επιχειρηματία) να αναγνωρίσει και να αξιοποιήσει ευκαιρίες κέρδους που παρουσιάζονται στην αγορά. Ο επιχειρηματίας, για να ενεργήσει με τον τρόπο αυτό, θα πρέπει να διαθέτει γνώσεις και πληροφορίες για την αγορά που δεν διαθέτουν άλλα οικονομούντα άτομα.

Η ύπαρξη αυτής της μορφής επιχειρηματικότητας δικαιολογείται και υπάρχει μόνο εάν στον κόσμο των επιχειρήσεων δεν υπάρχει πλήρης γνώση και επάρκεια πληροφοριών για ό,τι συμβαίνει στις διάφορες αγορές αγαθών και παραγωγικών συντελεστών²⁴. Και η αλήθεια είναι ότι ένας βαθμός άγνοιας ή ανεπαρκούς πληροφόρησης υπάρχει πάντα στην αγορά, λόγω της διαρκούς κίνησης της διαδικασίας της αγοράς την οποία δέχονται οι θεωρητικοί αυτής της σχολής ως βασικό χαρακτηριστικό της.

2.10 ΑΥΣΤΡΙΑΚΗ ΘΕΩΡΙΑ ΠΕΡΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Υπάρχει όμως και άλλη μια θεωρία διαφορετική από τις υπόλοιπες οικονομικές θεωρίες και ονομάζεται «Αυστριακή Θεωρία». Η έννοια που αποτελεί για το σύνολο των αυστριακών το βασικό αντικείμενο ανάλυσης της οικονομικής τους θεωρίας, καθώς και την κινητήρια δύναμη ολόκληρης της οικονομικής διαδικασίας, είναι η επιχειρηματικότητα. Η πιο ολοκληρωμένη διατύπωση της θεωρίας της επιχειρηματικότητας οφείλεται στον I.Kirzner, τον σημαντικότερο σήμερα εκπρόσωπο αυτής της σχολής.

⁷Η αυστριακή σχολή οικονομικής σκέψης αποτελεί μία εντελώς ιδιαίτερη περίπτωση στο χώρο των οικονομικών. Αφενός χρωματίζεται από την κοινή αυστριακή καταγωγή των ιδρυτών της αλλά και του μεγαλύτερου αριθμού των πιο επιφανών συνεχιστών της και αφετέρου χαρακτηρίζεται η πιο ολοκληρωμένη θεωρία που συνθέτει σε μία ενιαία ολότητα τον πολιτικό με

⁷ Ιωαννίδης Σ. (1993), *Ανταγωνισμός, Αγορά και Δημοκρατία, Μια κριτική της Νεοαυστριακής Οικονομικής Θεωρίας*, Αθήνα, Ίδρυμα Σάκη Καράγιωργα

τον οικονομικό φιλελευθερισμό. Το βασικό της επίτευγμα είναι ότι έδειξε ότι δεν μπορεί να υπάρξει πολιτική ελευθερία χωρίς οικονομική ελευθερία αλλά και το ανάποδο. Πέραν όμως της συνεισφοράς της αυστριακής σχολής στην οικονομική ανάλυση και πολιτική θεωρία πρέπει να υπογραμμίσουμε ότι ταυτόχρονα επηρέασε με καθοριστικό τρόπο τον κόσμο της πολιτικής πράξης και της οικονομικής δράσης. Εξάλλου η φιλοσοφική κορύφωση της αυστριακής σχολής είναι η σύνθεση του καθαρού με τον πρακτικό λόγο.

Ένα εγχείρημα του οποίου το βάθος κληρονομείται από τον Καντ και στη σκέψη των αυστριακών παίρνει σάρκα και οστά στην ελεύθερη ανθρώπινη δράση που λαμβάνει χώρα στο κόσμο των αγορών. Ακρογωνιαίος λίθος της σκέψης της αυστριακής σχολής είναι η σύνδεση του ανθρώπου, της ελευθερίας και της αγοράς. Οι αναλύσεις τους για τον ανταγωνισμό προσέφεραν το κατάλληλο πεδίο για την κριτική του φαινομένου συγκέντρωσης οικονομικής δύναμης στον καπιταλισμό. Η θεωρία για την οριακή χρησιμότητα έλυσε το πρόβλημα της αξίας με καθοριστικό τρόπο υπέρ των ατομικών επιλογών του καταναλωτή και έστησε την βάση, με την βοήθεια της θεωρίας του καταλογισμού, για την λύση του προβλήματος της διανομής του παραγόμενου προϊόντος σε σχέση με την οριακή συνεισφορά του κάθε ενδιαμέσου αγαθού. Η ρητή εισαγωγή του χρόνου στην κατανόηση της έννοιας και του ρόλου του κεφαλαίου καθώς επίσης ο διαχωρισμός σε έμμεσες και άμεσες μεθόδους παραγωγής, κατέδειξε την σημασία των διαχρονικών αποτιμήσεων που εν τέλει αυτές σχηματίζουν το κεφάλαιο και όχι η συσσωρευμένη υπεραξία των εργατών που το καπιταλιστικό σύστημα τους αποστερεί από τα δικαιώματα ιδιοκτησίας..

Το σύστημα των τιμών αποτελεί τον καλύτερο πληροφοριακό κοινωνικό μηχανισμό αφού με λιγότερο κόστος μπορεί να συντονίζει όλους τους ανθρώπους της κοινωνίας, χωρίς την ανάγκη ενός πολυέξοδου γενικού συντονιστή (κράτος, γραφειοκρατία, κόμμα), ο οποίος μάλιστα στις πιο πολλές περιπτώσεις θα παρεμβαίνει και θα παραβιάζει τις ατομικές επιλογές του πολίτη.

2.10.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ

Το σύνολο των θεωριών των αυστριακών εξετάζει κάθε πτυχή του συστήματος της αγοράς από τις πιο αναλυτικές του κατηγορίες όπως είναι η αξία των αγαθών ως τις πιο συνθετικές όπως είναι ο συντονισμός των ανθρωπίνων πράξεων. Το πιο σημαντικό επίτευγμα των αυστριακών είναι ότι στην διάρκεια πορείας ενός αιώνα, κατάφεραν σε μία συνεχή αλληλοδιαδοχή προσώπων, να αποκρυσταλλώσουν στην επιστημονική συνείδηση τις αρετές του συστήματος της αγοράς και να δείξουν τις πραγματικές δυνατότητες που παρέχει για την ανθρώπινη συνεννόηση και συνεργασία.

Αυτή η εργασία τους οδήγησε από πολύ νωρίς στην πρόβλεψη ότι το αντίπαλο σύστημα κοινωνικής οργάνωσης (το σοσιαλιστικό) θα αποκηρυχθεί αφού αναγκαίως θα οδηγηθεί σε αδιέξοδα τόσο στην παραγωγή όσο και στην διανομή του παραγόμενου πλούτου στην κοινωνία. Για πρώτη φορά μετά την συνολική συνεισφορά των αυστριακών, το καπιταλιστικό σύστημα απεκδύεται τον τίτλο που του προσέδωσαν οι αντίπαλοι του και κυρίως ο Karl Marx και αρχίζει να κατονομάζεται σύστημα της αγοράς. Η σημασία αυτού του γεγονότος είναι πολύ σημαντική διότι αυτό που χαρακτηρίζει πια το σύστημα δεν είναι το κεφάλαιο αλλά η αγορά, με όλες τις αρετές που αδρά περιγράψαμε παραπάνω. Οι πρωτεργάτες και οι θεμελιωτές του έργου της ουσιαστικής μετονομασίας του καπιταλισμού είναι οι αυστριακοί αφού αυτοί καλύτερα από τον καθένα, κατάφεραν να κατανοήσουν και να καταστήσουν σαφές στην επιστημονική κοινότητα

αλλά και στην κοινωνία ότι το σύστημα εντός του οποίου ο ανθρώπινος πολιτισμός γνώρισε την μεγαλύτερη ακμή του, στο πιο ευρύ πλαίσιο δυνατοτήτων ελευθερίας, είναι η ελεύθερη αγορά με το σύστημα των τιμών, του ανταγωνισμού, της επιχειρηματικότητας, τις δυνάμεις της προσφοράς και της ζήτησης και τους θεσμούς των περιουσιακών δικαιωμάτων.

2.10.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΒΑΣΗ ΑΥΣΤΡΙΑΚΗΣ ΘΕΩΡΙΑΣ

Για τον ορισμό της επιχειρηματικότητας ως δραστηριότητας του επιχειρηματία, η αυστριακή θεώρηση χρησιμοποιεί τις εξής τέσσερις βασικές έννοιες: άγνοια, λάθος, αντίληψη, κέρδος. Με βάση τις εν λόγω έννοιες ο επιχειρηματίας για αυτή τη σχολή σκέψης δεν είναι άλλος παρά το άτομο εκείνο, το οποίο αντιλαμβάνεται τις ευκαιρίες κέρδους που δημιουργούνται στην αγορά λόγω της γενικευμένης «άγνοιας» που επικρατεί και η οποία οδηγεί τους συναλλασσόμενους στη διάπραξη λαθών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ανάγκη για επιχειρηματικότητα και καινοτομία παλαιότερα δεν ήταν τόσο επιτακτική όσο σήμερα. Βρισκόμαστε σε μια εποχή όπου οι περισσότερες βιομηχανίες και οικονομίες έχουν βυθιστεί στο φαινόμενο της οικονομικής κρίσης ή βρίσκονται στη φάση της ανάκαμψης με προσπάθειες από τους ηγέτες των κρατών και των επιχειρήσεων αυτών, και με σκοπό να εξισορροπηθούν, οι βραχυπρόθεσμες ανάγκες της επιβίωσης με τη μακροπρόθεσμη ζήτηση, για την εξεύρεση νέων πηγών ανάπτυξης. Ωστόσο, ένα μεγάλο ποσοστό των επιχειρήσεων έχει την ανάγκη για μια πραγματική συνεργασία ενώ έχει καθοριστεί μια σαφής σχέση μεταξύ της επιχειρηματικότητας, της καινοτομίας και σαφώς της οικονομικής ανάπτυξης. Με το σωστό ρυθμό ανάπτυξης των νέων προϊόντων ή υπηρεσιών, υιοθετούνται νέες προσεγγίσεις στις εταιρικές σχέσεις με σκοπό να επωφεληθούν από την λεγόμενη ύφεση και να μετατραπούν οι επιχειρήσεις σε πιο καινοτόμες.

3.2 ΟΡΙΣΜΟΣ - ΦΥΣΗ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

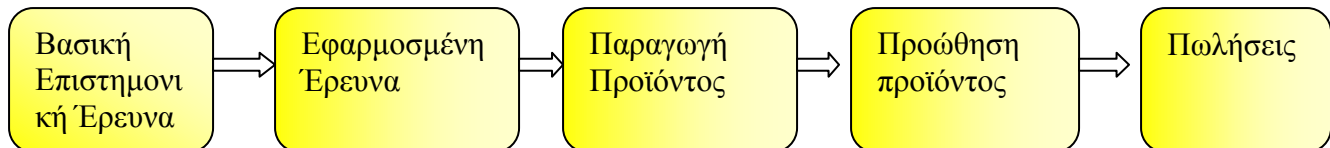
Η έννοια της καινοτομίας είναι μια σύνθετη και συναρπαστική έννοια. Ο καθένας θέλει να έχει άμεση σχέση μαζί της διότι εκφράζει το μοντέρνο, το έξυπνο και το πρωτότυπο. Καινοτομία σημαίνει αλλαγή. Μπορεί να οριστεί ως το δυναμικό αυτό στοιχείο που διασφαλίζει την υπέρβαση των προβλημάτων που υπάρχουν αφενός με καινούρια μέσα και νέους τρόπους αφετέρου συμβάλλει στο να προλαμβάνονται οι γοργές εξελίξεις σε κάθε χώρο ενδιαφέροντος. Από την άλλη πλευρά, σε ό,τι αφορά την ουσία της σύμφωνα με το έργο του οικονομολόγου J.A.Schumpeter προσδιορίζει πέντε κύριες πηγές δημιουργικής «καταστροφής». Σε αυτές περιλαμβάνονται, η εισαγωγή ενός νέου αγαθού, η εισαγωγή μιας νέας μεθόδου παραγωγής, το άνοιγμα μιας νέας αγοράς σε νέα εδάφη, η «κατάκτηση μιας νέας πηγής προσφοράς πρώτων υλών ή ημικατεργασμένων αγαθών και η δημιουργία ενός νέου είδους βιομηχανικής οργάνωσης. Το μεγαλύτερο ενδιαφέρον επικεντρώνεται στους δύο πρώτους ορισμούς της καινοτομίας (Rogers(1998)). Αυτό, λοιπόν, γίνεται για λόγους καλύτερης ταυτοποίησης και μέτρησης της καινοτομίας. Ωστόσο, είναι εμφανές πως ο ΟΟΣΑ στο Εγχειρίδιο του Όσλο(1996)⁸ ασχολείται με τους δύο πρώτους ορισμούς για τον σωστό καθορισμό των βασικών κατευθύνσεων στο χώρο της καινοτομίας και της μέτρησης της. Ακόμη και με αυτούς τους ορισμούς η καινοτομία δεν είναι μια μεμονωμένη και στατική διαδικασία. Ο ίδιος ο Schumpeter τη δεκαετία του 1930 την όριζε ως μια δυναμική διαδικασία με πολλά επιμέρους μέρη. Ο Schumpeter εστίασε στο χωρισμό της διαδικασίας σε τρία βασικά μέρη, τα οποία παρατίθενται παρακάτω. Το πρώτο μέρος περιλαμβάνει τη βασική έρευνα, όπου πραγματοποιείται σε πανεπιστήμια ή σε ανάλογα ερευνητικά κέντρα. Το αποτέλεσμα της βασικής έρευνας είναι η εφεύρεση. Η εφεύρεση ορίζεται ως η νέα ιδέα που μπορεί να οδηγήσει σε ένα νέο προϊόν ή σε μια υπηρεσία ή σε μία βελτίωση σε ένα ήδη υπάρχον προϊόν. Στο δεύτερο μέρος συναντάμε την εφαρμοσμένη έρευνα. Στο στάδιο αυτό, η εφεύρεση μετατρέπεται σε ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία τα οποία μπορούν να διατεθούν στην αγορά. Με άλλα λόγια, θα μπορούσαμε να πούμε πως στο στάδιο αυτό δημιουργείται η

⁸ OECD (1996), *The Oslo Manual: Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*, Paris, OECD σελίδα 57-58

καινοτομία. Η καινοτομία περιλαμβάνει την επιτυχής μετατροπή της ιδέας που πάρθηκε κατά τη βασική έρευνα και την επιτυχής εξαγωγή στην αγορά με αποτέλεσμα τη μείωση του κόστους παραγωγής, την αύξηση της παραγωγικότητας μίας μονάδας προϊόντος με την παράλληλη μείωση του χρόνου παραγωγής της και τέλος την αύξηση της ανταγωνιστικότητας.

Στο παρακάτω **Σχήμα 2**, απεικονίζονται τα στάδια της καινοτομίας.

Τα στάδια της καινοτομίας,



Σχήμα 2, Τα στάδια της καινοτομίας

Πηγή: Σύμφωνα με το βιβλίο «Επιχειρηματικότητα» των D.Deakins και Mark Freel από το κεφάλαιο «Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα», σελίδα 238 – 239

Σύμφωνα με τον Schumpeter J., η διαδικασία της καινοτομίας δεν σταματάει στο τέλος του δεύτερου σταδίου αλλά μετά την επιτυχή εισαγωγή του προϊόντος στην αγοραστική διαδικασία, με σκοπό να επιτύχει πωλήσεις. Έπειτα θα ακολουθήσει το τρίτο στάδιο της καινοτομικής διαδικασίας, το οποίο περιλαμβάνει τη διάχυση της καινοτομίας στις άλλες επιχειρήσεις. Αυτό σημαίνει πως οι άλλες επιχειρήσεις μιμούνται το προϊόν που έχει διαδεχθεί σημαντική επιτυχία στην αγορά. Είναι εμφανές πως από την πλευρά της αύξησης της ανταγωνιστικότητας, το τρίτο στάδιο δεν είναι το καλύτερο δυνατό για μια επιχείρηση. Στο σημείο αυτό, θα ήταν σημαντικό να αναφερθεί πως η μετάβαση από το ένα στάδιο στο άλλο δεν είναι μηχανική. Αυτό σημαίνει πως η μετατροπή μιας εφεύρεσης σε καινοτομία δεν είναι εύκολη, όπως και η μίμηση-χρήση της καινοτομίας από τους ανταγωνιστές. Τέλος, το σημαντικότερο σημείο για τη δημιουργία και παράλληλα την εφαρμογή μια καινοτομίας είναι η σχέση της επιχείρησης με την αγορά στην οποία δραστηριοποιείται.

3.3 ΕΙΔΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Σύμφωνα με τον Higgins υπάρχουν τέσσερα είδη οργανωτικής καινοτομίας. Το πρώτο είδος είναι η καινοτομία προϊόντος και υπηρεσιών, βάση της οποίας έχει ως αποτέλεσμα τη βελτίωση σε παλαιά προϊόντα ή υπηρεσίες ακόμη και σε νέα προϊόντα ή υπηρεσίες. Σύμφωνα με το είδος αυτό καινοτομίας, ο οργανωτικός παρατηρητής μπορεί να αναγνωρίσει την καινοτόμο συμπεριφορά, ειδικά σε προϊόντα ή υπηρεσίες. Οι περισσότερες εταιρείες παρέχουν ενδείξεις ότι προσπαθούν να αλλάξουν και να βελτιώσουν τον τρόπο που διοικούν την επιχείρησή τους. Επιδιώκουν την ελάχιστη απώλεια, προσπαθούν να ελέγχουν στενά την ταμειακή ροή και παρακολουθούν εκπαιδευτικά προγράμματα. Ενώ οι παραπάνω δραστηριότητες είναι ουσιαστικές, ο οργανισμός που συμμετέχει συνειδητά στην καινοτομία θα εστιάσει σε υψηλό βαθμό σε αυτήν και θα υιοθετήσει μια καθορισμένη καινοτόμο διαδικασία. Η διαδικασία θα αναγνωριστεί από την πλειοψηφία του προσωπικού και της διοίκησης ως αναπόσπαστο μέρος της εταιρικής δομής. Επόμενο είδος είναι η καινοτομία διαδικασίας και μεθόδων, σύμφωνα με την οποία έχει ως αποτέλεσμα βελτιωμένες διαδικασίες εντός του επιχειρηματικού οργανισμού, όπως για

παράδειγμα, είναι ο ανασχεδιασμός της επιχειρηματικής διαδικασίας. Οι διαδικασίες και οι μέθοδοι ενός οργανισμού αποτελούν τα συστήματα υποστήριξης που επιτρέπουν την ανάπτυξη, την παραγωγή και την παράδοση στον πελάτη των προϊόντων ή των υπηρεσιών. Η αναγνώριση της καινοτομίας σε διαδικασίες και μεθόδους είναι κυρίως ένα θέμα εσωτερικής γνώσης και εμπειρίας του τρόπου που ο οργανισμός υποστηρίζει τις επιχειρηματικές του προσπάθειες. Η καινοτομία διαδικασιών και μεθόδων απαιτεί πολύ καλή γνώση των παραγόντων που επηρεάζουν την αποδοτικότητα και την αποτελεσματικότητα των προϊόντων ή υπηρεσιών εντός του οργανισμού .

Ένα από τα σημαντικότερα είδη καινοτομίας θεωρείται η καινοτομία διοίκησης, βάση της οποίας βελτιώνεται ο τρόπος διοίκησης του οργανισμού. Ο Cooper, το έτος 1994, πρότεινε ένα πρότυπο έξι σταδίων που παρουσιάζει μια επισκόπηση της διαδικασίας που βοηθά την ανάπτυξη νέων προϊόντων. Η εν λόγω διαδικασία περιλαμβάνει έναν σύνδεσμο μεταξύ των οποίων ο ίδιος αποκαλεί «πύλες σταδίων» (“stage gates”). Οι πύλες αυτές ελέγχονται από τους μάνατζερ προϊόντων και τους επικεφαλής έργων. Σε κάθε περίπτωση, ο ρόλος του μάνατζερ είναι να λαμβάνει αποφάσεις σχετικά με την καταλληλότητα του προϊόντος με σκοπό να προχωρήσει στο επόμενο στάδιο. Το πρότυπο απεικονίζει τη σπουδαιότητα του ρόλου του μάνατζερ εντός της καινοτόμου διαδικασίας. Η σπουδαιότητα αυτή ξεπερνά τις δεξιότητες ή τις ικανότητες που έχει να προωθήσει ή να συνεισφέρει ο μάνατζερ άμεσα στην καινοτομία. Πρέπει να δοθεί ισάξια προσοχή, εκτός της καινοτόμου διαδικασίας, στην ικανότητα του μάνατζερ να διαχειρίζεται τους πόρους και τα συστήματα υποστήριξης που συναντά στη διαδικασία. Ο μάνατζερ εντός ενός καινοτόμου περιβάλλοντος πρέπει να αναλάβει τις ακόλουθες λειτουργίες και δραστηριότητες:

- Πρέπει να βοηθήσει και να διευκολύνει την αλλαγή που συμβαίνει εντός της καινοτόμου διαδικασίας. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω διοικητικής και υλικοτεχνικής υποστήριξης αναλόγως και με τις απαιτήσεις της εγκατάστασης .
- Κάθε μάνατζερ πρέπει να κατανοήσει και να εκτιμήσει τη στρατηγική που ακολουθείται. Επιπλέον , πρέπει να μεταδώσει τη στρατηγική στο εργατικό δυναμικό και επίσης , είναι υπεύθυνος να μεταφέρει ορθά στα κατάλληλα τμήματα τις αλλαγές , τις βελτιώσεις και τις μεταβολές που έχουν πραγματοποιηθεί .
- Ο μάνατζερ πρέπει να ενθαρρύνει την πρόωρη συμμετοχή και δέσμευση σε έργα .
- Ο μάνατζερ πρέπει να δημιουργήσει και να διατηρήσει ένα περιβάλλον που είναι ανοικτό και παρακινητικό .
- Οι πιο στενές εργασιακές σχέσεις φέρουν την ανάγκη για σαφήνεια στόχου και δείκτες επίδοσης που παρέχουν μέτρα σύμφωνα με τα οποία μπορεί να υπολογιστεί η πρόοδος. Οι ανταμοιβές πραγματοποιούνται συνήθως δεσμεύοντας ένα μέρος του πληρωτέου ποσού στην πρόοδο του έργου .
- Ο μάνατζερ χρειάζεται χρόνο για να αξιοποιήσει τους υφισταμένους του και αναζητεί επίσης ευκαιρίες για προσωπική ανάπτυξη. Η εκπαίδευση δεν θεωρείται δαπάνη αλλά επένδυση και η μάθηση αποτελεί συνήθεια αντί περιστασιακού γεγονότος.
- Η σταδιοδρομία στη διοίκηση σε καινοτόμους οργανισμούς παρουσιάζει αξιοσημείωτες διαφορές από το πρότυπο κλιμακωτής αναρρίχησης. Ο μάνατζερ που είναι αφιερωμένος στη σταδιοδρομία του μπορεί να κινηθεί μεταξύ οργανισμών ώστε να καταφέρει μια προαγωγή. Ενδέχεται να ανακαλύψει ότι οι τμηματικές αλλαγές του αρμόζουν και να κινηθεί μεταξύ κλάδων .

- Οι πετυχημένοι καινοτόμοι μάνατζερ είναι καλοί ηγέτες, επίμονοι και πρόθυμοι να ριψοκινδυνεύουν .

Το τελευταίο είδος είναι η καινοτομία μάρκετινγκ, η οποία περιλαμβάνει τις λειτουργίες προώθησης προϊόντος, την τιμολόγηση και τη διανομή του. Το μάρκετινγκ και η διανομή ενδιαφέρονται να επιστήσουν την προσοχή του αγοραστή στο προϊόν ή την υπηρεσία. Δεν ενδιαφέρονται μόνο να πληροφορήσουν για το προϊόν, αλλά να προκαλέσουν την επιθυμία αγοράς, την ευκολία της και την ανάγκη ικανοποίησης. Η διαδικασία μάρκετινγκ και διανομής γίνεται πιο εξεζητημένη με τη χρήση υψηλότερης τεχνολογίας που βοηθά στην ανάλυση πρωταρχικών δεδομένων όπως και στην ανάπτυξη νέων οδών παράδοσης και με σωστή μορφή. Η καινοτομία στο μάρκετινγκ και τη διανομή ξεφεύγει από το φυσιολογικό πλαίσιο, με τρόπο όμως που δεν προσβάλλει υπάρχοντες και δυνητικούς πελάτες. Μπορούμε, ωστόσο, να αναγνωρίσουμε τις καινοτομίες επειδή αντιλαμβανόμαστε πως το αποτέλεσμα είναι η αλλαγή της σχέσης με τους πελάτες. Επιπρόσθετα, η στρατηγική καινοτομίας στο μάρκετινγκ, στη διανομή και στα προϊόντα μπορεί να διαχωριστεί σε τέσσερις κατηγορίες, που περιγράφονται παρακάτω:

- **Τεχνολογική**, όπου εδώ κατατάσσονται τα νέα και πρωτότυπα προϊόντα σε μια υπάρχουσα αγορά .
- **Διαφοροποιημένη**, σε αυτήν την κατηγορία έχουμε προϊόντα σε μια υπάρχουσα αγορά , όπου η αγορά γνωρίζει ήδη το προϊόν και ο μόνος τρόπος να διαφοροποιηθεί από τα άλλα προϊόντα είναι μέσω τιμής, συσκευασίας ή υποστήριξης προϊόντος .
- **Αρχιτεκτονική**, στην κατηγορία αυτή ανήκουν τα ήδη υπάρχοντα προϊόντα σε μια νέα αγορά . Αυτό σημαίνει πως ο διαφημιστής θα προσπαθήσει να ενθαρρύνει νέους πελάτες να δεχθούν ένα καθιερωμένο προϊόν ή υπηρεσία υιοθετώντας έναν ανασχεδιασμό .
- **Πολύπλοκη**, στην κατηγορία αυτή ανήκουν τα πρωτότυπα προϊόντα και υπηρεσίες που εισάγονται σε νέες αγορές. Η ανάπτυξη των πολυμέσων ή του εσωτερικού γραφείου τεχνολογίας πληροφοριών έχει εξελιχθεί συνδυάζοντας παρόμοιες τεχνολογίες με στόχο μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα και μεταβλητότητα. Το μάρκετινγκ των προϊόντων αυτών απαιτεί υψηλό βαθμό φαντασίας και διαίσθησης .

3.4 Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στον τομέα της παραγωγής καινοτομίας η Ελλάδα, δυστυχώς , κατατάσσεται σε πολύ χαμηλά επίπεδα σε σχέση με άλλα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αυτό γίνεται αντιληπτό μέσω της έρευνας σχετικά δε με την εφαρμογή της καινοτομίας, μεν με την παραγωγική διαδικασία, που πραγματοποιήθηκε κατά το οικονομικό έτος 2008, όπου η Ελλάδα κατέλαβε την 29η θέση ανάμεσα σε 37 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Στις αμέσως επόμενες θέσεις συναντάμε χώρες με τα ίδια προβλήματα που αντιμετωπίζει η Ελλάδα στους τομείς αυτούς, είναι η Σλοβακία, η Πολωνία, τη Λετονία, την Τουρκία, τη Βουλγαρία και τη Ρουμανία. Η έρευνα χωρίζει τις 37 χώρες που συμμετείχαν σε αυτή σε τέσσερις μεγάλες κατηγορίες, με την «κορυφή» να καταλαμβάνεται από χώρες όπως η Σουηδία, η Ελβετία, η Φινλανδία, το Ισραήλ, η Δανία, η Ιαπωνία, η Γερμανία, η Μεγάλη Βρετανία και οι ΗΠΑ. Στη δεύτερη κατηγορία κατατάσσεται ομάδα χωρών αποτελούμενη από το Λουξεμβούργο, την Ισλανδία, την Ολλανδία, την Ιρλανδία, την Αυστρία, τη Γαλλία, το Βέλγιο και τον Καναδά, ακολουθούν οι χώρες της «μέτριας καινοτομίας», όπως είναι η Αυστραλία, Εσθονία, Σλοβενία, Νορβηγία, Τσεχία, Ιταλία, Κύπρος,

Ισπανία και στο τέλος βρίσκουμε και την Ελλάδα. Για τα αποτελέσματα αυτά της έρευνας ελήφθησαν υπ' όψιν παράγοντες όπως είναι οι υποδομές για την παραγωγή καινοτομίας, η παραγωγή νέας γνώσης, η συμμετοχή της καινοτομίας στο επιχειρείν και τέλος το ζήτημα της πνευματικής περιουσίας. Ωστόσο, ο βασικός φορέας για τη χάραξη και την εφαρμογή πολιτικής στην Ελλάδα είναι η Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας (ΓΓΕΤ), η οποία συντονίζει τα ερευνητικά έργα που χρηματοδοτούνται από διαρθρωτικά προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Στην Ελλάδα, οι φορείς που αναπτύσσουν δραστηριότητες Έρευνας και Τεχνολογίας είναι τα ιδρύματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, τα κρατικά ερευνητικά κέντρα και οι επιχειρήσεις. Επιπλέον, άλλοι κρατικοί φορείς και έρευνας είναι το Εθνικό Ίδρυμα Αγροτικής Έρευνας, το Ινστιτούτο Γεωλογικών και Μεταλλευτικών Ερευνών και το Κέντρο Έρευνας και Τεχνολογίας. Επιπλέον, το μεγαλύτερο μέρος της ερευνητικής δραστηριότητας καλύπτουν τα ιδρύματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, όπως είναι τα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (ΑΕΙ), τα Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (ΤΕΙ) και τα Ερευνητικά Πανεπιστημιακά Ινστιτούτα.

3.5 Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΟ ΚΡΙΣΗΣ

Το τελευταίο χρονικό διάστημα κυριαρχεί το φαινόμενο της κρίσης σε παγκόσμιο επίπεδο. Η πρόσφατη κρίση στις παγκόσμιες χρηματοοικονομικές αγορές, καθώς και η μεταφορά της στην πραγματική οικονομία δημιούργησε ένα έντονο ενδιαφέρον για το Μεγάλο Κραχ του έτους 1929. Το ενδιαφέρον αυτό, δημιουργήθηκε κυρίως διότι υπάρχουν αρκετά παρόμοια στοιχεία με εκείνη την εποχή, όπως για παράδειγμα η τεράστια αβεβαιότητα που κυριαρχεί σε συνδυασμό με την τραπεζική ανεπάρκεια και ανικανότητα. Αντιθέτως, οι ειδικοί υποστηρίζουν πως στην παρούσα φάση αβεβαιότητας, η καινοτομία αποτελεί πολύτιμο εργαλείο τόσο στην οικονομία όσο και στις επιχειρήσεις, που είναι τα ζωτικά της κύτταρα αλλά αποτελεί και ένα σημαντικό εργαλείο για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας

Βεβαίως, αρκετές ήταν οι επιχειρήσεις που δίστασαν να καινοτομήσουν την περίοδο του Μεγάλου Κραχ (δεκαετία του '30).⁹ Την περίοδο εκείνη παρατηρήθηκε το γεγονός πως ο βαθμός ανάπτυξης των πατενταρισμένων εφαρμογών, που λειτουργούσαν ως πληρεξούσιο για τους πόρους που διατίθεντο στις νέες ιδέες, ήταν χαμηλότερος τη δεκαετία του '30 απ' ό,τι στη δεκαετία που προηγήθηκε. Μολονότι πως ένα ποσοστό μετόχων-στελεχών δίστασαν να καινοτομήσουν περιμένοντας μία ανέλιξη στην οικονομία, αρκετές ήταν οι επιχειρήσεις εκείνες που δεν καθυστέρησαν να πραγματοποιήσουν επενδύσεις. Σε αυτές κατατάσσεται η DuPont αλλά δεν είναι το μόνο παράδειγμα, έχοντας επίσης καταλάβει μία θέση στην καινοτομική δραστηριότητα εκείνης της εποχής πολλές νέες εταιρείες τεχνολογίας, όπως είναι η Polaroid και η Hewlett-Packard (HP).¹⁰ Αυτές οι εταιρείες καταχωρήθηκαν ως «entrepreneurial» κατά τη διάρκεια του 1930.

Παρόλο που η αναβλητικότητα είναι η φυσική αντίδραση στην αβεβαιότητα που κυριαρχεί, μερικές εταιρείες οφείλουν να καινοτομούν σε περιόδους δυσμενείς και οικονομικής αστάθειας. Αυτές είναι οι εταιρίες που χρησιμοποιούν διάφορες πατενταρισμένες εφαρμογές και ιδιαίτερα με τις τεχνολογίες που χρειάζονται αρκετό χρονικό διάστημα με σκοπό να μεταπηδήσουν στο

⁹ EDGE, www.edge_innovation.com

¹⁰ EDGE, www.edge_innovation.com

εμπόριο μετά την ανακάλυψή τους. Βέβαια, οι εταιρείες που καθυστερούν αυτές τις επενδύσεις δημιουργείται η πιθανότητα να χάσουν σημαντικές ευκαιρίες ανάπτυξη όταν η αβεβαιότητα υποχωρήσει και η οικονομία ανακάμψει. Σύμφωνα με τον σπουδαίο οικονομολόγο της εποχής του Μεγάλου Κραχ, Joseph Schumpeter, οι έντονες υφέσεις έχουν σημαντικές και θετικές συνέπειες, όπως είναι η διάλυση των εταιριών που υπολειπόμενες και η απελευθέρωση του κεφαλαίου από τους φθίνοντες τομείς σε νέους κλάδους. Επομένως, ακόμη και οι δυσμενείς υφέσεις δημιουργούν θετικές συνέπειες για τις επιχειρήσεις με κεφάλαιο και νέες ιδέες.

3.6 ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ

3.6.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία τριάντα χρόνια οι καινοτομίες στη χρήση της τεχνολογίας πληροφορικής και επικοινωνιών αναπτύσσονται ραγδαία. Η χρήση της ΤΕΠΕ επηρεάζει σε βαθμό σημαντικό την επιχειρηματική δραστηριότητα. Πολλές φορές, η χρήση της, θα επηρεάσει είτε θετικά είτε αρνητικά την επιχειρηματική δραστηριότητα και παράλληλα την ανταγωνιστικότητα, ιδίως σε ό,τι αφορά τους επιχειρηματίες και τον κλάδο των μικρών επιχειρήσεων. Στη χρήση της τεχνολογίας πληροφορικής και επικοινωνίας (ΤΕΠΕ) έχουν όλοι δυνατότητα πρόσβασης και ίσως με αυτόν τον «ανοιχτό» χαρακτήρα να δημιουργείται έλλειψη συνοχής ως προς την κατανόηση των διάφορων ζητημάτων με το πώς χρησιμοποιείται.

3.6.2 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ(ΤΕΠΕ)

- Η χρήση της τεχνολογίας πληροφορικής και επικοινωνιών συνήθως πραγματοποιείται από πλήθος μικρών επιχειρήσεων. Ωστόσο μπορούμε να ορίσουμε τη χρήση των ΤΕΠΕ σε δύο κατηγορίες,
- Η χρήση της τεχνολογίας πραγματοποιείται με σκοπό τη βελτίωση, την ανάλυση και τη χρησιμοποίηση των διάφορων πληροφοριών για διάφορους επιχειρηματικούς σκοπούς. Σε αυτήν την κατηγορία περιλαμβάνεται η χρήση της τεχνολογίας με απώτερο σκοπό την τήρηση των λογιστικών καταστάσεων και τη χρήση των βάσεων δεδομένων και το σχεδιασμό με τη βοήθεια λογισμικού.
- Η χρήση της τεχνολογίας πραγματοποιείται με σκοπό την κοινοποίηση πληροφοριών, μέσω από πραγματοποίηση έρευνας ή διαλόγου. Σε αυτήν την κατηγορία περιλαμβάνεται η χρήση της τεχνολογίας επικοινωνιών στις επιχειρήσεις με σκοπό τις οικονομικές συναλλαγές, παραγγελίες και ανάπτυξη σχέσεων με πελάτες και προμηθευτές, όπως είναι για παράδειγμα οι τηλεφωνικές υπηρεσίες ή οι υπηρεσίες διαδικτύου.

3.6.3 Η ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ(ΤΕΠΕ) ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Σύμφωνα με έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί τα τελευταία χρόνια, δείχνουν πως οι μικρές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τις τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνίας (ΤΕΠΕ) σε βαθμό μικρότερο από τις μεγάλες επιχειρήσεις. Αυτό συμβαίνει διότι οι ιδιοκτήτες των μικρών επιχειρήσεων είναι λιγότερο πληροφορημένοι για την ποικιλία των τεχνολογιών που μπορούν να

έχουν με σκοπό να διευκολύνουν την αγοραστική δραστηριότητα των πελατών τους. Ωστόσο, οι μικρές επιχειρήσεις δείχνουν να υστερούν λίγο με τη χρήση του διαδικτύου (internet).

Στην Ελλάδα, η πρόσβαση στο διαδίκτυο αφορά κυρίως άτομα μέσης και ανώτερης εκπαίδευσης, οι οποίοι το χρησιμοποιούν για να αναζητούν πληροφορίες, ενώ σε μικρότερο βαθμό χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για συναλλαγές με δημόσιες και άλλες υπηρεσίες. Όσον αφορά τις μικρές επιχειρήσεις, η χρήση του διαδικτύου συνήθως γίνεται από τον εργασιακό χώρο και αναζητούν πληροφορίες σχετικά με προϊόντα και υπηρεσίες καθώς επίσης για την πώληση ή προσφορά προϊόντων. Οι αιτίες που οφείλονται για τη χαμηλή απορρόφηση και χρήση της τεχνολογίας πληροφορικής και επικοινωνίας (ΤΕΠΕ) από τις μικρές επιχειρήσεις είναι πως :

- Το κόστος και παράλληλα η διαθεσιμότητα γνώσης και πείρας σε θέματα που αφορούν την τεχνολογία πληροφορικής και επικοινωνίας (ΤΕΠΕ).
- Η έλλειψη διάθεσης σε βαθμό σημαντικό από τους επιχειρηματίες για την εισαγωγή καινοτόμων επιχειρηματικών μεθόδων.
- Οι περιορισμοί της διαθέσιμης τεχνολογίας, όπως είναι η διαθεσιμότητα και ταχύτητα πρόσβασης στο διαδίκτυο.
- Ο χρόνος και η προσπάθεια που απαιτούνται για την απόκτηση πείρας για το χειρισμό της τεχνολογίας πληροφορικής και επικοινωνίας (ΤΕΠΕ).

Παρόλο τα όλα εμπόδια, που οι μικρές επιχειρήσεις συναντούν, πολλές από αυτές έχουν τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν τις τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνίας (ΤΕΠΕ), με σκοπό την αύξηση της αποδοτικότητας τους και να αποκτήσουν εμπορικό πλεονέκτημα. Υπάρχουν, ουσιαστικά, τρεις βαθμοί εφαρμογής των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνίας (ΤΕΠΕ) από τις μικρές επιχειρήσεις. Εδώ υπάγεται η χρήση συγκεκριμένων εφαρμογών για την ενίσχυση της αποδοτικότητας συγκεκριμένων πτυχών της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Επίσης, η χρήση δικτύων εσωτερικών και διαδικτυακών για τη διευκόλυνση των επικοινωνιών και τέλος, η χρήση του διαδικτύου για σκοπούς επιχειρηματικούς, είτε σε χαμηλό είτε σε υψηλό επίπεδο.

3.6.4 Η ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Η μεγάλη «έκρηξη» των εταιρειών διαδικτύου ξεκίνησε περίπου στα τέλη της δεκαετίας του 1990. Με τη χρήση του διαδικτύου δημιουργούνταν και αναπτύσσονταν από την αρχή επιχειρήσεις που βασίζονταν στο διαδίκτυο, όπου αυτή η δημιουργία κόστιζε αρκετά. Μια από τις πιο συνηθισμένες μορφές επιχειρήσεων που δημιουργήθηκε με τη χρήση του διαδικτύου είναι βεβαίως η παραδοσιακή επιχείρηση που χρησιμοποιεί το διαδίκτυο με τον καλύτερο δυνατόν τρόπο. Συνεπώς υπάρχουν τρία είδη διαδικτυακών επιχειρήσεων όπου είναι:

- Η παραδοσιακή μορφή επιχείρησης
- Η «αμιγώς διαδικτυακή» επιχείρηση, δηλαδή η επιχείρηση με παρουσία στο διαδίκτυο κυρίως, όπως είναι για παράδειγμα η «Amazon», η επιχείρηση «www.pamediakopes.gr» .
- Η επιχείρηση που είναι ο συνδυασμός των άλλων δύο κατηγοριών. Αυτή η επιχείρηση ονομάζεται «υβριδική» επιχείρηση.

Η παρουσία του διαδικτύου παρουσιάζει σπουδαίο ρόλο για τις μικρές επιχειρήσεις, όπου σύμφωνα με τον Chaston ένα αρκετά σημαντικό ποσοστό των αγοροπωλησιών πραγματοποιείται

μέσω του διαδικτύου, διότι εκεί ο καταναλωτής μπορεί να βρει τις πιο συμφέρουσες τιμές για τα προϊόντα ή υπηρεσίες που χρειάζεται. Επίσης μολαταύτα, είναι σημαντικό να αναφερθούν τα πλεονεκτήματα και ,επίσης, τα μειονεκτήματα από τη χρήση του διαδικτύου. Δύσκολο υποεκτιμώνται τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του διαδικτύου, το οποίο ως μέσο αύξηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας τόσο σε τοπικό όσο και διεθνές επίπεδο, συμπεριλαμβανομένου του εμπορίου, έχει ήδη αποδειχθεί αποτελεσματικό τόσο σε B2B όσο και σε B2C δράσεις. Με τη χρήση του διαδικτύου υπάρχει μεγαλύτερη δικτύωση μέσω της αύξησης των επαφών και έχουμε ως αποτέλεσμα την αύξηση των προμηθευτών. Μέσω του διαδικτύου, μπορούν να πραγματοποιούνται συναλλαγές 24 ώρες το 24ώρο, 7 ημέρες την εβδομάδα δίχως κάποια επιβάρυνση. Επιτυχαίνεται, επίσης, αύξηση της διαφημιστικής δραστηριότητας και δημιουργούνται δυνατότητες για e-επιχειρείν συναλλαγές με ορθό προγραμματισμό και στο πλαίσιο της στρατηγικής τους κατεύθυνσης. Τέλος, δημιουργούνται βελτιώσεις από την πρόοδο των ηλεκτρονικών τεχνολογιών.

Από την άλλη πλευρά, οι κίνδυνοι που υπάρχουν στο διαδίκτυο παραμονεύουν. Η ανάγκη για συντήρηση των επενδύσεων σε ΤΕΠΕ, διότι δίχως ΤΕΠΕ η αγοραστική και παραγωγική δραστηριότητα θα αρχίσει να μειώνεται. Ένας από τους πιο σημαντικούς κινδύνους που ελλοχεύει στο διαδίκτυο είναι η διατήρηση λογικών χρόνων ανταπόκρισης με απώτερο σκοπό την απώλεια ευκαιριών. Θα πρέπει, ωστόσο , να έχουν παρθεί όλα τα μέτρα για την ασφάλεια και την ποιότητα της επιχείρησης στο διαδίκτυο ούτως ώστε να μην διαστρεβλωθεί η ισχυρή επωνυμία της επιχείρησης και, επίσης, θα πρέπει να τονίσουμε πως είναι δυνατόν να υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός μεταξύ των διαδικτυακών επιχειρήσεων και παράλληλα μεγαλύτερη πληροφόρηση των ανταγωνιστών. Τέλος, ο προγραμματισμός, η σωστή διαχείριση και η στρατηγική είναι ζωτικής σημασίας για όποια επιχείρηση επιθυμεί να αξιοποιήσει το διαδίκτυο για επιχειρηματικούς σκοπούς. Η χρήση του διαδικτύου δεν είναι απαλλαγμένη από κινδύνους, για το λόγο αυτό χρειάζεται μεγάλη προσοχή κατά τη χρήση του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το χρήμα είτε με τη μορφή μετρητών είτε με τη μορφή της πίστωσης (credit), αποτελεί το κλειδί για οποιοδήποτε επιχειρηματική δραστηριότητα. Για να αποδειχθεί όμως ως αποτελεσματική η χρήση του πρέπει να διαχειριστεί προσεκτικά. Υπάρχουν όμως παράγοντες εξωγενής που θα πρέπει να προβλέπονται ώστε να αποφεύγονται οι λανθασμένες κινήσεις που έχουν ως συνέπεια την απώλεια κεφαλαίου. Έτσι λοιπόν στην ενότητα αυτή θα μελετήσουμε πόσο σημαντικό είναι το κεφάλαιο για την επιχείρηση και κυρίως θα αναλύσουμε τους τρόπους και τις πηγές χρηματοδότησης της, δηλαδή όλες τις εναλλακτικές λύσεις αύξησης του κεφαλαίου της, είτε σε μορφή χρήματος είτε σε μορφή παγίων κ.ο.κ..

Είναι απαραίτητο να τονίσουμε πόσο σημαντικό είναι το κεφάλαιο μιας οικονομικής μονάδας, σε όποια μορφή και αν εμφανίζεται αυτό. Ως κεφάλαιο με την έννοια με την όποια χρησιμοποιείται ο όρο στο πλαίσιο της παρούσας ανάλυσης, νοείται το χρηματοοικονομικό κεφάλαιο το οποίο υπάρχει στη διάθεση της επιχείρησης για χρηματοδότηση των λειτουργιών της. Η δυνατότητα αυτή διαμορφώνεται από το συνδυασμό των Ίδιων Κεφαλαίων, των Κεφαλαίων που προέρχονται από δανεισμό και της πιστοληπτικής ικανότητας της επιχείρησης. Ως εκ τούτου ο ιδιοκτήτης μιας επιχείρησης που δεν διαθέτει εξ' ολοκλήρου το κεφάλαιο για την έναρξη της οικονομικής μονάδας είναι απαραίτητο να έχει στη διάθεση του διάφορες εναλλακτικές δυνατότητες απόκτησης του ποσού αυτού. Για το λόγο αυτό πρέπει είτε μέσω των τραπεζών, είτε μέσω των μελλοντικών πιστωτών και μέσω άλλων πηγών να έχει εξασφαλισμένη τη δυνατότητα αυτή.

4.2 ΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΑΙ ΟΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΧΡΗΣΗΣ ΤΟΥ

Το κεφάλαιο ως βασικό εργαλείο της επιχείρησης είναι φυσικό να απαιτεί επιδέξιους χειρισμούς και αυτό διότι οι πιέσεις που ασκούνται πάνω στο συνήθως περιορισμένο κεφάλαιο κυρίως των νέων επιχειρηματιών είναι τόσο μεγάλες, ώστε να οδηγούνται συνήθως στην απόφαση να περιορίζουν στο ελάχιστο τα υφιστάμενα αποθέματα και να μην λαμβάνουν μέριμνα για την αντιμετώπιση σοβαρών λαθών, τα οποία πολύ συχνά διαπράττονται από τους νέους επιχειρηματίες στα πρώτα στάδια της επαγγελματικής τους πορείας. Λέγοντας σοβαρά λάθη εννοούμε κινήσεις οι οποίες περικλείουν σοβαρό κόστος ενώ θα μπορούσαν να είχαν προβλεφτεί. Συνεπώς, είναι προτιμότερο να έχει κανείς στη διάθεση του το απαραίτητο αποθεματικό και να μην παραστεί ανάγκη χρησιμοποίησής του, παρά να προκύψει η ανάγκη και να μην το διαθέτει. Η μέριμνα αυτή μπορεί να αποτελέσει και μέρος της σχετικής σύμβασης δανεισμού ή μέρος των σχετικών καταθετικών λογαριασμών, προοριζόμενο για την αντιμετώπιση αυτών των απρόβλεπτων καταστάσεων. Σε κάθε περίπτωση η διάρκεια τήρησης του αποθεματικού αυτού πρέπει να καλύπτει οπωσδήποτε χρονική περίοδο ενός έτους.

Το κεφάλαιο που επενδύεται από την επιχείρηση σε εγκαταστάσεις, εξοπλισμό, δημιουργία αποθεμάτων ή αντιμετώπιση άλλων λειτουργικών δαπανών, επενδύεται με τη προοπτική της δημιουργίας κέρδους σε ανάλογο ύψος υπέρ του επενδυτή. Ο ρυθμός απόδοσης του κεφαλαίου

αυτού πρέπει να είναι υψηλότερος απ' ότι αποφέρουν οι άλλες μορφές επένδυσης π.χ. κρατικά ή εταιρικά ομόλογα.

4.2.1 ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Το κεφάλαιο διακρίνεται σε δυο βασικές κατηγορίες, ανάλογα με τις ανάγκες της επιχείρησης: σε πάγιο κεφάλαιο (fixed capital), το οποίο αποτελείται από τα αγαθά που προβλέπεται να διατηρηθούν για μακρό χρονικό διάστημα, π.χ. οικόπεδα, κτιριακές εγκαταστάσεις, μηχανικός εξοπλισμός, έπιπλα και λοιπά εξαρτήματα και αντίθετα το κεφάλαιο κίνησης (working or circulating capital), το οποίο προορίζεται για κάλυψη των λειτουργικών δαπανών της επιχείρησης όπως για παράδειγμα προμήθεια Α' υλών και εμπορευμάτων, έξοδα λειτουργίας όπως μισθοδοσία προσωπικού, λογαριασμός ηλεκτρικού ρεύματος, συντηρήσεις παγίων κ.ο.κ. Αφού ληφθούν υπόψη τα παραπάνω και από το κεφάλαιο της καλυφτούν τα πιο πάνω έξοδα της επιχείρησης και οτιδήποτε άλλο μένει να καλύψει για την λειτουργία της, αν το ύψος του κεφαλαίου είναι κερδοφόρο και δεν υπάρχουν άλλες υποχρεώσεις τότε υπολογίζεται και η αμοιβή του επιχειρηματία, η οποία καλύπτει συνήθως ένα μακρύ χρονικό διάστημα, από τρεις μέχρι έξι μήνες.

4.3. ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

4.3.1 ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

Η ανάπτυξη της οικονομίας παράλληλα με την εκρηκτική τεχνολογική ανάπτυξη των τελευταίων δεκαετιών εκφράστηκε ιδιαίτερα στο χρηματοπιστωτικό τομέα. Η απελευθέρωση της χρηματοπιστωτικής αγοράς και η άμεση ενσωμάτωση της τεχνολογικής ανάπτυξης επέτρεψαν την πληθώρα χρηματοδοτικών εναλλακτικών λύσεων για τις επιχειρήσεις.

Οι χρηματοδοτικές λύσεις προέρχονται τόσο από τους νέους, για την Ελλάδα, χρηματοπιστωτικούς αγγέλους όσο και από τις τράπεζες με την πληθώρα των χρηματοδοτικών εργαλείων που προσφέρουν τα τελευταία έτη, επηρεασμένες από τον έντονο ανταγωνισμό στην τραπεζική αγορά. Η γνώση των εναλλακτικών λύσεων αποτελεί ακρογωνιαίο λίθο στην αναζήτηση χρηματοδότησης της επιχείρησης. Η αναζήτηση αυτή θα πρέπει να γίνεται σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερο κύκλο χρηματοπιστωτικών θεσμών με στόχο την εξεύρεση της ιδανικότερης χρηματοδότησης.

Σε αυτό το σημείο, αξίζει να επισημάνουμε πως η συμβολή του επιχειρηματία στην αναζήτηση χρηματοδοτικών ευκαιριών είναι υποχρεωτική, καθώς είναι αναγκαίο ο ίδιος να κατανοήσει πως τα χρηματοδοτικά προγράμματα δεν καλύπτουν ολόκληρο το κόστος αλλά ένα μέρος αυτού. Υπάρχει βέβαια και η δυνατότητα προσφυγής σε τραπεζικό δανεισμό ή στις εταιρείες επιχειρηματικού κεφαλαίου. Σε κάθε περίπτωση η επιχείρηση συνιστά ρίσκο, η σωστή εκτίμηση του οποίου προϋποθέτει την επιτυχία. Συνήθως οι τράπεζες, οι μελλοντικοί πιστωτές ή άλλοι χρηματοδοτικοί οργανισμοί, δέχονται όπως οι εκ μέρους του επιχειρηματία παρεχόμενες εγγυήσεις καλύπτουν τουλάχιστον τα δύο τρίτα του συνολικώς απαιτούμενου κεφαλαίου. Όμως η τακτική αυτή δεν αποτελεί κανόνα ενώ μπορεί να θεωρηθεί σε κάποιο βαθμό ως αυθαίρετη ή ακόμη και ως συντηρητική.

Συνηθέστερες πηγές χρηματοδότησης για μία επιχείρηση είναι, οι μέτοχοι είτε μιλάμε για νομικά πρόσωπα είτε για φυσικά πρόσωπα δημοσίου ή ιδιωτικού δικαίου, η χρηματοδότηση από παρακρατηθέντα κέρδη και η χρηματοδότηση του μετοχικού κεφαλαίου που επενδύεται από τον ιδρυτή-ιδιοκτήτη-επιχειρηματία, τα οποία ανήκουν στους εσωτερικούς χρηματοδότες. Αντίστοιχα, στους εξωτερικούς χρηματοδότες ανήκουν οι πηγές των οποίων η χρηματοδότηση προέρχεται από εξωγενής παράγοντες όπως, για παράδειγμα, οι τράπεζες, οι επιχειρήσεις τρίτων ή εξωτερικοί επενδυτές (οικογένεια και φίλοι) που συμβάλλουν στο δανεισμό, οι άτυποι επενδυτές, στους οποίους θα αναφερθούμε αναλυτικότερα σε επόμενο κεφάλαιο, οι επιχειρηματικοί άγγελοι, η χρηματοδότηση από επενδυτικά κεφάλαια υψηλού επιχειρηματικού κινδύνου (venture capital financing), η χρηματοδότηση από σύμβαση επιχειρηματικών απαιτήσεων (factoring) και προεξόφληση τιμολογίων, η χρηματοδοτική μίσθωση (leasing) και τα επιδοτούμενα προγράμματα από το κράτος, μέσω ασφαλιστικών οργανισμών (ΟΑΕΔ, ΙΚΑ, ΟΓΑ και άλλους ασφαλιστικούς ή δημόσιους φορείς, αναλόγως την δραστηριότητα και τον σκοπό αύξησης κεφαλαίου της επιχείρησης). Ο δανεισμός μιας οικονομικής μονάδας είναι αρκετά σημαντικός για την λειτουργία της με την προϋπόθεση ότι η εν λόγω αύξηση του κεφαλαίου της διαχειρίζεται ορθά, για την αποφυγή ζημιολογών αποτελεσμάτων.

4.3.2 ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Ένας επιχειρηματίας πρέπει να ερευνά επισταμένως τις δυνατές πηγές άντλησης των αναγκαίων κεφαλαίων, πολύ πριν προβεί στη σύσταση και λειτουργία της επιχείρησης του. Όπως αναφέραμε προηγουμένως, ο επιχειρηματίας πρέπει να γνωρίζει πως υπάρχει ένα πλήθος πηγών χρηματοδότησης οι οποίες ποικίλουν ανάλογα με τον τρόπο με τον οποίο προτίθενται να χρησιμοποιηθούν οι δραστηριότητες της επιχείρησης. Οι βασικότερες κατηγορίες αναγκών που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις ως προς την χρηματοδότηση είναι, ανάγκες για αρχικό κεφάλαιο, ανάγκες για κεφάλαιο κίνησης από τη στιγμή που η επιχείρηση θα τεθεί σε λειτουργία και ανάγκες κεφαλαίων για επεκτάσεις.

Το **αρχικό κεφάλαιο**, περιλαμβάνει το ποσό των χρημάτων της επιχείρησης το οποίο είναι απαραίτητο, μέχρις ότου τεθεί σε πρώτη λειτουργία και το αποτέλεσμα της να αποφέρει ικανοποιητικά έσοδα, ώστε να καλύπτονται οι τρέχουσες ανάγκες για την επιβίωση της οικονομικής μονάδας στο περιβάλλον που δραστηριοποιείται. Αυτό σημαίνει ότι το αρχικό κεφάλαιο είναι μικτό και περικλείει τόσο το κεφάλαιο έναρξης όσο και το κεφάλαιο κίνησης. Καθώς αυξάνεται ο όγκος των δραστηριοτήτων της επιχείρησης το κεφάλαιο κίνησης αυξάνει μέχρις ότου η επιχείρηση φθάσει στους κανονικούς ρυθμούς λειτουργίας της. Όσον αφορά τις πηγές άντλησης των κεφαλαίων, αυτές διακρίνονται σε δύο κατηγορίες, στα Ίδια Κεφάλαια και στα Ξένα ή Δανειακά Κεφάλαια.

Ίδια Κεφάλαια είναι το κεφάλαιο που επενδύεται στην επιχείρηση ή δημιουργείται ως αποθεματικό με παρακράτηση καθαρών κερδών χωρίς να υπόκειται σε νομικές ή συμβατικές δημοσιεύσεις ή επιβαρύνσεις (όπως π.χ. η επιστροφή του εντός ορισμένου χρόνου ή καταβολή τόκου σε κάποιον άλλο). Το είδος αυτού του κεφαλαίου ανήκει αποκλειστικά στον ιδιοκτήτη, παρ' όλον ότι στις μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες χρηματοδοτούνται συνήθως από οικογενειακές αποταμιεύσεις η έννοια του ίδιου κεφαλαίου έχει συνήθως τη μορφή της δωρεάς.

Το **Ξένο ή Δανειακό Κεφάλαιο** είναι το κεφάλαιο που περιέχει την υποχρέωση της επιστροφής του αρχικού κεφαλαίου στο προσυμφωνημένο χρόνο μαζί με το νόμιμο τόκο ή με κάποιας μορφής αποζημίωση για την εκμετάλλευση των χρημάτων αυτών. Για το λόγο δε αυτό είναι γνωστό και ως οφειλόμενο κεφάλαιο. Εδώ πρέπει να τονιστεί ότι η διάκριση μεταξύ ίδιου και δανειακού κεφαλαίου είναι ρευστή και σε μεγάλο βαθμό ασαφής, διότι είναι δυνατόν το κεφάλαιο το οποίο, προέρχεται από ενισχύσεις συγγενικών προσώπων να έχει τη μορφή επένδυσης στην επιχείρηση. Στις περιπτώσεις αυτές συνήθως δεν τίθεται χρονικό όριο επιστροφής, ενώ τυχόν απαιτήσεις αναστέλλονται μέχρις ότου στο μέλλον η επιχείρηση είναι σε θέση να καλύψει ανάλογες πληρωμές. Υπάρχουν όμως και περιπτώσεις όπου για το σχηματισμό του κεφαλαίου έναρξης, τα ίδια κεφάλαια συμπληρώνονται με δανειακά κεφάλαια με αποτέλεσμα ο ιδιοκτήτης να υποχρεώνεται να τα επιστρέφει στις πηγές τους, σε κάθε μελλοντικό χρονικό σημείο και να υπολογίζει τις ανάλογες υποχρεώσεις για το δανειακό κεφάλαιο, ήτοι τόκοι ή άλλης μορφής αποζημιώσεις.

4.3.3 ΛΟΙΠΕΣ ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

Πρόσθετες πηγές άντλησης κεφαλαίου αποτελούν:

Οι αποταμιεύσεις του ιδιοκτήτη και των συνεργατών του, στους οποίους περιλαμβάνονται η οικογένεια, φίλοι, μέτοχοι και όσοι συμμετέχουν στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Όπως είναι προφανές ο δανεισμός πρέπει να αποτελεί μια καθαρή επιχειρηματική συναλλαγή και σε καμία περίπτωση να αποτελεί εκδήλωση προσωπικής εύνοιας. Οι φίλοι και οι συγγενείς του επιχειρηματία μπορεί ευκολότερα να πείθονται σχετικά με τις δυνατότητες που περικλείει η προωθούμενη επιχειρηματική δραστηριότητα, όμως σπανίως είναι σε θέση να εκφράσουν μια ικανοποιητική κρίση σχετικά με την επιχειρηματική δραστηριότητα. Σε αυτή τη περίπτωση είναι δυσκολότερη η αντικειμενική κρίση των εταίρων λόγω της σχέσης τους με τον ιδιοκτήτη με αποτέλεσμα την πρόκληση παρεξηγήσεων και λαθών που μπορούν να αποφέρουν ζημιές στην επιχείρηση.

Οι συνέταιροι και οι μέτοχοι στην περίπτωση εταιρικής μορφής, ή στην περίπτωση των Α.Ε. οι οποίες είναι εισηγμένες στο χρηματιστήριο, μέσω της αύξησης των κεφαλαίων. Αυτή η μορφή χρηματοδότησης είναι υγιής και βασίζεται κυρίως στην αντικειμενική κρίση των εταίρων και των μετόχων ως προς τις δυνατότητες της επιχείρησης. Οι δυνατότητες αυτές των επιχειρήσεων κρίνονται και από εξειδικευμένους οργανισμούς, των οποίων οι κρίσεις και εισηγήσεις αποτελούν υποβοήθηση ως προς την ανάπτυξη της επιχείρησης. Σε ορισμένες περιπτώσεις η σύσταση εταιρείας θεωρείται ως μία αποτελεσματική λύση, κυρίως όταν οι πρωτοβουλίες του επιχειρηματία εξέρχονται των οικονομικών του δυνατοτήτων. Ως σύσταση μιας εταιρείας εννοείται η συνένωση των οικονομικών και ταλέντων δύο ή περισσότερων ατόμων με σκοπό την δημιουργία μιας επιχείρησης και την λειτουργία της. Στόχος είναι η ανάπτυξη καθώς και τα έσοδα από τις πωλήσεις να υπερβαίνουν ή τουλάχιστον να καλύπτουν τα έξοδα της επιχείρησης. Ανάλογα την νομική μορφή αναλαμβάνεται και η διοίκηση της από έναν ή δύο μετόχους, οι οποίοι συμμετέχουν στα κέρδη ανάλογα με το ύψος της συνεισφοράς τους στην εταιρεία. Η συνεισφορά συνήθως πραγματοποιείται είτε με χρήματα είτε με πάγιο εξοπλισμό ή ακόμη με παροχή εργασιών, στην επιχείρηση, από τον μέτοχο ο οποίος δεν διαθέτει ρευστό να καταβάλει και το ποσοστό του κεφαλαίου που του αντιστοιχεί αφαιρείται από τα κέρδη που του αναλογούν μέχρις ότου συμπληρωθεί το ποσό.

Οι τράπεζες και άλλοι αναγνωρισμένοι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί, οι οποίοι συμβάλλουν στη χρηματοδότηση με πολλούς τρόπους, όπως χορήγησης τραπεζικών δανείων, προεξόφλησης συναλλαγματικών, διάθεσης μπλοκ επιταγών κλπ.

Οι τράπεζες, κυρίως οι εμπορικές αποτελούν την κύρια πηγή άντλησης των αναγκαίων πιστώσεων για την χρηματοδότηση των δραστηριοτήτων της επιχείρησης. Τα χρήματα τα οποία αποκτούν οι επιχειρήσεις μέσω των τραπεζών είναι χρήματα που αντλούν με τη μορφή δανείου και συνδυάζονται πάντοτε με ορισμένες υποχρεώσεις, οι οποίες προσδιορίζονται ρητώς στο σχετικό συμβόλαιο δανεισμού. Μεταξύ των υποχρεώσεων αυτών περιλαμβάνονται κυρίως η υποχρέωση της εξόφλησης του δανείου στον προσυμφωνημένο χρόνο, η καταβολή του συμφωνημένου τόκου και φυσικά η παροχή σχετικών εγγυήσεων για την εξασφάλιση της τραπεζής μέχρι της αποπληρωμής του δανείου. Ορισμένες τράπεζες έχουν ειδικά τμήματα χορήγησης καταναλωτικών δανείων, ενώ άλλες προσφέρουν δάνεια στους καταναλωτές με τους όρους που ισχύουν για τα επιχειρηματικά δάνεια. Παρ' όλων όσον τα βραχυπρόθεσμα δάνεια, δηλαδή τα δάνεια διάρκειας μικρότερης του έτους είναι τα επικρατέστερα, πολλές τράπεζες υιοθετούν την πολιτική της χορήγησης μακροπρόθεσμων δανείων, δηλαδή διάρκειας από ένα μέχρι δέκα ετών. Το μεγαλύτερο ποσοστό των δανείων αυτών είναι 'ενυπόθηκα δάνεια', δηλαδή η έγκριση τους τελεί υπό την προϋπόθεση της εξασφάλισης τους με πάγιο κεφάλαιο σημαντικά μεγαλύτερης αξίας από την αξία του συνολικού ποσού του δανείου.

Τέλος, υπάρχουν και τα μη εξασφαλισμένα δάνεια τα οποία αφορούν σε μικρότερα ποσά και καλύπτουν μικρότερη χρονική διάρκεια. Συνδυάζονται συνήθως με την παροχή δυνατότητας στην επιχείρηση να αντλεί ένα ποσό πέραν από το ποσόν του καλυπτόμενου από την εγγύηση δανείου, βασίζονται δε στη προσωπικότητα και στην αξιοπιστία του επιχειρηματία, ενώ η έγκριση τους αποτελεί την εξαίρεση στον γενικό κανόνα. Για την χορήγηση των δανείων αυτών απαραίτητο στοιχείο και όπως οφείλουμε να τονίσουμε, αρκετά σημαντικό, είναι η αξιοπιστία, η καλή επιχειρηματική πρόταση και αξιόλογη φήμη ενός διευθυντικού προσώπου με διευθυντική ικανότητα. Σε περίπτωση της μη ύπαρξης ενός τέτοιου προσώπου, δηλαδή ενός λιγότερο γνωστού ατόμου τότε οι τράπεζες αρνούνται την χορήγηση του δανείου.

Μια συνηθισμένη ερώτηση σύμφωνα με τα παραπάνω είναι «Πως συνάπτεται ένα δάνειο και ποια τα κριτήρια για την έγκριση του;». Συνήθως για την έγκριση και χορήγηση ενός δανείου καταρτίζεται, από την τράπεζα, μία σύμβαση, γνωστή ως δανειακή σύμβαση, η οποία περιλαμβάνει τους όρους, τις προθεσμίες και τις προϋποθέσεις αποπληρωμής του. Οκτώ είναι οι βασικοί όροι που καταρτίζονται στη σύμβαση:

- α.** Η χρονική διάρκεια, στην οποία δηλώνεται ο χρόνος αποπληρωμής του δανείου και στο πρόγραμμα του κατά δόσεις εξόφλησης του
- β.** Το επιτόκιο, αφορά το ποσοστό επί τοις εκατό με το οποίο επιβαρύνεται το δάνειο και άλλες συναφείς επιβαρύνσεις όπως προμήθεια, ένσημα, φόροι κλπ.
- γ.** Προβλέψεις για αθέτηση όρων, ειδικότεροι όροι ως προς τις περιπτώσεις κατά τις οποίες το υπόλοιπο του δανείου γίνεται αμέσως απαιτητό και εξ' ολοκλήρου καταβλητέο εάν συμβεί οποιαδήποτε αθέτηση.
- δ.** Προβλέψεις κυρώσεων, τυχόν αναγκαίες κυρώσεις για αθέτηση των όρων του δανείου.
- ε.** Οι προϋποθέσεις διατήρησης του κεφαλαίου κίνησης στα ενδεικνυόμενα επίπεδα.

- στ. Οι περιορισμοί σε σχέση με τη χορήγηση άλλου δανείου κατά τη διάρκεια συναφθέντος ήδη δανείου.
- ζ. Η περιγραφή των κεφαλαιουχικών αγαθών τα οποία τίθενται ως εγγύηση για την εξασφάλιση του δανείου, καθώς και οι όροι σύστασης τυχόν υποθήκης.
- η. Τέλος, οι περιορισμοί ως προς το ύψος των αποδοχών και του μερίσματος από τη διανομή κερδών κατά τη διάρκεια του δανείου.

Τα κριτήρια έγκρισης των δανείων που συνήθως χρησιμοποιούν οι τράπεζες προς χορήγησης των είναι τα εξής:

- α. Η προσωπικότητα του αιτούντος το δάνειο.
- β. Οι διευθυντικές του ικανότητες.
- γ. Η παραγωγική φύση του αιτουμένου δανείου, όπως αυτή αποδεικνύεται από τον επιχειρηματία από προηγούμενες επιχειρηματικές δραστηριότητες ή η εκτίμηση της τράπεζας από την νέα επιχειρηματική δραστηριότητα.
- δ. Τυχόν υφιστάμενες παράλληλες δραστηριότητες του επιχειρηματία, οι οποίες συμβάλουν στην εξασφάλιση αποπληρωμής του δανείου, για την περίπτωση που τα αναμενόμενα κέρδη δεν πραγματοποιούνται ή για περιπτώσεις που η φήμη του δανειολήπτη δεν είναι σταθερά καθιερωμένη ή για προστασία του δανειστή.
- ε. Τα βασικά στοιχεία που συνηθίζουν οι τράπεζες να ζητούν για την έγκριση της χορήγησης των δανείων είναι οι οικονομικές καταστάσεις των επιχειρήσεων, όπως για παράδειγμα ισολογισμό, αποτελέσματα χρήση (κέρδη και ζημιές), γενικά ισοζύγια, τροποποιήσεις του καταστατικού της επιχείρησης και τα στοιχεία των μετόχων (ταυτότητες ή διαβατήριο, αν είναι κάτοικος εξωτερικού άδεια παραμονής και επαγγελματικής δραστηριοποίησης στη χώρα).

Τα προγράμματα ενίσχυσης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που προωθούνται από κρατικούς φορείς. Για παράδειγμα, επιχορηγήσεις από το ελληνικό Δημόσιο μέσω των Αναπτυξιακών Νόμων (Υπουργεία Οικονομίας, Ανάπτυξης, Γεωργίας, ΕΟΤ, κλπ).

¹¹ΚΡΑΤΙΚΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ / ΕΠΙΔΟΤΗΣΕΙΣ

Ν. 3299/2004 «Κίνητρα Ιδιωτικών Επενδύσεων για την Οικονομική Ανάπτυξη και την Περιφερειακή Σύγκλιση», όπως τροποποιήθηκε από το άρθρο 37 του Ν. 3522/2006.

Ο Νόμος 3299/2004 «Κίνητρα Ιδιωτικών Επενδύσεων για την Οικονομική Ανάπτυξη και την Περιφερειακή Σύγκλιση» (ΦΕΚ 261/Α/23-12-2004), όπως τροποποιήθηκε με το άρθρο 37 του Νόμου 3522/2006 (ΦΕΚ 276/Α/22-12-2006) έχει σκοπό την ανάπτυξη των ιδιωτικών επενδύσεων και μέσω αυτών, την ενδυνάμωση της ισόρροπης ανάπτυξης, την αύξηση της απασχόλησης, την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας, την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, την προώθηση της τεχνολογικής αλλαγής και της καινοτομίας, την παρουσία του περιβάλλοντος, την εξοικονόμηση ενέργειας και την επίτευξη της περιφερειακής σύγκλισης.

Τα είδη των ενισχύσεων που παρέχονται στα επενδυτικά σχέδια που υπάγονται στις διατάξεις του Αναπτυξιακού Νόμου είναι τα παρακάτω.

¹¹ Ν. 3299/2004 «Κίνητρα Ιδιωτικών Επενδύσεων για την Οικονομική Ανάπτυξη και την Περιφερειακή Σύγκλιση», όπως τροποποιήθηκε από το άρθρο 37 του Ν. 3522/2006, tax heaven ή Βουλή των Ελλήνων

Επιχορήγηση που συνιστάται στη δωρεάν παροχή από το Δημόσιο χρηματικού ποσού για την κάλυψη τμήματος της ενισχυόμενης δαπάνης του επενδυτικού σχεδίου.

Επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης που συνιστάται στην κάλυψη από το Δημόσιο τμήματος των καταβαλλόμενων δόσεων χρηματοδοτικής μίσθωσης που συνάπτεται για την απόκτηση καινούριου μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού

Φορολογική απαλλαγή ύψους μέχρι ενός ποσοστού ή του συνόλου της αξίας της ενισχυόμενης δαπάνης του επενδυτικού σχεδίου ή και της αξίας της χρηματοδοτικής μίσθωσης καινούριου μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού του οποίου αποκτάται η χρήση. Η ενίσχυση αυτή συνίσταται στην απαλλαγή από την καταβολή φόρου εισοδήματος μη διανεμόμενων κερδών από το σύνολο των δραστηριοτήτων της επιχείρησης της πρώτης δεκαετίας από την πραγματοποίηση του επενδυτικού σχεδίου, με το σχηματισμό ισόποσου αφορολόγητου αποθεματικού.

Επιδότηση του κόστους της δημιουργούμενης από το επενδυτικό στάδιο απασχόλησης που συνίσταται στην κάλυψη από το Δημόσιο, για μια διετία, τμήματος του μισθολογικού κόστους των δημιουργούμενων, εντός της πρώτης τριετίας από την ολοκλήρωση του επενδυτικού σχεδίου, θέσεων απασχόλησης. κ. ο. κ.

Φυσικά, δεν τελειώνει εδώ καθώς αναφέρεται ακόμα, στη γυναικεία και νεανική απασχόληση, στην επιχειρηματικότητα κλπ. Τα οποία θα αναφέρουμε και θα αναλύσουμε σε επόμενο κεφάλαιο πιο αναλυτικά. Τέλος, ο νόμος έως και σήμερα, έχει υποστεί τις παρακάτω τροποποιήσεις: Ν.3470/2006 - Περιεχόμενο επιλέξιμων δαπανών, Ν.3468/2006 - ΑΠΕ: δαπάνες σύνδεσης με το Δίκτυο, Ν.3631/2008, Ν.3752/2009 - Ένταξη νέων δραστηριοτήτων, αύξηση φορολογικών κινήτρων, διαφοροποίηση κινήτρων μεγάλων επενδ. Σχεδίων κλπ., Ν.3816/2010, αρ. 10 - Αναστολή αιτήσεων επενδυτικών σχεδίων την 29/1/2010, Ν.3840/2010, αρ. 13 - Παράταση προθεσμίας ολοκλήρωσης επενδυτικών σχεδίων - Τροποποίηση διαδικασιών αξιολόγησης και τέλος η ισχύουσα του νόμου τροποποίηση Ν.4013/2011 - άρθρο 18, §5 & 6 - .Παράταση προθεσμίας ολοκλήρωσης επενδυτικών σχεδίων έως 31/12/2012 . & το κόστος ολοκλήρωσης δεν θα υπερβαίνει το κόστος απόφασης υπαγωγής.

Η χρηματοδότηση μέσω των προγραμμάτων της ευρωπαϊκής ένωσης. (Για παράδειγμα χρηματοδότηση από διάφορα προγράμματα μέσω ΕΣΠΑ κ.α.)

Για παράδειγμα, το Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (Ε.Σ.Π.Α.) 2007-2013, αποτελεί το έγγραφο αναφοράς για το προγραμματισμό των ταμείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης για το διάστημα 2007-2013 και ¹⁰ «εξασφαλίζει ότι η συνδρομή από τα ταμεία συμβαδίζει με τις κοινοτικές στρατηγικές κατευθυντήριες γραμμές για τη συνοχή και προσδιορίζει το σύνδεσμο μεταξύ των κοινοτικών προτεραιοτήτων αφενός και του Εθνικού προγράμματος μεταρρυθμίσεων αφετέρου. Στην οριστική του μορφή, υποβλήθηκε στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή τον Ιανουάριο του 2007. Οι θεματικές προτεραιότητες της αναπτυξιακής στρατηγικής, οι οποίες αναφέρονται στο Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς 2007-2013 είναι, η επένδυση στο παραγωγικό τομέα της οικονομίας, η κοινωνία της γνώσης και καινοτομίας, η απασχόληση και κοινωνική συνοχή, το θεσμικό περιβάλλον και η ελκυστικότητα της Ελλάδας και των περιφερειών ως τόπου επενδύσεων, εργασίας και διαβίωσης. Διαπιστώνεται ότι η απασχόληση και η κοινωνική συνοχή αποτελούν μια από τις πέντε θεματικές προτεραιότητες του Ε.Σ.Π.Α. 2007-2013.

Σε καθεμιά από τις πέντε θεματικές προτεραιότητες της αναπτυξιακής στρατηγικής αντιστοιχεί ένα σύνολο ¹²**Γενικών Στόχων**, οι οποίοι παρουσιάζονται παρακάτω.

α. Η επένδυση στον παραγωγικό τομέα της οικονομίας, έχει σαν στόχο την αύξηση της εξωστρέφειας και των εισροών ξένων άμεσων επενδύσεων, την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και αύξηση της παραγωγικότητας και την διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος της χώρας.

β. Επόμενη θεματική προτεραιότητα είναι η βελτίωση της ποιότητας και της έντασης των επενδύσεων (ή αλλιώς η κοινωνία της γνώσης και καινοτομίας) στο ανθρώπινο κεφάλαιο για την αναβάθμιση του ελληνικού εκπαιδευτικού συστήματος. Οι στόχοι της προτεραιότητας αυτής είναι βελτίωση της ποιότητας και της έντασης των επενδύσεων στο ανθρώπινο κεφάλαιο για την αναβάθμιση του ελληνικού εκπαιδευτικού συστήματος, ενίσχυση της έρευνας, τεχνολογίας και προώθηση της καινοτομίας σε όλους τους κλάδους ως βασικό παράγοντα αναδιάρθρωσης της ελληνικής οικονομίας και μετάβασης στην οικονομία της γνώσης, η ψηφιακή σύγκληση της χώρας με την ενσωμάτωση και τη συστηματική χρήση των τεχνολογιών πληροφορικής και υπολογιστών στους τομείς κοινωνικής και οικονομικής δραστηριοποίησης.

γ. Απασχόληση και κοινωνική συνοχή είναι μία ακόμη θεματική προτεραιότητα της αναπτυξιακής στρατηγικής. Στόχος είναι, η ενίσχυση της προσαρμοστικότητας των εργαζομένων και των επιχειρήσεων, η διευκόλυνση της πρόσβασης στην απασχόληση, η προώθηση της Κοινωνικής Ενσωμάτωσης, η διασφάλιση της ισότιμης πρόσβασης όλων στην αγορά εργασίας και η πρόληψη των φαινομένων περιθωριοποίησης και αποκλεισμού, η θεμελίωση ενός αποδοτικού και οικονομικά βιώσιμου συστήματος Υγείας, που θα προσφέρει ποιοτικές και εξατομικευμένες υπηρεσίες στους πολίτες και θα εστιάζει στη συνεχή βελτίωση υπηρεσιών πρόβλεψης και φροντίδας, και η ανάδειξη του οικονομικού, κοινωνικού και αναπτυξιακού χαρακτήρα των θεμάτων ισότητας των φύλων, με την άμεση σύνδεση τους με τις κυρίαρχες εθνικές πολιτικές προτεραιότητες (ανάπτυξη – απασχόληση – κοινωνική συνοχή).

δ. Στη συνέχεια το θεσμικό περιβάλλον, στοχεύει στην αειφόρο διαχείριση του περιβάλλοντος και στην άσκηση αποτελεσματικής περιβαλλοντικής πολιτικής.

ε. Τέλος, σε ότι αφορά την ελκυστικότητα της Ελλάδας και των περιφερειών ως τόπου επενδύσεων, εργασίας και διαβίωσης, η θεματική αυτή προτεραιότητα στοχεύει στην ανάπτυξη και τον εκσυγχρονισμό των φυσικών υποδομών και των συναφών υπηρεσιών του συστήματος μεταφορών της χώρας, στον ασφαλή ενεργειακό εφοδιασμό της χώρας με γνώμονα την αειφορία, στην βελτίωση της ποιότητας των δημόσιων πολιτικών και αποτελεσματική εφαρμογή τους για την αναβάθμιση της ποιότητας ζωής των πολιτών και τη διευκόλυνση της επιχειρηματικής δράσης και στην ανάδειξη του πολιτισμού ως ζωτικού παράγοντα της οικονομικής ανάπτυξης της χώρας. Επιπλέον, επισημαίνεται στο Ε.Σ.Π.Α. ότι κατ' αντιστοιχία με την 5η προτεραιότητα του Κανονισμού του Ε.Κ.Τ, θα προωθηθούν εταιρικές σχέσεις, συμφωνίες και πρωτοβουλίες μέσω της δικτύωσης των σχετικών ενδιαφερόμενων φορέων, όπως οι κοινωνικοί εταίροι και οι Μ.Κ.Ο., σε εθνικό, περιφερειακό, τοπικό και διακρατικό επίπεδο. Στο πλαίσιο αυτό προβλέπεται

¹² Πηγή: www.espa.gr, Οι Γενικοί Στόχοι (Γ.Σ.) των θεματικών προτεραιοτήτων του Ε.Σ.Π.Α. 2007-2013

η υλοποίηση ολοκληρωμένων σχεδίων για την απασχόληση προσαρμοσμένα σε τοπικές αγέρες εργασίας.

Η εξυπηρέτηση των παραπάνω γενικών στόχων, αναφέρεται στο Ε.Σ.Π.Α., θα στηριχθεί σε βασικές αρχές και οριζόντιες πολιτικές, όπως η ενσωμάτωση της διάστασης του φύλου (gender mainstreaming) και οι ίσες εύκαιρες εκκίνησης για όλους, η αρχή της προσβασιμότητας των ατόμων με αναπηρία και της μη διακριτικής μεταχείρισης, η αυτοσυγκέντρωση και αποκέντρωση αρμοδιοτήτων, καθώς και η ενδυνάμωση των εταιρικών σχέσεων με κοινωνικούς εταίρους, φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης, Μ.Κ.Ο. και φορείς του ιδιωτικού τομέα για το σχεδιασμό, εφαρμογή και αποτίμηση των παρεμβάσεων. Θα επιζητηθεί, επίσης, η συστηματική αξιολόγηση νέων και τρεχουσών παρεμβάσεων με σκοπό τη βελτίωση της αποτελεσματικότητάς τους, η αύξηση της εξωστρέφειας των παρεμβάσεων (πειραματισμός και μεταφορά ορθών πρακτικών) και η προώθηση λύσεων στο χώρο της μη τεχνολογικής (κοινωνικής) καινοτομίας.

Σε γενικές γραμμές, όσον αφορά τις **δημόσιες επιχορηγήσεις και επιδοτήσεις**. Υπάρχει ένα ευρύ φάσμα επιχορηγήσεων και επιδοτούμενων δανείων στη διάθεση των επιχειρήσεων σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο. Ιδιαίτερα στο πλαίσιο αναπτυξιακών νόμων και εθνικών και/ή ευρωπαϊκών προγραμμάτων, η χρηματοδότηση αυτού του τύπου είναι πολύ διαδεδομένη και στοχεύει στην ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων για την επέκτασή τους, στην παροχή χρηματοδότησης για E&A, στη στήριξη πρωτοβουλιών κατάρτισης, στην απόκτηση νέων εγκαταστάσεων ή την ανακαίνιση υφιστάμενων κτιρίων ή την υποστήριξη της διεθνούς επέκτασής τους. Αν και η παροχή των πραγματικών μετρητών είναι συνήθως το πιο σημαντικό ζήτημα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι επιχορηγήσεις μπορεί να τη βοηθήσουν με ποικίλους τρόπους. Για παράδειγμα, ορισμένοι οργανισμοί παρέχουν επιχορηγήσεις για την εξεύρεση επενδυτών ή για να βοηθήσουν στη δημιουργία ανάπτυξης νέων ιδεών για προϊόντα και στρατηγικές.

Η διαθεσιμότητα των επιχορηγήσεων και επιδοτήσεων συχνά εξαρτάται από τον κλάδο στον οποίο λειτουργεί η επιχείρηση, τον τόπο εγκατάστασης, το πόσο καλά είναι διαμορφωμένη η αίτηση της και το χρονοδιάγραμμα (π.χ. μερικές επιχορηγήσεις διαρκούν μόνο για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα). Συχνά ο βασικός παράγοντας για να κερδίσει μια μικρομεσαία επιχείρηση επιχορηγήσεις και επιδοτήσεις εξαρτάται από το κατά πόσον τα αποτελέσματα της χρηματοδότησης συμβάλλουν στη δημιουργία θέσεων εργασίας, ιδιαίτερα σε περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο, όπου τις χρειάζεται ιδιαίτερα. Συνήθως, οι επιδοτήσεις/επιχορηγήσεις αφορούν είτε: **α)** τη δωρεά συνεισφορά στο αρχικό κόστος επένδυσης, **β)** την κάλυψη μέρους του χρηματοοικονομικού κόστους της επιχείρησης (π.χ. επιδότηση επιτοκίου), **γ)** φορολογικές ελαφρύνσεις. Ωστόσο είναι σπάνιο για μια επιχορήγηση να καλύπτει το σύνολο του κόστους της συγκεκριμένης επιχείρησης ή έργου. Στις περισσότερες περιπτώσεις απαιτείται ο ίδιος ο επιχειρηματίας να καταβάλει ένα ορισμένο ποσοστό της χρηματοδότησης.

Σε επίπεδο ευρωπαϊκής ένωσης, οι πιο γνωστοί δημόσιοι χρηματοδοτικοί φορείς είναι το **Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων** (European Investment Fund-EIF) και η **Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων** (European Investment Bank-EIB). Το πρώτο ιδρύθηκε σχετικά πρόσφατα (1994) και ως στόχο έχει την υποστήριξη της δημιουργίας, ανάπτυξης και επέκτασης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων μέσω παροχής κεφαλαίων υψηλού κινδύνου και εγγυήσεων. Υποστηρίζει τη δημιουργία και ανάπτυξη των ΜΜΕ που βρίσκονται στα πρώτα στάδια ανάπτυξης τους, ιδιαίτερα αν το αντικείμενο των δραστηριοτήτων τους είναι η έρευνα, η τεχνολογία και η

καινοτομία. Συγκεκριμένα τα είδη των χρηματοοικονομικών εργαλείων που παρέχει το ευρωπαϊκό ταμείο επενδύσεων είναι, η χρηματοδότηση κεφαλαίου σποράς, οι Θερμοκοιτίδες, τα τεχνολογικά πάρκα και άλλα χρηματοδοτικά εργαλεία που επικεντρώνονται στη ικανοποίηση τοπικών αναγκών της αγοράς ή στην εκμετάλλευση ευρημάτων από προγράμματα έρευνας και τεχνολογίας.

Η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων χορηγεί δάνεια με ιδιαίτερα ευνοϊκούς όρους προς τους νέους επιχειρηματίες. Στόχος της είναι η αύξηση του ποσοστού δημιουργίας νέων επιχειρήσεων. Το ποσοστό χρηματοδότησης φτάνει έως και το 50% του συνόλου και τα επιτόκια είναι αρκετά χαμηλά. Ωστόσο, όταν η δανειοδότηση αφορά φορείς του ιδιωτικού τομέα, εκτός από την υποβολή πλήρους οικονομοτεχνικής μελέτης και μελέτης περιβαλλοντολογικών επιπτώσεων προς έγκριση από την τράπεζα, οι αιτούντες πρέπει να φέρουν εγγυήσεις από τους αρμόδιους εθνικούς φορείς ή από αναγνωρισμένη τράπεζα για τη δυνατότητα κάλυψης της ίδιας συμμετοχής.

Οι ¹³**θερμοκοιτίδες (incubators)**, οι επιχειρηματικές θερμοκοιτίδες είναι τυποποιημένοι χώροι οι οποίοι δημιουργούνται για να παρέχουν ένα περιβάλλον που προσφέρει κοινές υποδομές και ειδικές υπηρεσίες, για ένα χρονικό διάστημα (3 έως 5 ετών), διευκολύνοντας το ξεκίνημα και την ανάπτυξη νέων καινοτόμων επιχειρήσεων, οι οποίες στη συνέχεια μετακινούνται σε δικούς τους επαγγελματικούς χώρους και τη θέση τους στη θερμοκοιτίδα καταλαμβάνουν άλλες νέες επιχειρήσεις. Πρόκειται για ένα θεσμό που προσφέρει στους νέους επιχειρηματίες πολύ περισσότερα από απλή χρηματοδότηση επιχειρηματικών κεφαλαίων. Προσφέρει επίσης και παροχή επιχειρηματικών συμβουλών και επιχειρηματική δικτύωση, στέγαση μεταβλητού μεγέθους και υποστήριξη γραφείου. Όπως και η παροχή επιχειρηματικών κεφαλαίων, οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων ελέγχουν προσεκτικά τις νεοϊδρυόμενες εταιρείες στις οποίες επενδύουν. Ωστόσο, τα κριτήρια επιλογής δεν είναι τόσο αυστηρά και ποικίλλουν από τη μία θερμοκοιτίδα στην άλλη, ιδίως όταν πρόκειται για μη κερδοσκοπικές θερμοκοιτίδες, οι οποίες λαμβάνουν δημόσια χρηματοδότηση. Σε αυτές ανήκουν οι ερευνητές, νέες εταιρείες, ερευνητικά και εκπαιδευτικά κέντρα, εδραιωμένες μικρομεσαίες εταιρείες που επιθυμούν να αναπτύξουν ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία με τη βοήθεια των εσωτερικών συνεργιών της θερμοκοιτίδας κ.α..

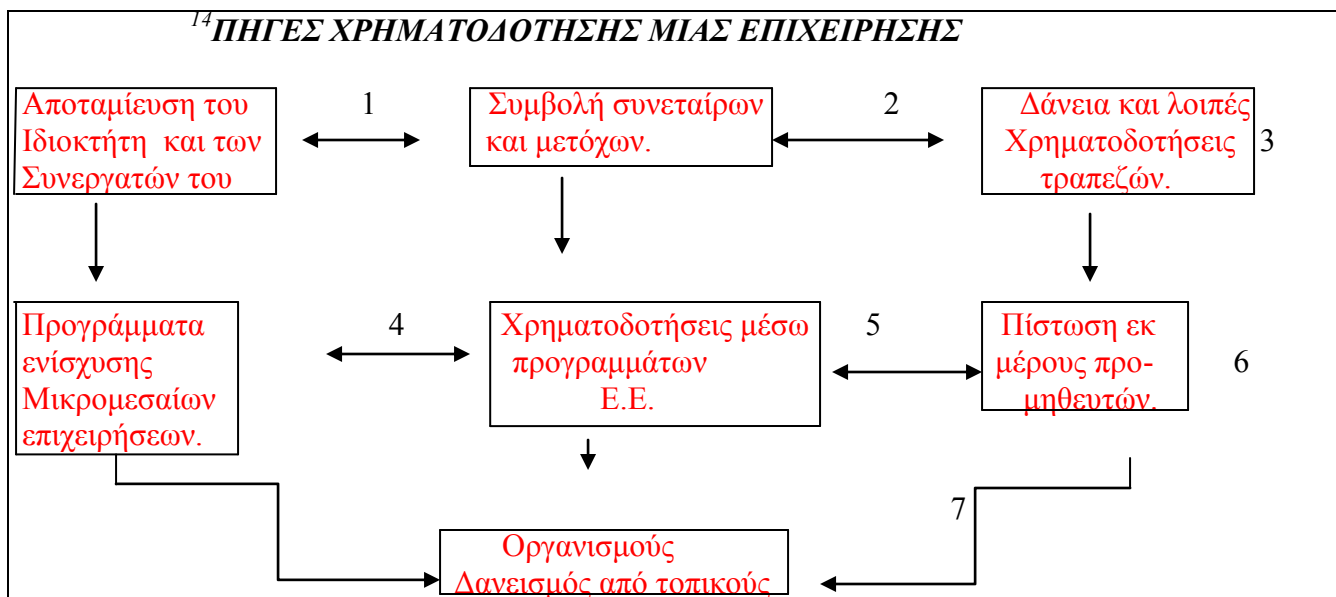
Οι θερμοκοιτίδες έχουν ως βασικό στόχο την προώθηση των καινοτομιών οι οποίες οδηγούν σε επενδύσεις μέσω της παρεχόμενης βοήθειας προς τις νεοϊδρυόμενες επιχειρήσεις που εγκαθίστανται σε αυτές. Οι επιχειρήσεις αυτές κατά κανόνα αντιμετωπίζουν διάφορα προβλήματα κατά την έναρξη της δραστηριότητας τους, τα οποία ποικίλλουν ανάλογα με το ακριβές αντικείμενο κάθε μονάδας και το περιβάλλον (αγορά) στο οποίο δραστηριοποιείται.

Στον Ελληνικό χώρο και μέσω του προγράμματος «Ελευθώ», που αποτελεί δράση του επιχειρησιακού προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα», έχουν ιδρυθεί και λειτουργούν κανονικά πλέον οι πρώτες ελληνικές «θερμοκοιτίδες» με τη διεθνή έννοια του όρου. Οι θερμοκοιτίδες αυτές είναι οι iVen, i4G, η THERMI A.E. και i-Cube, ενώ αναμένεται να ξεκινήσουν τη

¹³ **Τι υπηρεσίες παρέχει μια θερμοκοιτίδα;** Χώρους στέγασης της επιχείρησης, κοινές υπηρεσίες, όπως γραμματειακή υποστήριξη και από κοινού χρήση του εξοπλισμού γραφείου (fax, τηλεφωνικές συνδέσεις, φωτοτυπικό κέντρο, χώρους σίτισης, αίθουσες παρουσιάσεων και συσκέψεων, κλπ). Ανάπτυξη συνεργιών ανάμεσα στις συσχετιζόμενες επιχειρήσεις. Χρηματοδότηση των λειτουργικών δαπανών των εγκατεστημένων επιχειρήσεων. Παροχή συμβουλευτικών και άλλων εξειδικευμένων (νομικής, λογιστικής φύσης) υπηρεσιών. Η τυπική περίοδος επώασης είναι 2-3 έτη. www.bicofattika.gr, **business & innovation center of attika**

λειτουργία τους και άλλες. Οι εταιρείες αυτές παρουσιάζουν διαφορές κυρίως στον τρόπο και το ύψος χρηματοδότησης που προσφέρουν στους νέους επιχειρηματίες. Η πλέον διαδεδομένη μορφή στη χώρα μας είναι τα «τεχνολογικά πάρκα», τα οποία δημιουργούνται από φορείς (δήμους, επαγγελματικές ή/και επιστημονικές ενώσεις κ.λπ.) με σκοπό να προωθήσουν συγκεκριμένα συμφέροντα μέσω της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων (π.χ. ανάπτυξη συγκεκριμένων τεχνολογιών, μείωση ανεργίας και συγκεκριμένη περιοχή κ.λπ.) και περιορίζονται στο να παρέχουν σε νέες επιχειρήσεις (κυρίως) εγκαταστάσεις και (προαιρετικά) υπηρεσίες υποστήριξης επί πληρωμή. Τέτοια (ενδεικτικά) είναι η θερμοκοιτίδα καινοτόμων επιχειρήσεων του Κέντρου Επιχείρησης και Καινοτομίας Αττικής στο Τεχνολογικό Πάρκο Λαυρίου και θερμοκοιτίδες Χανίων και Λάρισας, καθώς και η τεχνολογική Θεσσαλονίκης ΑΕ (η οποία σχεδιάζεται να περιλαμβάνει και θερμοκοιτίδα με την ολοκληρωμένη έννοια του όρου). Επίσης στην ίδια κατηγορία θα μπορούσαμε να εντάξουμε και την ιδιωτική πολυεθνική εταιρεία Regus (η οποία απλώς παρέχει υπηρεσίες στέγασης και γραμματειακής υποστήριξης).

Οι προμηθευτές, στους οποίους περιλαμβάνονται, προμηθευτές Α' υλών, οι βιομήχανοι, οι έμποροι χονδρικής πωλήσεως, σε ορισμένες περιπτώσεις και οι πελάτες που προκαταβάλλουν την αξία των υπό προμήθεια αγαθών ή υπηρεσιών και τέλος, η χρηματοδότηση από τοπικούς οργανισμούς



¹⁴ Πίνακας 4.3.3: πηγές χρηματοδότησης μιας επιχείρησης (Αρχές οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων, Π. Φαναριώτη, Α' τόμος)

4.3.3.α. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΓΙΑ ΝΕΕΣ (ΜΙΚΡΕΣ) ΚΑΙ ΩΡΙΜΟΤΕΡΕΣ (ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ) ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΔΙΑΦΟΡΕΣ.

Κομβικό κριτήριο για την επιλογή των πηγών της νέας χρηματοδότησης των μικρό μεσαίων επιχειρήσεων αποτελεί η εύρεση ισορροπίας μεταξύ των ίδιων κεφαλαίων (equity capital) και των δανειακών κεφαλαίων (loan capital), δηλαδή του χρέους που αναλαμβάνει μια επιχείρηση ώστε να διασφαλίζεται ότι η δομή της χρηματοδότησης είναι κατάλληλη για την επιχείρηση. Ο δείκτης χρέους προς ίδια κεφάλαια αντικατοπτρίζει το λόγο των δανείων μιας εταιρείας προς το μετοχικό της κεφάλαιο συν το αποθεματικό της. Ο δείκτης αυτός υπολογίζεται με δύο τρόπους: είτε ως λόγος του συνόλου των υποχρεώσεων προς τα ίδια κεφάλαια είτε ως μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις προς ίδια κεφάλαια. Οι κύριες διαφορές μεταξύ της χρηματοδότησης με χρήση δανειακών κεφαλαίων και της χρηματοδότησης των ίδιων κεφαλαίων είναι ότι στη πρώτη περίπτωση οι δανειστές (τράπεζες) απαιτούν πληρωμές τόκων και χρεολυσίων, καθώς και εξασφάλιση του δανείου με περιουσιακά στοιχεία των επιχειρήσεων ή με προσωπικά περιουσιακά στοιχεία των μετόχων και/ή των διευθυντών. Οι τράπεζες έχουν επίσης τη δικαιοδοσία να θέσουν μια επιχείρηση υπό αναγκαστική διαχείριση ή πτώχευση στη περίπτωση που η επιχείρηση αθετήσει τις υποχρεώσεις της σχετικά με τους τόκους του δανείου ή τα τοκοχρεολύσια.

Αντίθετα στη περίπτωση χρηματοδότησης των ίδιων κεφαλαίων μέσω έκδοσης κοινών μετοχών, οι επενδυτές των μετοχικών κεφαλαίων (equity investors) αναλαμβάνουν τον κίνδυνο της αποτυχίας της εμπορικής δραστηριότητας μιας επιχείρησης, όπως οι υπόλοιποι μέτοχοι, ενώ προσδοκούν να επωφεληθούν μέσω της συμμετοχής τους στην αύξηση του επιπέδου των κερδών (μερίσματα) και από την ενδεχόμενη πώληση των μετοχών τους. Ωστόσο, στις περισσότερες περιπτώσεις, οι επενδυτές συμμετοχικών κεφαλαίων υψηλού κινδύνου (venture capitalists) επενδύουν και σε πιο σύνθετες μορφές επενδύσεων (όπως, για παράδειγμα, σε προνομιούχες μετοχές ή ομολογιακά δάνεια) επιπλέον του μεριδίου τους στις κοινές μετοχές μιας εταιρείας.

Ο συνολικός στόχος μιας επιχείρησης που επιδιώκει την άντληση κεφαλαίων από εξωτερική χρηματοδότηση θα πρέπει να είναι η αποφυγή της έκθεσης σε υπερβολικά υψηλά δάνεια και της άσκοπης διασποράς του μετοχικού της κεφαλαίου. Η εκπλήρωση του στόχου αυτού, κατά κάποιο τρόπο θα εξασφαλίσει ότι ο χρηματοοικονομικός κίνδυνος της εταιρείας μπορεί να διατηρείται από βέλτιστο επίπεδο.

Σε γενικές γραμμές, οι ανάγκες χρηματοδότησης της έναρξης μιας νέας επιχείρησης θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη, κυρίως τους εξής τομείς: Το κόστος της προ-εναρκτήριας φάσης ίδρυσης της επιχείρησης (δαπάνες που πραγματοποιήθηκαν πριν από την έναρξη της εμπορικής δραστηριότητας της επιχείρησης). Την εκκίνηση της επένδυσης με επαρκή πάγια περιουσιακά στοιχεία έτσι ώστε να διασφαλίζεται ότι η επιχείρηση έχει ότι χρειάζεται για να μπορέσει να αρχίσει την εμπορική της δραστηριότητα. Το κεφάλαιο κίνησης που απαιτείται (τα αποθέματα που χρειάζονται οι επιχειρήσεις, π.χ. πρώτες ύλες, ημιτελή προϊόντα, πίστωση στους πελάτες, όταν θα ξεκινήσουν οι πωλήσεις της επιχείρησης). Αξίζει να σημειωθεί ότι σε πολλές επιχειρήσεις η επένδυση στο κεφάλαιο κίνησης είναι αρκετά μεγαλύτερη από αυτήν που απαιτείται για τα πάγια περιουσιακά στοιχεία και τέλος την επέκταση και ανάπτυξη της επιχείρησης (π.χ. πρόσθετες επενδύσεις σε παραγωγική δυναμικότητα). Από τις βασικότερες πηγές άντλησης χρηματοδότησης κατά την εκκίνηση μιας επιχείρησης είναι οι προσωπικές αποταμιεύσεις του επιχειρηματία και οι φίλοι, συγγενής και συνεργάτες.

Τα **προσωπικά κεφάλαια** που αποτελούν την πρώτη πηγή χρηματοδότησης μιας νέας επιχείρησης, περιλαμβάνουν τους χρηματοοικονομικούς πόρους του επιχειρηματία (χρηματικά διαθέσιμα, καταθέσεις, μετοχές, ακίνητα κ.λπ.) καθώς και την αξία του χρόνου και της προσπάθειας που καταβάλλει για την επιχείρηση του. Ωστόσο, σημασία έχουν και τα άυλα αγαθά όπως πελατεία, φήμη, γνώση της αγοράς, εμπιστοσύνη στις συναλλαγές, βάσεις δεδομένων κ.λπ..

Οι φίλοι και μέλη της οικογένειας (άτυποι επενδυτές), αποτελούν τη δεύτερη βασική πηγή χρηματοδότησης του επίδοξου επιχειρηματία. Αυτή η μορφή χρηματοδότησης συνήθως λαμβάνει τη μορφή δανείων, δωρεών ή μειωμένου ενοικίου για παραχώρηση χώρων επαγγελματικής εγκατάστασης κ.ο.κ..

Το **bootstrapping**, αποτελεί πηγή χρηματοδότησης του ιδρυτικού κεφαλαίου της επιχείρησης, αναφέρεται στις έξυπνες προσπάθειες του επιχειρηματία για ελαχιστοποίηση του κόστους ή/και για την εξοικονόμηση χρημάτων από διάφορες προσωπικές πηγές ώστε να αποφύγει την εξωτερική χρηματοδότηση ή τον δανεισμό, από την έναρξη της επιχειρηματικής διαδικασίας. Τέτοια παραδείγματα, αποτελούν οι Apple Computers, Steve Jobs και Steve Wozniak, οι οποίοι πούλησαν ένα μικρό φορητό και έναν Hewlett-Packard Programmer Calculator προκειμένου να αντλήσουν τα πρώτα 1350 δολάρια που χρειαζόταν ως κεφάλαιο εκκίνησης για την επιχείρησή τους.

Οι Επιχειρηματικοί Άγγελοι (business Angel), (άτυπα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών) αποτελούν την τέταρτη πηγή κεφαλαίου «σποράς» και μπορούν να παίξουν σημαντικό ρόλο στην παροχή κεφαλαίων αρχικών σταδίων. Διαθέτουν επίσης χρόνο, εμπειρία και τεχνογνωσία μέσω παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών και καθοδήγησης (τυπικά και άτυπα), συμβάλλοντας έτσι σημαντικά στην ανάπτυξη των νέων και μικρών επιχειρήσεων που έχουν αναπτυξιακές προοπτικές. Οι επιχειρηματικοί άγγελοι, κατά κανόνα, είναι εξαιρετικά εύποροι ιδιώτες που επιθυμούν να επενδύσουν μέρος των πλεοναζόντων κεφαλαίων τους σε νέες επιχειρήσεις. Συχνά, οι εν λόγω ιδιώτες είναι εξαιρετικά δραστήριοι επιχειρηματίες με σημαντική εμπειρία από την διαχείριση των δικών τους εταιρειών. Οι επιχειρηματικοί άγγελοι μπορεί να είναι και απλοί μέτοχοι επιχειρήσεων, διευθυντικά στελέχη εταιρειών, σύμβουλοι επιχειρηματικού σχεδιασμού, ή συνταξιούχοι πρώην σύμβουλοι επιχειρήσεων. Εκτός από τους επιχειρηματικούς αγγέλους υπάρχουν και τα δίκτυα επιχειρηματικών αγγέλων. Τα δίκτυα αυτά προσφέρουν αρκετές υπηρεσίες και στους ατομικούς επιχειρηματικούς αγγέλους και στους επίδοξους ή/και νέους επιχειρηματίες. Σε γενικές γραμμές, τα δίκτυα επιχειρηματικών αγγέλων αποτελούν έναν μηχανισμό που φέρνει σε επαφή επιχειρηματίες με πιθανούς επενδυτές αγγέλους. Με άλλα λόγια, είναι ένα σημείο διασύνδεσης νέων επιχειρηματιών και ιδιωτών επενδυτών. Συνήθως, δεν εξετάζουν τις δυνατότητες της επένδυσης σε βάθος- η διερεύνηση και η σύναψη της συμφωνίας γίνεται από τον επενδυτή και τη νέα επιχείρηση- απλά προωθούν την επενδυτική πρόταση στα μέλη τους εκείνα που κρίνουν ότι θα έχουν ενδιαφέρον και στη συνέχεια συντονίζουν τις συζητήσεις και τις διαπραγματεύσεις, και προσφέρουν εργαλεία εργασίας. Σε περίπτωση συμφωνίας μπορεί να χρεώνεται προμήθεια στο δίκτυο.

Έναν ακόμη δημοφιλή τρόπο χρηματοδότησης αποτελούν οι **πιστωτικές κάρτες**. Είναι η πιο κοινή πηγή χρηματοδότησης των μικρών επιχειρήσεων και λειτουργεί ως εξής: κάθε μήνα, ο επιχειρηματίας πληρώνει για τις διάφορες δαπάνες που σχετίζονται με την επιχείρησή του με μία πιστωτική κάρτα. Σε λιγότερο από ένα μήνα, έρχεται ο λογαριασμός της πιστωτικής και το

υπόλοιπο της καταβάλλεται εξ ολοκλήρου από τον επιχειρηματία, ο οποίος όμως έχει επωφεληθεί από ένα, έστω σύντομο, χρονικό διάστημα (30-45 ημερών) ελεύθερης πίστωσης.

4.3.3.β. ΜΕΡΙΚΕΣ ΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΠΗΓΕΣ ΑΝΤΛΗΣΗΣ ΜΕΤΟΧΙΚΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΑΙ ΧΡΕΟΥΣ

Αναφερόμενοι στις λοιπές πηγές χρηματοδότησης, ακόμη μια αρκετά σημαντική πηγή χρηματοδότησης θεωρείται η Χρηματοδοτική Μίσθωση (LEASING), η Πρακτόρευση Επιχειρηματικών Απαιτήσεων (FACTORING) και εταιρείες Καινοτόμων Κεφαλαίων (VENTURE CAPITAL).

4.3.3.γ. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΠΗΓΩΝ

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ή ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ή ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ-LEASING.

Με το νόμο 1665/86 καθιερώθηκε στη Ελλάδα ο θεσμός της χρηματοδοτικής μίσθωσης ή όπως επικράτησε με τον ξενικό όρο, Leasing. Η μορφή αυτή χρηματοδότησης επιλέγεται συνήθως από μικρομεσαίες επιχειρήσεις όταν δεν διαθέτουν τα απαιτούμενα κεφάλαια για να εξοπλίσουν το κατάστημα, το ιατρείο ή το γραφείο τους, δηλαδή νοικιάζουν αντί να αγοράσουν τον πάγιο εξοπλισμό της επιχείρησης.

Οι λόγοι που υπαγορεύουν αυτή τη συγκεκριμένη πρακτική χρήση παγίων στοιχείων είναι μεταξύ άλλων η εξής: Αδυναμία απόκτησης παγίων στοιχείων (κτηρίων, μηχανημάτων, εξοπλισμών, επίπλων, ακόμα και εργαλείων). Αποδέσμευση επενδυτικού κεφαλαίου, το οποίο ο επιχειρηματίας προτιμά να τοποθετήσει σε αποθέματα ή πρώτες ύλες. Απροθυμία δέσμευσης κεφαλαίων σε πάγια που κινδυνεύουν από τεχνολογική ή οικονομική απαξίωση. (Η/Υ και άλλα ψηφιακά, συνήθως, πάγια των οποίων η τεχνολογία και οι εφαρμογές μεταβάλλονται σε ραγδαίους ρυθμούς). Με τελευταίο λόγο την αποφυγή του κόστους επισκευών και συντήρησης.

Η σύμβαση μίσθωσης αυτών των παγίων μπορεί να είναι για μικρό διάστημα τριών ετών ή μακροχρόνια έως τριάντα και πλέον έτη. Ανάλογα με τη συμφωνία, η σύμβαση μπορεί να οδηγήσει στην απόκτηση των παγίων μετά την παρέλευση της διάρκειας της μίσθωσης με την καταβολή κάποιας συμβολικής αμοιβής, που μπορεί να κυμαίνεται από 10% της αρχικής αξίας μέχρι ένα ευρώ.

Όπως είναι λογικό, η ιδιοκτησία παραμένει στα χέρια του χρηματοπιστωτικού ιδρύματος ή της τράπεζας ενώ ο επιχειρηματίας έχει μόνο την χρήση των παγίων αυτών, καθ' όλη τη διάρκεια της μίσθωσης. Ο επιχειρηματίας καταβάλλει κάθε μήνα το ποσό που αναγράφεται στη σύμβαση ή αλλιώς μίσθωμα, για όσο χρονικό διάστημα έχει συμφωνηθεί και τα Τιμολόγια Παροχής Υπηρεσιών που λαμβάνει με την πληρωμή τα καταχωρεί στα έξοδα της επιχείρησης σε λογαριασμό εξόδων από παροχές τρίτων, της ομάδας 6 και συγκεκριμένα με την εγγραφή:

| 1 | ΧΡΕΩΣΗ | ΠΙΣΤΩΣΗ |
|--|----------|---------|
| 62 ΕΞΟΔΑ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΤΡΙΤΩΝ | χχχχ | |
| 62.04 χρ. Μίσθωση –leasing | | |
| 62.04.02... χρ. Μίσθωση –leasing συμβολαίου Ν... | χχχχ | |
| 54 ΦΟΡΟΙ-ΤΕΛΟΙ | χχχ | |
| 54.00 φπα | | |
| 54.00.29.0023 φπα δαπανών | χχχ | |
| 50 ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ | | χχχχχχχ |
| 50..... Προμηθευτής Α | χχχχχχχχ | |
| Προμηθευτής Α, Μίσθωμα (...) Συμβόλαιο Ν... | | |

Πρέπει να επισημανθεί πως οι συντηρήσεις και επισκευές δεν χρεώνονται και γι αυτές χορηγούνται πιστωτικό τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών, το οποίο δεν χρεώνεται στον επιχειρηματία. Με τη λήξη της σύμβασης ο επιχειρηματίας έχει την δυνατότητα να αγοράσει τον εξοπλισμό καταβάλλοντας ένα ποσό που ανάλογα με την εταιρία Leasing, μπορεί να είναι συμβολικό και δεν μπορεί να υπερβεί το 5% της αξίας του εξοπλισμού. Μπορεί επίσης να επιστρέψει τον εξοπλισμό στο χρηματοδοτικό ίδρυμα ή να συνεχίσει την μίσθωση. Οι δόσεις καταβάλλονται μηνιαία ή ανά τρίμηνο ή ανά εξάμηνο. Το επιτόκιο για τον υπολογισμό των δόσεων είναι κατά τι υψηλότερο από το αντίστοιχο επιτόκιο δανεισμού, ανάλογα με το ρίσκο του επενδυτή. Η διαδικασία απόκτησης εξοπλισμού με Leasing έχει ως εξής:

- Ο επιχειρηματίας έρχεται σε επαφή με τον προμηθευτή, επιλέγει τον εξοπλισμό και διαπραγματεύεται την τιμή του.
- Επικοινωνεί με το χρηματοδοτικό ίδρυμα της επιλογής του.
- Εκθέτει το επενδυτικό πρόγραμμα, παρουσιάζει δικαιολογητικά (εγγυήσεις στο περίπου 80% της αξίας του εξοπλισμού, ισολογισμούς κλπ.), ανακοινώνει τον προμηθευτή και κάνει σχετική αίτηση.
- Η εταιρία Leasing αγοράζει τον εξοπλισμό και τον διαθέτει στον αιτούντα προς χρήση.
- Ξεκινάει η καταβολή των συμφωνηθέντων δόσεων προς την εταιρία Leasing
- Ο επιχειρηματίας καταβάλλει εφάπαξ 0.1-1% της αξίας της επένδυσης για το διαχειριστικό κόστος.

Το ελάχιστο ύψος επενδυτικών προγραμμάτων είναι 5 εκατ. δρχ. (περίπου 1.500.000 ευρώ) Η περίοδος αποπληρωμής είναι από 3 έως 5 χρόνια (και σε πολύ λίγες περιπτώσεις φτάνουν τα 7 χρόνια). Εάν διακοπεί το συμβόλαιο συνήθως γίνεται διακανονισμός ή καταπίπτουν οι εγγυήσεις. Στην παρούσα χρονική περίοδο τα επιτόκια leasing ανέρχονται σε 6-8%. Εφόσον εγκριθεί η χρηματοδότηση αυτή μπορεί να φτάσει το 100% της αξίας του εξοπλισμού ή του ακινήτου και η εκταμίευσή του ξεκινάει περίπου σε 25 ημέρες μετά την προσκόμιση των απαραίτητων δικαιολογητικών.

Τα πλεονεκτήματα αυτής της χρηματοδότησης είναι αρκετά για τις νέες επιχειρήσεις. Ο νέος επιχειρηματίας δεν χρειάζεται να καταβάλλει αμέσως τα υψηλά ποσά που συνήθως απαιτούνται για την απόκτηση του αναγκαίου εξοπλισμού. Δεν καταφεύγει σε υπέρμετρο δανεισμό, ιδίως σε περιπτώσεις δραστηριότητας υψηλού επιχειρηματικού κινδύνου και έχει την δυνατότητα επιλογής μετά το τέλος της σύμβασης να ανανεώσει την μίσθωση ή να την τερματίσει εξαγοράζοντας τον εξοπλισμό. Επίσης ανάλογα με την συμφωνία στην τιμή leasing μπορεί να περιέχεται και η συντήρηση των μηχανημάτων, αν και δεν συμβαίνει στην Ελλάδα συχνά.

Είναι ευνοϊκό επίσης το γεγονός ότι το σύνολο των δόσεων αναγνωρίζεται ως λειτουργική δαπάνη και εκπίπτει των φόρων (εξαιρέση τα Ι.Χ αυτοκίνητα). Επιπλέον, δεν επηρεάζονται αρνητικά ορισμένοι χρηματοοικονομικοί δείκτες, όπως της ρευστότητας και του δανεισμού, με αποτέλεσμα η επιχείρηση να εμφανίζει καλύτερη εικόνα προς τα έξω. Τέλος, απαιτούνται μικρότερες εγγυήσεις από ότι σε τραπεζικό δάνειο καθώς επίσης οι διαδικασίες είναι απλούστερες και διεκπεραιώνονται ταχύτερα.

Αυτό που πρέπει να τονιστεί είναι ότι την τελευταία διετία υπήρξε μία σημαντικότερη ανάπτυξη της αγοράς leasing στη χώρα μας λόγω, κυρίως, της εισαγωγής (με την τροποποίηση του νόμου 1665/86 που εισάγει ο νόμος 2682/99) του θεσμού του leasing ακινήτων. Έτσι, μία επιχείρηση μπορεί, με κάποιες διαφορές στους όρους που αναλύθηκαν παραπάνω (όπως ότι η διάρκεια της μίσθωσης θα πρέπει να είναι μεγαλύτερη ή ίση των 10 ετών), να αποκτήσει μόνιμη έδρα με κόστος χρηματοδότησης που - μετά τον υπολογισμό της φορολογικής ωφέλειας - είναι μακροπρόθεσμα στα ίδια επίπεδα με το ενοίκιο και χωρίς να χρειαστεί να δεσμεύσει μεγάλο μέρος των κεφαλαίων της.

ΠΡΑΚΤΟΡΕΥΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ- FACTORING

Με τον νόμο 1905/90 εφαρμόστηκε στην Ελλάδα ο θεσμός των εταιριών Factoring (συγκεκριμένες ατέλειες του θεσμικού πλαισίου του factoring, leasing και capital venture, προσδιορίστηκαν εκ νέου από την Επιτροπή Καραμούζη το 1995 και αποτέλεσαν αντικείμενο νομοθετικών ρυθμίσεων με το Ν. 2367/95) και στηρίζεται νομοθετικά στις περί εκχωρήσεως δικαιωμάτων διατάξεις του Αστικού Κώδικα. Η πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων τρίτων ασκείται νόμιμα στην Ελλάδα από τις τράπεζες και τις ανώνυμες εταιρείες που έχουν αποκλειστικό σκοπό αυτή τη δραστηριότητα.

Το factoring αφορά την σύναψη σύμβασης μεταξύ του προμηθευτή και του πράκτορα (τράπεζα ή εταιρεία πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων) βάση της οποίας ο προμηθευτής εκχωρεί στον πράκτορα τις απαιτήσεις του έναντι των πελατών - οφειλετών του. Πρόκειται, δηλαδή, για μια σύμβαση μεταξύ μιας επιχείρησης πώλησης προϊόντων ή παροχής υπηρεσιών και μιας εταιρείας πρακτορεύσης επιχειρηματικών απαιτήσεων, βάση την οποία η τελευταία αναλαμβάνει την είσπραξη των απαιτήσεων της επιχείρησης που πηγάζουν από την πώληση των προϊόντων ή την παροχή των υπηρεσιών. Στο πλαίσιο της πρακτορεύσης, ο πράκτορας δύναται να αναλάβει τη διαχείριση, είσπραξη, προεξόφληση, πιστωτικό έλεγχο και κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου των απαιτήσεων του προμηθευτή.

Συνήθως, το χρηματοδοτικό ίδρυμα αφού συλλέξει και αξιολογήσει τις πιστώσεις προς τους πελάτες αποδίδει άμεσα στην εταιρία το 80% περίπου των ποσών. Επίσης χρεώνει στην εταιρία

0.5 έως 2% του ποσού που αντιστοιχεί στις απαιτήσεις προς πελάτες για την διαχείριση του χαρτοφυλακίου. Τα κριτήρια χρηματοδότησης είναι αρκετά αυστηρά ενώ το κόστος είναι σχετικά λογικό.

Το factoring είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος χρηματοδότησης Κεφαλαίου κίνησης μιας ΜΜΕ, χωρίς χρονοβόρες διαδικασίες και εμπράγματα ασφάλειες (υποθήκες, προσημειώσεις κ.λπ.). Οι υπηρεσίες factoring απευθύνονται σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε όλους τους κλάδους της οικονομίας και παρέχουν υπηρεσίες ή πωλούν υπηρεσίες επί πιστώσει. Οι πλέον ενδεδειγμένες περιπτώσεις αφορούν μεσοπρόθεσμες (από 30 έως 300 ημέρες) και ανοιχτές πιστώσεις (δηλ. πιστώσεις που δεν καλύπτονται από μεταχρονολογημένες επιταγές ή εγγυητικές επιστολές και ως εκ τούτου δεν μπορούν να χρηματοδοτηθούν εύκολα από τις εμπορικές τράπεζες).

Το factoring είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος χρηματοδότησης κυρίως μικρομεσαίων επιχειρήσεων καθώς η ανάθεση της διαχείρισης- λογιστικής παρακολούθησης ή / και της είσπραξης των απαιτήσεων μιας επιχείρησης στον πράκτορα δύναται να μειώσει το λειτουργικό κόστος της και να το προσαρμόσει αποτελεσματικότερα στο επίπεδο των εργασιών της (εναλλαγή κόστους παγίου χαρακτήρα- αμοιβές προσωπικού- με αντίστοιχο μεταβλητού- προμήθεια διαχείρισης).

Ταυτόχρονα, η επιχείρηση απελευθερώνει παραγωγική ικανότητα (εργατοώρες), η οποία μπορεί να διοχετευθεί στη λειτουργική δραστηριότητα της επιχείρησης. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν δυσκολίες μπορούν να απευθύνονται σε εταιρείες factoring στις ακόλουθες περιπτώσεις:

- Για να βρουν κεφάλαια κίνησης, επειδή δεν έχουν εμπράγματα ή προσωπική ασφάλεια.
- Όταν έχουν μια αυξημένη ζήτηση προϊόντων ή υπηρεσιών και δεν μπορούν να ανταποκριθούν παρά μόνο με βαρείς όρους προς τους προμηθευτές τους.
- Όταν προβαίνουν σε δαπανηρές διαδικασίες για να εισπράξουν τις απαιτήσεις τους στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό.
- Όταν έχουν μεγάλες ζημιές από αφερέγγυους πελάτες.

Τέλος, το factoring διακρίνεται σε **εγχώριο** και **εξαγωγικό**. Το πρώτο, αφορά εκχώρηση τιμολογίων πώλησης (απαιτήσεων πελατών) στην εταιρεία factoring για λογιστική παρακολούθηση, λήψη προκαταβολής, ασφάλιση και είσπραξη. Το δεύτερο, αφορά εκχώρηση τιμολογίων πώλησης στην εγχώρια εταιρεία και επανεκχώρηση των συγκεκριμένων απαιτήσεων από την εγχώρια εταιρεία σε έναν αντιπρόσωπο Factor (Import Factor). Η διάρκεια της σύμβασης μπορεί να είναι αορίστου χρόνου ή βραχεία (έως 1 έτος) και το αντάλλαγμα που καταβάλλει η μικρομεσαία επιχείρηση στον πράκτορα εκπίπτει ως λειτουργική δαπάνη από τα ακαθάριστα έσοδα της ενώ στις συμβάσεις επιβάλλεται πάντοτε ΦΠΑ και άλλες υπέρ του δημοσίου επιβαρύνσεις, όμως όχι χαρτόσημο όπως στο leasing.

ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ ή ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ ΥΨΗΛΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ ή ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ - VENTURE CAPITAL

Ο θεσμός του επιχειρηματικού κεφαλαίου εισήχθη στην Ελλάδα με τους νόμους 1775/88 και 2166/93 που, όμως, εξαιτίας του πλαισίου που είχαν δημιουργήσει, περιόριζαν τη δυνατότητα επενδύσεων των εταιριών επιχειρηματικού κεφαλαίου στους τομείς της νέας τεχνολογίας. Ο λόγος αυτός οδήγησε στην τροποποίηση του νομοθετικού πλαισίου με την ψήφιση του νόμου 2367/95 που μετονόμασε τις Εταιρίες Επιχειρηματικού Κεφαλαίου σε Εταιρίες Κεφαλαίου Επιχειρηματικών Συμμετοχών (ΕΚΕΣ).

Με τον νόμο 2992/2002 εισάγεται στην Ελλάδα ο θεσμός των Αμοιβαίων Κεφαλαίων Επιχειρηματικών Συμμετοχών κλειστού τύπου (ΑΚΕΣ) τα οποία διαχειρίζονται Ανώνυμες Εταιρίες (ΑΕ) ή Εταιρίες Παροχής Επενδυτικών Υπηρεσιών (ΕΠΕΥ) και αποτελεί την τελευταία νομοθετική ρύθμιση στο χώρο του venture capital παρέχοντας ευνοϊκά φορολογικά και άλλα κίνητρα.

Τι είναι το **Venture Capital** ;

Με τον όρο κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (**Venture Capital**) αναφερόμαστε στα μακροπρόθεσμα κεφάλαια, τα οποία επενδύονται σε υφιστάμενες ή υπό ίδρυση επιχειρήσεις από τις Εταιρίες Κεφαλαίου Επιχειρηματικών Συμμετοχών, αλλά και από ιδιώτες, και τα οποία περιέχουν το στοιχείο του κινδύνου.

Το Venture Capital στοχεύει σε ρευστοποίηση των συμμετοχών του σε προκαθορισμένο χρόνο και με προσυμφωνημένο τρόπο, πραγματοποιώντας κέρδη από την υπεραξία των μετοχών που δημιουργήθηκε κατά την παραμονή του στην εταιρία. Για αυτό το λόγο συνεισφέρει ως στρατηγικός εταίρος στη γρήγορη ανάπτυξη των εταιριών που συμμετέχει, στη βελτίωση της χρηματοοικονομικής τους δομής και στην ανάπτυξη της κερδοφορίας τους.

Οι υπηρεσίες Venture Capital απευθύνονται σε κάθε επιχείρηση που παρουσιάζει πλεονεκτήματα τεχνολογικής, εμπορικής ή διαχειριστικής φύσεως. Οποιοδήποτε σχέδιο μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο επένδυσης από τις εταιρίες Επιχειρηματικών Κεφαλαίων με την προϋπόθεση να εμπεριέχει το στοιχείο της αυθεντικότητας και της καινοτομίας και να είναι πραγματοποιήσιμο και βιώσιμο.

Ο πιο συνηθισμένος τρόπος επένδυσης του Venture Capital είναι μέσω της συμμετοχής του στο μετοχικό κεφάλαιο της επιχείρησης, η οποία μπορεί να επιτευχθεί με την αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου, την εξαγορά των μετοχών (κοινών και προνομιούχων) και του υπό μορφή μετατρέψιμου ομολογιακού δανείου. Οι Εταιρίες Επιχειρηματικού Κεφαλαίου (venture capital) συνιστούν λύσεις για τις περιπτώσεις εκείνες που ο νέος επιχειρηματίας θέλει να αποφύγει τον τραπεζικό δανεισμό για διάφορους λόγους.

Το venture capital (επιχειρηματικό ή καινοτομικό κεφάλαιο) είναι το κεφάλαιο που επενδύεται σε παλιές ή υπό σύσταση επιχειρήσεις από ειδικευμένες επενδυτικές εταιρίες. Μια εταιρία venture capital προσφέρει κεφάλαιο στην επιχείρηση συμμετέχοντας στο μετοχικό κεφάλαιο της τελευταίας. Συνήθως οι επιχειρήσεις απευθύνονται σε μια εταιρία venture capital για βοήθεια όταν θέλουν να κάνουν μια επένδυση υψηλού ρίσκου. Η διαφορά με την τραπεζική δανειακή

χρηματοδότηση είναι λοιπόν ότι στην περίπτωση των venture capitals ο χρηματοδότης – εταιρία συμμετέχει στο επιχειρηματικό ρίσκο όπως και η επιχείρηση. Ταυτόχρονα, η εταιρία μπορεί να λειτουργήσει και ως σύμβουλος προς την επιχείρηση για διάφορα θέματα. Παραδείγματα επιχειρήσεων στην Ελλάδα που έκαναν χρήση των venture capitals είναι η "Goody's" και η "Γερμανός", ενώ στο εξωτερικό υπάρχουν τα παραδείγματα της Microsoft και της 'Amazon.com'. Ωστόσο θα πρέπει να είναι σαφές ότι οι εταιρείες επιχειρηματικού κεφαλαίου δείχνουν ενδιαφέρον για προτάσεις που τις χαρακτηρίζει ισχυρός επιχειρηματικός δυναμισμός, εξωστρέφεια και ευχέρεια σύντομης επανάκτησης (ρευστοποίησης) του κεφαλαίου που επενδύουν. Επιλέγουν, κατά κανόνα, προτάσεις επιχειρηματικής συνεργασίας με χαρακτηριστικά ταχείας ανάπτυξης.

4.4 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΚΑΙ Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΑΖΙ ΤΗΣ

Η ελληνική οικονομία και το ελληνικό χρηματοπιστωτικό σύστημα έχει περάσει από σημαντικές αλλαγές τα τελευταία χρόνια. Το τραπεζικό σύστημα, δημοσιονομικά παλληλίστικο στη νοοτροπία και με πολλές αγκυλώσεις, όταν δάνειζε, απαιτούσε και έπαιρνε εμπράγματα ασφάλειες (υποθήκες σε ακίνητα και προσημειώσεις σε μηχανήματα και εξοπλισμούς) πολλαπλάσιες του δανειζόμενου ποσού, η δε διαφορά ανάμεσα στα επιτόκια καταθέσεων και στα επιτόκια χορηγήσεων ήταν συνήθως μεταξύ 10 και 12 εκατοστιαίων μονάδων. Όσο για τους ίδιους τους επιχειρηματίες, κατά κανόνα, στερούνταν γνώσης, εμπειρίας και επαγγελματικής συγκρότησης, πράγμα που τους έκανε πολύ ευάλωτους μέσα σε αυτό το αρνητικό περιβάλλον.

4.4.1 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΩΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ

Κάποιες τράπεζες, προσφέρουν νέα προϊόντα και υπηρεσίες σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Σ' αυτά περιλαμβάνονται και οι επιχειρηματικές συμβουλές τις οποίες υποστηρίζουν με ειδικευμένα και άρτια στελέχη. Αυτό συμβαίνει εξ' αιτίας του συμφέροντος που κατέχει η τράπεζα ως προς την επιχείρηση αυτή καθώς εξασφαλίζει και την σίγουρη επιστροφή των χρημάτων που δάνεισε η πρώτη στη δεύτερη, καθώς και τους δεδουλευμένους τόκους, χωρίς να αναγκάζεται να προσφεύγει σε ένδικα μέσα με κίνδυνο να χάσει, εκτός από τα χρήματα που δάνεισε και τον πελάτη. Η επιλογή μιας τράπεζας πρέπει να γίνεται με πολλή προσοχή, ώστε να υπάρχει άψογη συνεργασία με όρους στους οποίους ο επιχειρηματίας μπορεί να ανταπεξέλθει και να μην κινδυνεύει από αυτούς. Ο ρόλος, λοιπόν, της τράπεζας είναι, εκτός από το να αποταμιεύει, να δανείζει και να εισπράττει με δικούς τις τόκους, να εμπνέει εμπιστοσύνη και ελαστικότητα στους όρους δανειοδότησης (και παροχής των υπηρεσιών της) ώστε να μπορεί ο επιχειρηματίας να ανταπεξέλθει στις υποχρεώσεις του και από τη συνεργασία να ωφελούνται και τα δύο συμβαλλόμενα μέλη, ούτως ώστε και η τράπεζα να εισπράττει έγκαιρα τις απαιτήσεις της από τον πελάτη χωρίς απώλειες.

4.5 ΓΙΑΤΙ Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟ ΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑ;

Το κύριο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι επίδοξοι επιχειρηματίες και οι ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων στη προσπάθεια τους να λάβουν χρηματοδότηση είναι αυτό της αβεβαιότητας, και συνεπώς, του υψηλού κινδύνου αποτυχίας που συνήθως συνεπάγεται η επένδυση σε αυτές από εξωτερικές πηγές:

- Οι μικρές επιχειρήσεις συνήθως δεν έχουν μακροχρόνια ζωή και επιτυχημένη πορεία. Έτσι, οι επενδυτές δεν τις γνωρίζουν καλά καθώς δεν έχουν στη διάθεση τους αξιόπιστα στοιχεία στα οποία να μπορούν να βασιστούν και να κάνουν επενδύσεις σε αυτού του τύπου τις επιχειρήσεις.
- Σε αντίθεση με τις μικρότερες επιχειρήσεις, οι μεγαλύτερες εταιρείες (ιδίως αυτές που είναι εισηγμένες στο χρηματιστήριο) απαιτείται να συλλέγουν και να δημοσιοποιούν πολύ περισσότερο λεπτομερές οικονομικές πληροφορίες – οι οποίες μπορούν να βοηθήσουν πραγματικά στη διαδικασία άντλησης χρηματοδότησης από εξωτερικές πηγές.
- Οι τράπεζες είναι ιδιαίτερα επιφυλακτικές σε σχέση με θέματα που αφορούν την χρηματοδότηση των νεότερων και μικρότερων επιχειρήσεων εξαιτίας της αντίληψης που επικρατεί ότι αυτού του τύπου οι επιχειρήσεις αντιπροσωπεύουν μεγαλύτερο πιστωτικό κίνδυνο.

Ωστόσο, η χρηματοδότηση των νέων και μικρών επιχειρήσεων δεν πρέπει να περιορίζεται μόνο στο προσωπικό κεφάλαιο των επίδοξων και των νέων επιχειρηματιών και/ή στις συνεισφορές της οικογένειας, των φίλων και των συνεργατών. Οι λόγοι για τους οποίους ενδείκνυται αυτό είναι οι εξής:

- Οι νέοι επιχειρηματίες πρέπει να εξοικειωθούν με διάφορους τρόπους άντλησης πιστωτικών κεφαλαίων από τα πολύ αρχικά στάδια του επιχειρηματικού τους εγχειρήματος ώστε να αποκτήσουν εμπειρία σε τέτοιου τύπου διαδικασίες.
- Οι νέοι επιχειρηματίες πρέπει να κατανοήσουν ότι οι ανεπαρκείς χρηματοδοτικές πηγές, που συνδέονται με αρνητική ταμειακή ρευστότητα κατά τα αρχικά στάδια λειτουργίας μιας επιχείρησης, μπορούν να οδηγήσουν σε αποτυχία του εμπορικού τους εγχειρήματος, ανεξάρτητα από το εάν τα προϊόντα ή υπηρεσίες που προσφέρουν είναι επιτυχημένα και οι καταναλωτές είναι ικανοποιημένοι.
- Στην αρχή της ίδρυσης μιας επιχείρησης οι ιδιοκτήτες μπορούν να αποφεύγουν κάποιες δαπάνες μέσω της χρηματοδοτικής μίσθωσης των κεφαλαιουχικών τους αναγκών ή της κοινής χρήσης κεφαλαιουχικών στοιχείων με στρατηγικούς τους εταίρους. Ωστόσο, σε κάποιο στάδιο του αναπτυξιακού τους κύκλου, οι ανάγκες της επιχείρησης εξειδικεύονται και έτσι απαιτείται αγορά των κεφαλαιουχικών περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης και όχι η ενοικίαση ή η μίσθωση τους.
- Σε πολλούς μεταποιητικούς κλάδους, ο κύκλος ανάπτυξης των προϊόντων είναι μακροχρόνιος (π.χ. η ανάπτυξη των ηλεκτρονικών παιχνιδιών ή προϊόντα του κλάδου της βιοτεχνολογίας) και, συνεπώς, οι νέοι επιχειρηματίες πρέπει να γνωρίζουν από την αρχή της ίδρυσης της επιχείρησης τους εναλλακτικούς τρόπους χρηματοδότησης των επενδύσεων τους.

Σε γενικές γραμμές, όταν οι μικρό μεσαίες επιχειρήσεις αναζητούν την χρηματοδότηση και οι πληροφορίες που τις αφορούν δεν είναι διαθέσιμες με άλλους τρόπους στους πιθανούς επενδυτές τους, τότε αυτές θα πρέπει να τις παρέχουν μέσω κατάρτισης ενός επιχειρηματικού σχεδίου και ενημερωτικών καταστάσεων που αφορούν στοιχεία του ενεργητικού της επιχείρησης. Επίσης πρέπει να παρέχονται λεπτομέρειες σχετικά με την εμπειρία των διευθυντικών και διοικητικών στελεχών. Τέλος, οι μικρό μεσαίες επιχειρήσεις θα πρέπει να είναι σε θέση να καταδεικνύουν

πως μπορούν να παρέχουν κάποια σχετική ασφάλεια στις πηγές χρηματοδότησης τους για τα ποσά τα οποία επιζητούν να χρηματοδοτηθούν.

Στη συνέχεια οι υποψήφιοι δανειστές τους, με βάση τις πληροφορίες που τους παρέχονται, θα αποφασίσουν αν θα προβούν στην επένδυση ή όχι. Στην περίπτωση των συμβατικών τραπεζών, οι όροι του δανείου (επιτόκιο, διάρκεια, εγγυήσεις, λεπτομέρειες αποπληρωμής κ.α.) θα εξαρτηθούν από τον ενεχόμενο κίνδυνο της επένδυσης. Ο δανειστής όπως είναι φυσικό απαιτεί να παρακολουθεί τις επενδύσεις του.

Ένα κοινό πρόβλημα που συχνά παρουσιάζεται, είναι ότι οι συμβατικές τράπεζες εμφανίζονται απρόθυμες να επεκτείνουν την χρηματοδότηση των δανείων κατά την πορεία της επένδυσης χωρίς αύξηση των εγγυήσεων που θα δοθούν. Συνήθως οι τράπεζες ζητούν χρηματοοικονομικές καταστάσεις των τριών τελευταίων ετών και καταστάσεις σχετικά με τα περιουσιακά στοιχεία της εταιρείας που να καλύπτουν επαρκώς το ύψος του δανείου (στοιχεία που συνήθως οι ιδιοκτήτες των μικρό μεσαίων επιχειρήσεων είναι ανίκανοι να παράσχουν).

Επίσης, ένα ιδιαίτερο πρόβλημα της αβεβαιότητας που αντιμετωπίζουν οι επίδοξοι δανειστές των μικρό μεσαίων επιχειρήσεων αφορά τις επιχειρήσεις με χαμηλή βάση περιουσιακών στοιχείων. Τέτοιου τύπου επιχειρήσεις είναι οι εταιρείες που δεν διαθέτουν ουσιαστικά φυσικά περιουσιακά στοιχεία στο ενεργητικό τους, έτσι ώστε αυτά να μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να διασφαλίζουν τους δανειστές τους.

Αξίζει να σημειωθεί ότι όταν μία μικρό μεσαία επιχείρηση δεν αναπτύσσεται σημαντικά είναι λογικό η χρηματοδότηση της να μην αποτελεί για αυτή σημαντικό πρόβλημα. Ωστόσο, το πρόβλημα της χρηματοδότησης γίνεται πολύ πιο σημαντικό όταν μια εταιρεία αναπτύσσεται με γρήγορους ρυθμούς, για παράδειγμα όταν αυτή προτίθεται να επενδύσει σε κεφαλαιουχικό εξοπλισμό ή σε εξαγορά κάποιας άλλης επιχείρησης.

Λίγες αναπτυσσόμενες εταιρείες είναι σε θέση να χρηματοδοτήσουν τα αναπτυξιακά τους σχέδια μόνο μέσω των ταμειακών τους ροών. Θα πρέπει, συνεπώς, να εξετάσουν τη συγκέντρωση χρηματοδότησης και από άλλες εξωτερικές πηγές. Επιπλέον, συχνά παρουσιάζεται το φαινόμενο οι μάνατζερ οι οποίοι επιδιώκουν να εξαγοράσουν μια επιχείρηση από τους ιδιοκτήτες της, βασιζόμενοι σε νέα ομάδα διοίκησης που προέρχεται από στελέχη εκτός της εταιρείας (management buy-in), ή να εξαγοράσουν μια επιχείρηση με την υπάρχουσα διοίκηση της (management buy-out) να μην διαθέτουν τους πόρους για την απόκτηση της εταιρείας. Σε αυτή την περίπτωση, οι επίδοξοι νέοι ιδιοκτήτες θα πρέπει να αντλήσουν χρηματοδότηση από εξωτερικές πηγές (δανειακά κεφάλαια) για να μην επιτύχουν τους στόχους τους.

Αναλύοντας λοιπόν τις πηγές χρηματοδότησης μιας επιχείρησης, συμπεραίνουμε ότι υπάρχουν πολλοί και εναλλακτικοί τρόποι αύξησης του κεφαλαίου μιας επιχείρησης είτε νέας, μικρής ή/και μεγάλης, είτε παλιάς που ίσως αντιμετωπίζει προβλήματα ρευστότητας (πιστοληπτική πολιτική) και μπορεί γενικά να βρίσκεται σε ανάγκη για αύξηση του κεφαλαίου της. Γι' αυτό το λόγο, η χρηματοδότηση αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες ενίσχυσης μιας οικονομικής μονάδας καθώς δίχως πηγές χρηματοδότησης μια επιχείρηση μπορεί να φτάσει και σε σημείο διακοπής της λειτουργίας της ή πτώχευσης, λόγω έλλειψης ρευστών διαθέσιμων ή παγίων, ακόμη και καινοτομίας κ.ο.κ..

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΜΕΤΡΗΣΗ ΔΕΙΚΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η επιχειρηματικότητα δεν είναι απλώς ένα οικονομικό μέγεθος, αλλά περισσότερο μια κοινωνικοοικονομική διαδικασία και εξαρτάται από πλήθος παραγόντων ξεχωριστών και χαρακτηριστικών για κάθε χώρα. Το κεφάλαιο αυτό σχεδιάστηκε για την μελέτη του τρόπου μέτρησης και ανάλυσης των δεικτών επιχειρηματικότητας. Αναλύονται με λεπτομέρεια οι δείκτες επιχειρηματικότητας, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν τα μεγέθη που μας βοηθούν να την μελετήσουμε και να δούμε πως αυτή λειτουργεί βάση ορισμένων παραγόντων που την επηρεάζουν. Τέτοιου είδους έρευνες συνήθως αναλύουν τα οικονομικά δεδομένα για συγκεκριμένη χρονική περίοδο και συνηθίζεται τα αποτελέσματα να συγκρίνονται με εκείνα προηγούμενων ετών, με σκοπό την παρακολούθηση της προόδου της επιχείρησης και την βελτίωση κάποιων πιθανών λαθών ή προβλημάτων που παρατηρούνται σε κάθε έρευνα σχετικά με την δράση της επιχείρησης. Για την εργασία αυτή στηριχθήκαμε σε αρκετές έρευνες και στοιχεία αλλά σημαντικότερο ρόλο έπαιξαν οι τελευταίες έρευνες του IOBE, συγκεκριμένα οι δύο τελευταίες 2008-2009 (αρχές της διεθνής και στη συνέχεια ελληνικής οικονομικής κρίσης) και 2010-2011, σε συνεργασία με το διεθνές ερευνητικό πρόγραμμα Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

5.1.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ GEM;

Το GEM αποτελεί μια ερευνητική κοινοπραξία από ερευνητικά ινστιτούτα και πανεπιστήμια απ' όλο τον κόσμο στα πλαίσια της οποίας συλλέγονται εμπειρικά δεδομένα από ένα ευρύ σύνολο χωρών. Δημοσιεύει παγκόσμιες αλλά και ειδικές θεματικές εκθέσεις σχετικά με διάφορες διαστάσεις της επιχειρηματικότητας, συνεισφέροντας στη παγκόσμια συζήτηση για την προώθηση της επιχειρηματικότητας. Το IOBE αποτελώντας τον ελληνικό εταίρο στην ερευνητική κοινοπραξία του GEM είναι υπεύθυνο για την ομαλή και ορθή διεξαγωγή των αναγκαίων ερευνών στον ελληνικό πληθυσμό, την επεξεργασία των αποτελεσμάτων σύμφωνα με την κοινή εναρμονισμένη μεθοδολογία και την ένταξη των τελικών στοιχείων στο διεθνές αναλυτικό πλαίσιο του GEM, έτσι ώστε να επιτυγχάνεται η συγκρισιμότητα των στοιχείων. Οι επιπτώσεις της χρηματοοικονομικής κρίσης στην επιχειρηματικότητα απασχόλησαν την έρευνα του GEM ήδη από το 2008. Η σχετική έκθεση αποτύπωσε τις επιδράσεις στους δείκτες επιχειρηματικότητας σε παγκόσμιο επίπεδο. Σε αυτή την ενότητα λοιπόν θα αναλύσουμε τους δείκτες αυτούς της επιχειρηματικότητας και θα δούμε πως διαμορφώθηκε η οικονομία τα τελευταία δύο χρόνια.

5.2 ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Στο παρόν κεφάλαιο θα παρουσιάσουμε τις εξελίξεις των βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας. Η ανάλυση αυτή έχει ιδιαίτερη σημασία λόγω του ότι καταγράφονται τη στιγμή (2008) που η παγκόσμια κρίση αρχίζει να γίνεται αισθητή ενώ συνεχίζει για τα επόμενα χρόνια έως και σήμερα που η Ελλάδα και μερικές ακόμη χώρες της ΕΕ υπέκυψαν στην υπογραφή του μνημονίου (με πρώτη υπογραφή για την Ελλάδα τον Ιούνιο του 2010, Μνημόνιο Ι) για την

διάσωση της εγχώριας οικονομίας τους. Έτσι λοιπόν, οι βασικότεροι δείκτες επιχειρηματικότητας είναι οι εξής:

- Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων
Ο οποίος περιλαμβάνει δύο κατηγορίες ατόμων, τους νέους επιχειρηματίες και τους επίδοξους επιχειρηματίες.
- Αναστολή λειτουργίας επιχείρησης
- Καθιερωμένη επιχειρηματικότητα
- Συνολική επιχειρηματικότητα
- Γυναικεία επιχειρηματικότητα
- Πρόθεση έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας
- Άτυποι επενδυτές.

5.2.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ (EARLY-STAGE ENTREPRENEURIAL ACTIVITY)

Πρόκειται για τον βασικότερο δείκτη επιχειρηματικότητας και περιλαμβάνει δύο κατηγορίες ατόμων, των οποίων η ηλικία είναι (18-64): έχουμε λοιπόν, τους επίδοξους επιχειρηματίες, οι οποίοι είναι όσοι έχουν κάνει κάποιες προκαταρκτικές ενέργειες για τη σύσταση μιας επιχείρησης και τους νέους επιχειρηματίες, όσους δηλαδή έχουν μόλις ξεκινήσει μια νέα επιχείρηση που λειτουργεί το πολύ 42 μήνες, 3.5 έτη.

Υπάρχουν τρεις βασικοί λόγοι για τους οποίους είναι σημαντικές οι νέες επιχειρήσεις. Πρώτον μια νέα επιχείρηση προσφέρει επαγγελματική διέξοδο σε κάποιους. Υπάρχουν άτομα που ίσως αισθάνονται πως δεν τους ταιριάζει η υπαλληλική εργασία και έτσι προσανατολίζονται στην αυτοαπασχόληση. Ένα άλλο πλεονέκτημα που αναφέρεται συχνά είναι ότι αποτελούν μηχανισμό ανανέωσης και αναζωογόνησης υποβαθμισμένων κοινοτήτων. Κατά την άποψη του Porter (1995) τόσο οι νέες όσο και οι εδραιωμένες συντελούν στην αναδιαμόρφωση εγκαταλελειμμένων αστικών ζωνών. Υπάρχουν όμως και θεωρίες που διαψεύδουν την παραπάνω του Porter, όπως είναι αυτή που υποστηρίζουν οι Blackburn και Rum (2006), οι οποίοι πιστεύουν πως το προηγούμενο επιχείρημα υπερεκτιμά τον ρόλο των νέων και εδραιωμένων επιχειρήσεων στις υποβαθμισμένες περιοχές, διότι το πρόβλημα αυτών των περιοχών είναι κυρίως κοινωνικό και οικονομικό, γι αυτό το λόγο, δίνουν προτεραιότητα και στηρίζονται περισσότερο στο προσανατολισμό των κυβερνητικών πολιτικών ως προς την ανάπτυξη αυτών των περιοχών παρά στην έλλειψη καινοτομίας ή δημιουργίας μιας νέας επιχείρησης. Ένας τρίτος λόγος για τον οποίο είναι σημαντικές οι νέες επιχειρήσεις είναι η ανταγωνιστικότητα και γίνεται εμφανές με δυο τρόπους. Πρώτον, οι νέες επιχειρήσεις αντικαθιστούν παλαιότερες και επιχειρήσεις που δεν κατάφεραν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες του καταναλωτικού κοινού και δεύτερον, η απειλή της εισόδου ή παρουσίας νέων επιχειρήσεων ίσως αναγκάσει τις παλαιότερες επιχειρήσεις να γίνουν πιο ανταγωνιστικές σε αυτά που προσφέρουν στους καταναλωτές.

5.2.1.α ΕΠΙΛΟΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Πρόκειται για άτομα ηλικίας 18-64 ετών που ξεκινούν ένα νέο εγχείρημα (το πρώτο τους συνήθως) με σκοπό να ενταχθούν στην επιχειρηματική ζωή ή τουλάχιστον έχουν ξεκινήσει κάποιες προκαταρκτικές ενέργειες με την προϋπόθεση ότι η επιχειρηματική τους δράση δεν

ξεπερνά το τρίμηνο. Αυτό το χρονικό όριο των τριών μηνών βοηθάει κυρίως τους μελετητές να διαχωρίζουν τα άτομα του δείκτη Αρχικών Σταδίων Επιχειρηματικότητας, για την διεξαγωγή των αποτελεσμάτων μιας έρευνας. Η έμφαση που δίνουν οι ερευνητές στους επίδοξους επιχειρηματίες προκύπτει από το ενδιαφέρον τους για τον τρόπο με τον οποίο γεννιούνται οι επιχειρηματικοί οργανισμοί. Έτσι λοιπόν πολλές χώρες εφαρμόζουν προγράμματα ενίσχυσης, σχετικά με την επιχειρηματικότητα για την εύκολη μετατροπή της επιχείρησης από «όνειρο» σε «πραγματικότητα». Ακόμη και τα πανεπιστήμια στις μέρες μας διδάσκουν περισσότερα μαθήματα που αφορούν την επιχειρηματικότητα, σε όλους τους τομείς και κλάδους. Αυτό μάλιστα αποδεικνύεται και από έρευνα του Katz (2003), που βρήκε ότι στα πανεπιστήμια από τις αρχές της δεκαετίας του 1980, τα μαθήματα επιχειρηματικότητας από 300 αυξήθηκαν σε 2.200 τριάντα χρόνια μετά. Τρία είναι τα βασικά ερωτήματα που τίθενται σχετικά με αυτή την κατηγορία ατόμων:

α. Τι κάνει όποιος θέλει να δημιουργήσει μια επιχείρηση; Για να έχουμε απάντηση σε αυτό το ερώτημα χρήσιμη είναι η θεωρία των Katz και Gartner (1988) που είναι ένα από τα χρησιμοποιότερα και γνωστά μοντέλα για την εξήγηση του τρόπου δημιουργίας μιας επιχείρησης. Το μοντέλο αυτό προτείνει τέσσερις ιδιότητες των αναδυόμενων επιχειρήσεων:

- **Πρόθεση**- όποιος σκέφτεται να δημιουργήσει μια νέα επιχείρηση πρέπει να έχει διαμορφώσει μια συνειδητή πρόθεση.
- **Πόροι**- πρέπει να συλλέξει, να συγκεντρώσει και να αξιοποιήσει τους πόρους (π.χ. εργατικό δυναμικό, κεφάλαιο κ.α.)
- **Δεσμεύσεις**- πρέπει να θέσει δεσμεύσεις είτε ψυχολογικές, π.χ. ενημερώνοντας συγγενείς και φίλους, είτε επίσημες, π.χ. καταχώρηση της επιχείρησης σε κάποιο μητρώο.
- **Συναλλαγές**- να πραγματοποιήσει συναλλαγές (π.χ. αγορές- πωλήσεις)

Στηριζόμενοι στις παραπάνω ιδιότητες θεωρείται επιτυχής η σύσταση μιας νέας επιχείρησης. Το 2008 οι Brush κ.α. βασιζόμενοι σε μια λογική διαδικασία που ακολουθεί ένας επίδοξος επιχειρηματίας ανέλυσε τις τέσσερις ιδιότητες σε 26 βήματα. Τα 26 βήματα προσδιορίζουν, πιο αναλυτικά, τον τρόπο με τον οποίο λειτουργεί ένας επίδοξος επιχειρηματίας για την δημιουργία του νέου επαγγελματικού του εγχειρήματος, αναλύουν δηλαδή τις τέσσερις ιδιότητες σε υποπεριπτώσεις. Στην **πρόθεση** για παράδειγμα, γίνεται αρχικά, προετοιμασία επιχειρηματικού σχεδίου, ύστερα ο επίδοξος επιχειρηματίας καταφεύγει στον εντοπισμό επαγγελματικής ευκαιρίας για να προετοιμάσει τα οικονομικά στοιχεία της επιχείρησης και να ξεκινήσει εργασία σε πλήρες ωράριο, χωρίς να ξεχνάμε έναν άλλο σημαντικό και απαραίτητο στοιχείο, την εκπαίδευση μέσω διαφόρων προγραμμάτων και **σεμιναρίων** σχετικών με την δραστηριότητα της επιχείρησης του και τον τρόπο λειτουργίας. Στη συνέχεια, για την αξιοποίηση των **πόρων** απαραίτητα είναι η οργάνωση επιχειρηματικής ιδρυτικής ομάδας, αίτηση για ευρεσιτεχνία, η αγορά πρώτων υλών και εξοπλισμού, αποταμιεύσεις και επενδύσεις χρημάτων, αιτήσεις για δάνειο και χρηματοδότηση, διακανονισμός για φύλαξη των παιδιών, πρόσληψη υπαλλήλων και τέλος, χρήση πόρων για την ανάπτυξη προϊόντων/ υπηρεσιών. Ο επίδοξος επιχειρηματίας θα πρέπει επίσης να θέτει **δεσμεύσεις** για την επιχείρηση του, όπως άνοιγμα τραπεζικού λογαριασμού, αίτηση για τηλεφωνική γραμμή, αίτηση για κατάταξη πιστοληπτικής ικανότητας και καταχώρηση στην εφορία για το φόρο εισοδήματος. Τέλος, όσον αφορά την τελευταία ιδιότητα, τις **συναλλαγές**, πρέπει να γνωρίζουμε ότι αποτελείται από έξι βήματα, ίσως και τα πιο

σημαντικά για την επιβίωση της επιχείρησης. Αυτά είναι, οι προσπάθειες μάρκετινγκ, οι πωλήσεις, τα κέρδη, η πληρωμή μισθών, καταβολή φόρου κοινωνικής ασφάλισης και καταβολή για ασφάλιστρα.

β. Τι ακριβώς είναι αυτό που δίνει έναυσμα στην εκκολλαπτόμενη επιχείρηση; Επειδή εδώ μας ενδιαφέρει να μελετήσουμε το «άτομο» και όχι την οικονομική μονάδα καθώς ο άνθρωπος είναι υπεύθυνος για την δημιουργία της, καλούμαστε λοιπόν να αναλύσουμε και να απαντήσουμε στην εξής ερώτηση, «Τι είναι αυτό που προκαλεί τους επίδοξους επιχειρηματίες να δημιουργήσουν μια επιχείρηση;». Για να μπορούμε όμως να απαντήσουμε σε αυτή την ερώτηση είναι σημαντικό να ξέρουμε ότι αυτό που μας απασχολεί κυρίως είναι να μάθουμε γιατί κάποια άτομα ασχολούνται ενεργά με την δημιουργία μιας επιχείρησης, ενώ άλλα όχι. Μια ακόμη, συνηθισμένη ερώτηση του GEM η οποία είναι εύκολη και κατανοητή από τους ερωτηθέντες και αποτελεί μια ευρέως αποδεκτή, αντιπροσωπευτική εικόνα των τάσεων των επίδοξων επιχειρηματιών, είναι η εξής, «Επιχειρείτε αυτό τον καιρό, μόνος ή σε συνεργασία με άλλους, να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση;».

Έτσι λοιπόν, για την μελέτη των παραπάνω οι έρευνες που σχετίζονται με τους επίδοξους επιχειρηματίες χωρίζονται σε δύο τύπους ερωτήσεων, πρώτον, «Σε τι διαφέρουν οι επίδοξοι επιχειρηματίες από τον υπόλοιπο πληθυσμό;». Ύστερα από έρευνα που πραγματοποίησαν οι Koellinger κ.α.(2007) σε 18 χώρες περίπου, διαπίστωσαν ότι οι επίδοξοι επιχειρηματίες επιδεικνύουν υπερβολική αυτοπεποίθηση όταν αξιολογούν τις δικές τους δεξιότητες, ικανότητες και γνώσεις. Έτσι λοιπόν, και από έρευνες των Carter (2003) στις ΗΠΑ φαίνεται ότι υπάρχουν διαφορές μεταξύ επίδοξων επιχειρηματιών και του υπόλοιπου πληθυσμού. Οι επίδοξοι επιχειρηματίες παρουσιάζουν ομοιότητες με τους νέους επιχειρηματίες. Από οικονομικής άποψης, όσοι δεν δημιουργούν επιχειρήσεις είναι αμφίβολο αν έχουν σημασία. Είναι γεγονός πως τα αποτελέσματα των περισσότερων ερευνών δείχνουν πως ελάχιστες επιχειρήσεις που δημιουργούνται έχουν αντίκτυπο στην οικονομία καθώς οι περισσότερες δεν σχετίζονται ή σχετίζονται ελάχιστα με την οικονομική ανάπτυξη. Αυτό συμβαίνει διότι έχει αποδειχθεί ότι οι περισσότεροι επίδοξοι επιχειρηματίες συστήνουν μια επιχείρηση λόγω της ανάγκης τους να υλοποιήσουν τις επαγγελματικές ιδέες που ίσως ως υπάλληλοι σε επιχείρηση τρίτου δεν μπορούν να πραγματοποιήσουν, λόγω της ανάγκης τους να υποαπασχοληθούν και να έχουν τον έλεγχο και την ιδιοκτησία της επιχείρησης - να είναι ιδιοκτήτες, ακόμη και η ανάγκη να ασχοληθούν με το επάγγελμα που τους ενδιαφέρει ή που έχουν σπουδάσει και να έχουν μια μόνιμη δουλειά χωρίς να ζουν με το φόβο της απόλυσης λόγω διαφόρων παραγόντων είτε οικονομικών είτε κοινωνικών κ.ο.κ. Αναλαμβάνοντας φυσικά την ευθύνη κάθε είδους ρίσκου και επαγγελματικού κινδύνου που μπορεί να προκύψει από ένα τέτοιο επαγγελματικό εγχείρημα.

Δεύτερον, «Γιατί ορισμένοι επίδοξοι επιχειρηματίες υλοποιούν την ιδέα δημιουργίας μιας επιχείρησης ενώ άλλοι όχι;». Η καθημερινότητα μας καθώς και έρευνες σχετικά με την ερώτηση έχουν αποδείξει πως όσοι επίδοξοι επιχειρηματίες έχουν υλοποιήσει τις ιδέες τους και τελικά δημιούργησαν μια νέα επιχείρηση σε σχέση με εκείνους που διέκοψαν ή εγκατέλειψαν όλες τις προσπάθειες τους, είναι άτομα που είναι πλήρως απασχολούμενοι σε επιχειρήσεις ή είναι οι ίδιοι παραγωγοί (από σχετική έρευνα στην Ολλανδία 2006), επίσης η επιτυχία της πλειοψηφίας των ατόμων αυτών οφείλεται στο ότι επένδυσαν μικρό αρχικό κεφάλαιο χωρίς να αναλάβουν μεγάλο επαγγελματικό ρίσκο διότι το χρηματικό κεφάλαιο και ο τρόπος που αυτό επενδύεται είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας για την ίδρυση (π.χ. εξασφάλιση πίστωσης από τους προμηθευτές, ιδιοκτησία ακινήτου κτλ).

γ. Πόσα άτομα εμπλέκονται σε αυτό το εγχείρημα; Η απάντηση σε αυτό το ερώτημα βρίσκεται πίσω από την ανάλυση των δυο προηγούμενων ερωτημάτων. Για την σύσταση μιας νέας επιχείρησης αρχικά, απαραίτητο στοιχείο, όπως γνωρίζουμε είναι το χρηματικό κεφάλαιο και στη συνέχεια όλα τα υπόλοιπα (π.χ. πάγιος εξοπλισμός, πρώτες ύλες κτλ) των οποίων η απόκτηση εξασφαλίζεται από το επενδύσιμο κεφάλαιο (Ίδια και Οφειλόμενο). Έτσι λοιπόν, σε μία σύσταση μπορούν να εμπλακούν περισσότερα από ένα άτομο, σε περιπτώσεις κυρίως που δεν διατίθεται το συνολικό ποσό, είτε μιλάμε για εξωτερικούς επενδυτές-χρηματοδότες (κεφάλαιο 4), σε αυτούς κατατάσσονται και οι άτυποι επενδυτές για τους οποίους θα αναφερθούμε παρακάτω αναλύοντας τον δείκτη, σε υποενότητα του κεφαλαίου 5, είτε για εσωτερικούς, ιδιοκτήτες που συνέβαλλαν στην απόφαση της ίδρυσης. Συνήθως σύσταση επιχείρησης με πολλούς μετόχους γίνεται μεταξύ συγγενών ή φίλων, οικογενειακές επιχειρήσεις, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι το αποτέλεσμα σε αυτές τις περιπτώσεις είναι πάντα επιτυχές.

Από την έρευνα του GEM όπως φαίνεται, το 2008 οι επίδοξοι επιχειρηματίες είναι λιγότεροι από προηγούμενες χρονιές. Αυτό ίσως να υποδεικνύει ότι το 2008 οι επίδοξοι επιχειρηματίες που είχαν σωρευτεί από προηγούμενες χρονιές προχώρησαν στη σύσταση της νέας επιχείρησης και έτσι μετρήθηκαν σε άλλο δείκτη. Αντίστοιχα και το 2009 από 5.3% που ήταν η επίδοξη επιχειρηματικότητα μειώθηκε στο 4.5% ενώ μεγαλύτερη πτώση του δείκτη φαίνεται το 2010 στο 2% και αυτό οφείλεται στις δυσμενείς οικονομικές συνθήκες και την αβεβαιότητα για το μέλλον. Έτσι οι δύο αυτοί λόγοι απότρεψαν τα σχέδια όσον ήθελαν να ξεκινήσουν ένα νέο εγχείρημα ή έστω το ανέβαλαν προσωρινά, μέχρι την έξοδο της χώρας από την ύφεση.

5.2.1.β ΝΕΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Όσον αφορά τη νέα επιχειρηματικότητα και σύμφωνα με τα αποτελέσματα έρευνας του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα (GEM), στην Ελλάδα κατά τη διάρκεια του 2007 ένα 5,7% του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών (περίπου 388 χιλιάδες άτομα) βρισκόταν στα αρχικά στάδια επιχειρηματικής δραστηριότητας, συμπεριλαμβανομένης και της αυτοαπασχολησης. Από αυτό το ποσοστό το 4.6% αντιπροσωπεύει τους επίδοξους επιχειρηματίες ενώ το 1.1% αποτελεί τους νέους επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται για τουλάχιστον 3.5 έτη. Πρόκειται δηλαδή είτε για άτομα που άρχισαν την επιχειρηματική τους δράση πρόσφατα αλλά δραστηριοποιούνται και πλήρωσαν μισθούς σε μια επιχείρηση για τουλάχιστον 42 μήνες.

Ο δείκτης της νέας επιχειρηματικότητας όπως φαίνεται από την έρευνα του παγκόσμιου παρατηρηρίου του GEM παρουσιάζει μια μικρή άνοδο κατά το έτος του 2008 συγκριτικά με τα προηγούμενα έτη, στο 4.6% και το 2009 στο 4.7%. Το 2010 όμως παρατηρείται πτώση του δείκτη, δηλαδή όσοι επιχειρηματίες είχαν στην κυριότητα τους μια νέα επιχείρηση που λειτουργούσε ήδη 42 μήνες του έτους για διάφορους λόγους, είτε επειδή διέκοψαν την λειτουργία τους είτε για οποιονδήποτε άλλο παράγοντα μειώθηκαν με αποτέλεσμα ο δείκτης να είναι στο 3.5%. Συμπεραίνουμε λοιπόν πως οι επίδοξοι με τους νέους επιχειρηματίες ανήκουν στην ίδια κατηγορία, **επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων**, με την διαφορά ότι οι νέοι επιχειρηματίες βρίσκονται ήδη εν δράση κατά την έρευνα ενώ οι επίδοξοι επιχειρηματίες είτε ξεκινούν τώρα την επαγγελματική τους δραστηριότητα σε μία νέα επιχείρηση ή σε μια ήδη

υπάρχουσα, σαν νέοι μέτοχοι-ιδιοκτήτες αυτής είτε βρίσκονται σε λειτουργία τουλάχιστον τρεις μήνες και λιγότερο από 42.

5.2.1.γ ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Σε αυτό το σημείο ας αναφερθούμε και στη νεανική επιχειρηματικότητα η οποία διαφέρει από τη νέα επιχειρηματικότητα που αναλύσαμε καθώς η πρώτη σχετίζεται με την ηλικία των επιχειρηματιών ενώ η δεύτερη σχετίζεται με την επιχείρηση και το χρονικό διάστημα της λειτουργίας της. Αξίζει να τονίσουμε ακόμη ότι ηλικιακά τα άτομα που ανήκουν στις αντίστοιχες ομάδες 18-24 και 25-34 κατατάσσονται στη νεανική επιχειρηματικότητα, η οποία ακολουθεί τον ορισμό της επιχειρηματικότητας που αναφέραμε στα εισαγωγικά κεφάλαια μας με την προσαρμογή στις πιο πάνω ηλικιακές ομάδες. Οι ορισμοί που δόθηκαν στα πρώτα κεφάλαια της εργασίας περιλαμβάνουν πολλούς τύπους επιχειρηματικότητας χωρίς όμως να περιορίζουν την έννοια στη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης. Σ' αυτό το σημείο ας δούμε και τις κατηγορίες στις οποίες διακρίνονται οι επιχειρηματίες νεανικής ηλικίας, αυτές είναι οι εξής:

α. Διαμορφωτικός, αφορά νέους ηλικίας 15-19 ετών κατά τη μετάβαση τους από το σπίτι ή το σχολείο στο τόπο της εργασίας.

β. Ανθίζων, αναφέρεται στην ηλικία 20-25 ετών όπου οι νέοι έχουν αποκομίσει κάποια εμπειρία, δεξιότητες και κεφάλαιο ώστε να τρέξουν την δική τους επιχείρηση.

γ. Αναδυόμενος, αφορά την κύρια κατηγορία των νέων ηλικίας 26-29 ετών οι οποίοι διαθέτουν αξιόλογη επιχειρησιακή εμπειρία και υψηλότερο επίπεδο ωριμότητας από την προηγούμενη κατηγορία.

Η επιχειρηματικότητα στη σημερινή εποχή είναι μια αναπτυσσόμενη εναλλακτική για νέους ανθρώπους των οποίων η ομάδα ηλικίας αντιμετωπίζει μεγάλη ανεργία. Η ανεργία στους νέους 15-24 το 2010 ήταν 32.9% στην Ελλάδα, 21.5% στην Ευρωπαϊκή Ένωση, 41.7% στην Ισπανία και 18.4% στην Αμερική (¹⁵OECD 2011). Από την άλλη οι τύποι νεανικής επιχειρηματικότητας είναι οι παρακάτω, **οικονομική επιχειρηματικότητα**, που αφορά δράσεις στον ιδιωτικό τομέα με κύριο οδηγό τη δημιουργία κέρδους και αντιστοιχεί στη πλειοψηφία νέων και παλαιών επιχειρηματιών. Έχουμε επίσης, την **κοινωνική** και την **δημόσια επιχειρηματικότητα**, όπου η πρώτη χρησιμοποιεί επιχειρηματικές δραστηριότητες για τη δημιουργία κοινωνικής αξίας ενώ η δεύτερη αναφέρεται σε δημόσιες επιχειρήσεις και οργανισμούς αποσκοπώντας στην υποστήριξη τους ώστε να βελτιωθεί η αποδοτικότητα τους. Υπάρχουν διάφοροι λόγοι για τους οποίους νέοι άνθρωποι ωθούνται στην ανάληψη επιχειρηματικής δράσης και οι οποίοι σχετίζονται με τις συνθήκες ζωής, τις προσωπικές στάσεις, προτιμήσεις και στόχους αλλά και τα ειδικά

¹⁵ Ο **Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Ο.Ο.Σ.Α.)** (αγγλ. Organization for Economic Co-operation and Development - OECD) είναι ένας διεθνής οργανισμός εκείνων των αναπτυγμένων χωρών που υποστηρίζουν τις αρχές της αντιπροσωπευτικής δημοκρατίας και της οικονομίας της ελεύθερης αγοράς. Δημιουργήθηκε το 1948 ως **Οργανισμός Ευρωπαϊκής Οικονομικής Συνεργασίας** (αγγλ. Organization for European Economic Co-operation - OEEC), με πρώτο γενικό γραμματέα τον Γάλλο Robert Marjolin, με σκοπό να διαχειριστεί το σχέδιο Μάρσαλ (Marshall) για την ανοικοδόμηση της Ευρώπης μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο. Αργότερα η ιδιότητα μέλους της επεκτάθηκε και σε μη ευρωπαϊκά κράτη και το 1960 μετασχηματίστηκε στον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης.

ενδιαφέροντα και τις δυνατότητες. Στις συνθήκες ζωής υπάρχουν δύο βασικές κατηγορίες κινήτρων: Επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας.

Η **επιχειρηματικότητα ανάγκης**, η οποία οδηγείται από την οικονομική ανάγκη, όταν δεν υπάρχει άλλη εναλλακτική για τη δημιουργία εισοδήματος ή έλλειψη άλλων επιλογών εργασίας (π.χ. πιθανή απόλυση ή δυσαρέσκεια). Σύμφωνα με μία μελέτη του GEM (2007), η επιχειρηματικότητα ανάγκης σχετίζεται με παράγοντες όπως χαμηλό εκπαιδευτικό επίπεδο, υψηλές εισοδηματικές ανισότητες και χαμηλό επίπεδο ασφάλισης. Άλλωστε, σε πρόσφατη μελέτη του GEM (2011) η συνολική επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων παρουσιάζει έντονη θετική συσχέτιση ($r = 0,72$) με το συντελεστή του Gini.

Η **επιχειρηματικότητα ευκαιρίας**, αναφέρεται στην επιχειρηματικότητα ενός ατόμου που θέλει να αξιοποιήσει μία επιχειρηματική ευκαιρία η οποία αξιολογείται στο πλαίσιο του οικονομικού περιβάλλοντος του και δεν είναι η μόνη επιλογή για τη δημιουργία εισοδήματος. Η κατηγορία αυτή σχετίζεται με την πεποίθηση κατοχής των απαραίτητων δεξιοτήτων, τη δικτύωση με πρόσφατους επιχειρηματίες και υψηλή υποστηρικτική δραστηριότητα. Εμφανίζεται κυρίως σε χώρες υψηλού εισοδήματος.

5.2.1.δ ΔΕΙΚΤΗ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ ΕΠΙΧ/ΤΑΣ ΒΑΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΤΟΥ GEM.

Βασιζόμενοι πάντα στην έρευνα του παγκόσμιου πρατηρίου ερευνών GEM σε συνεργασία με τον IOBE για την Ελλάδα, οι περισσότερες ¹⁶οικονομίες που στηρίζονται στην καινοτομία, σε χώρες τύπου Γ, τα επίπεδα του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων είναι σχετικά χαμηλά ενώ το αντίθετο ισχύει για τις χώρες τύπου Β, που στηρίζονται στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας και οι χώρες χαμηλού κόστους, τύπου Α. Ένας υψηλός δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων δεν σημαίνει ότι φέρει και οικονομική ανάπτυξη σε μια χώρα. Σε χώρες χαμηλού κόστους, τύπου Α, η μείωση του δείκτη ενδεχομένως να είναι θετική εξέλιξη, καθώς σημαίνει ότι δημιουργούνται θέσεις εργασίας σε υφιστάμενες επιχειρήσεις. Συνήθως ο δείκτης για να αναλυθεί σε μορφή διαγράμματος έχει σχήμα U και μετράται σε συνάρτηση με το επίπεδο εισοδήματος του πληθυσμού της κάθε χώρας (¹⁷ΑΕΠ).

¹⁶ Τα μέλη του GEM για την περάτωση των ερευνών που σχετίζονται με όλα ή τουλάχιστον τα περισσότερα κράτη, συνηθίζουν να κατηγοριοποιούν τις χώρες σε ομάδες ανάλογα την οικονομία και την πολιτική που ακολουθεί κάθε κράτος, ώστε να είναι πιο εύκολη η ανάλυση και μελέτη των οικονομιών τους. Έτσι λοιπόν χωρίζει τις χώρες σε τρεις τύπους, τον Α, τον Β και τον Γ. Στον Α ανήκουν οι χώρες χαμηλού κόστους (και περιλαμβάνει την Αγκόλα, την Βολιβία, Αίγυπτος, Γκάνα, Γουατεμάλα, Ιράν, Τζαμάικα, Πακιστάν, Σαουδική Αραβία, Ουγκάντα, Βανουάτου, Δ. Όχθη και Λωρίδα της Γάζας, Ζάμπια.). Στις χώρες τύπου Β περιλαμβάνονται οι χώρες που στηρίζονται στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας (και αυτές είναι η Αργεντινή, η Βοσνία- Ερζεγοβίνη, Βραζιλία, Χιλή, Κίνα, Κολομβία, Κροατία, Κόστα Ρίκα, Εκουαδόρ, Ουγγαρία, Λετονία, ΠΓΔΜ, Μαλαισία, Μεξικό, Μαυροβούνιο, Περού, Ρουμανία, Ρωσία, Νότιος Αφρική, Ταϊβάν, Τρινιντάντ και Τομπάγκο, Τυνησία, Τουρκία και Ουρουγουάη. Στις χώρες τύπου Γ περιλαμβάνονται όσες στηρίζονται στην καινοτομία (Αυστραλία, Βέλγιο, Δανία, Φιλανδία, Γαλλία, Γερμανία, Ελλάδα, Ισλανδία, Ισραήλ, Ιταλία, Ιαπωνία, Κορέα, Ολλανδία, Νορβηγία, Πορτογαλία, Σλοβενία, Σουηδία, Ισπανία, Ελβετία, Ηνωμένο Βασίλειο και ΗΠΑ. Αυτή ανήκει στη τελευταία κατηγοριοποίηση που πραγματοποιήσαν οι ερευνητές του GEM έτσι ακριβώς όπως την παρουσιάζουν οι ίδιοι στα αποτελέσματα και συμπεράσματα της τελευταίας έρευνας 2010-2011. Κάθε φορά οι χώρες μπορεί να αλλάζουν κατηγορία ανάλογα την οικονομική πολιτική που ακολουθούν κατά καιρούς και την χρονική στιγμή της έρευνας.

Η σχέση μεταξύ του επιπέδου οικονομικής ανάπτυξης μιας χώρας (ΑΕΠ) και του δείκτη επιχειρηματικότητας Αρχικών Σταδίων αναλύεται ως εξής:

Οι αναπτυσσόμενες χώρες με χαμηλό ΑΕΠ χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη πολλών μικρών επιχειρήσεων, υψηλό αριθμό γεννήσεων/θανάτων επιχειρήσεων με αποτέλεσμα η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων να είναι υψηλή. Αν λοιπόν στις αναπτυσσόμενες χώρες ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ήταν χαμηλότερος ενδεχομένως να αποτελούσε ένδειξη ανάπτυξης και μετάβασης σε υψηλότερο βιοτικό επίπεδο. Τα τελευταία πέντε χρόνια λοιπόν ο δείκτης βρίσκεται στο χαμηλότερο ποσοστό με τους επίδοξους επιχειρηματίες να αποτελούν την αιτία της πτώσης (από 4.5% που ήταν το 2009 στα 2%). Ακόμη και τα άτομα που είχαν την πρόθεση να ξεκινήσουν μια νέα επιχείρηση μέσα στους επόμενους 36 μήνες από την πραγματοποίηση της έρευνας μειώθηκαν, βάση GEM από 17.2% το 2009 στα 14.4%. Παρακάτω λοιπόν βλέπουμε τον πίνακα από τις έρευνες του GEM σχετικά με τους δείκτες επιχειρηματικότητας και την εξέλιξη τους την τελευταία πενταετία.

Πίνακας 5.1 (Ο πίνακας εμφανίζει τα αποτελέσματα της έρευνας 2010-2011, του GEM, για τα οικονομικά δεδομένα της Ελλάδας)

| ΕΤΟΣ | ΕΠΙΔΟΣΗ ΕΠΙΧ/ΤΗΤΑ | ΝΕΑ ΕΠΙΧ/ΤΗΤΑ | ΕΠΙΧ.ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ | ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΧ/ΤΗΤΑ | ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΠΙΧ/ΤΗΤΑ | ΠΡΟΘΕΣΗ ΕΝΑΡΞΗΣ ΕΠΙΧ.ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ | ΑΤΥΠΟΙ ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ |
|------|-------------------|---------------|----------------------|-----------------------|--------------------|-------------------------------------|------------------|
| 2006 | 5,6 | 2,3 | 7,9 | 8,2 | 16,2 | 14,1 | 3 |
| 2007 | 4,6 | 1,1 | 5,7 | 13,3 | 18,7 | 13,7 | 2,6 |
| 2008 | 5,3 | 4,6 | 9,9 | 12,6 | 22 | 16,6 | 1,8 |
| 2009 | 4,5 | 4,7 | 8,8 | 15,1 | 23,6 | 17,2 | |
| 2010 | 2 | 3,5 | 5,3 | 14,2 | 18,8 | 14,4 | |
| Μ.Ο | 4,4 | 3,24 | 7,52 | 12,68 | 19,86 | 15,2 | |

Υπάρχουν ακόμη τέσσερις δείκτες μέτρησης επιχειρηματικότητας, Γυναικεία επιχειρηματικότητα, Αναστολή λειτουργίας επιχείρησης (διακοπή ή προσωρινή αναστολή δραστηριοτήτων), πρόθεση έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας και οι Άτυποι Επενδυτές, που αναλύονται κυρίως στην έρευνα του GEM 2008-2009.

5.2.2 ΔΕΙΚΤΗΣ ΑΝΑΣΤΟΛΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Φαίνεται, επομένως ότι η οικονομική κρίση και η αβεβαιότητα για το μέλλον αποτρέπουν όσους θέλουν να ξεκινήσουν ένα νέο εγχείρημα να μην ρισκάρουν στην υλοποίηση του σχεδίου τους καθώς και τις νέες επιχειρήσεις που λειτουργούν τουλάχιστον 42 μήνες και δεν κατάφεραν να

¹⁷ **ΑΕΠ- Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν**, Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν είναι η συνολική αξία σε χρηματικές μονάδες όλων των τελικών αγαθών και υπηρεσιών που παράγει μια οικονομία σε μια ορισμένη χρονική περίοδο, συνήθως ένα έτος. Η συνολική παραγωγή όλων των αγαθών και υπηρεσιών που παράγει μία οικονομία σε μία συγκεκριμένη χρονική περίοδο αποτελεί ένα μέτρο της οικονομικής της δραστηριότητας και ευημερίας. Επειδή τα αγαθά και οι υπηρεσίες που παράγονται είναι ποικιλόμορφα η παραγωγή των επιμέρους αγαθών και υπηρεσιών εκφράζονται σε συνολική χρηματική αξία. Είναι ο δείκτης εισοδήματος ανά κάτοικο και μετράει το ύψος του εισοδήματος σε ποσοστό % , εξισώνει τις διαφορές συναλλάγματος και ποσοστών πληθυσμού δίνοντας κοινές τιμές.

φτάσουν χρονικά την κατηγορία των καθιερωμένων επιχειρήσεων και διέκοψαν την λειτουργία τους. Στο πλαίσιο αυτό, οι δείκτες διακοπής και αναστολής της επιχειρηματικής δραστηριότητας βρίσκονται στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος. Το 2010 το 3,3% του Ελληνικού πληθυσμού 18-64, που συμμετείχε στην έρευνα του παγκόσμιου πρατηρίου του GEM, δήλωσε ότι διέκοψε την επιχειρηματική δραστηριότητα που ασκούσε. Η συντριπτική πλειοψηφία (7 στους 10) των επιχειρηματιών που αποχώρησαν από τον επιχειρηματικό στίβο δηλώνουν πως κύρια αιτία αποτέλεσε η έλλειψη κερδοφορίας και όχι η έλλειψη χρηματοδότησης (μόλις 5,2%), όπως θα ήταν αναμενόμενο σε μια περίοδο χρηματοπιστωτικής στενότητας. Ο εν λόγω δείκτης, σύμφωνα και με τον πίνακα 5.2, φαίνεται να ακολουθεί ανοδική τροχιά από το 2008 και μετά που σημαίνει ότι ο αριθμός των επιχειρήσεων που διακόπτουν την λειτουργία τους αυξάνεται συνεχώς καθώς δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν στις δυσμενείς συνθήκες που επέφερε η παγκόσμια και εγχώρια οικονομική κρίση.

Πίνακας 5.2 (Ο πίνακας είναι από την έρευνα του GEM ο οποίος συγκρίνει τα αποτελέσματα της έρευνας κάθε χώρας μεταξύ τους, εμείς όμως αποκομίσαμε μόνο στοιχεία που αφορούν τα δεδομένα της Ελλάδας την τελευταία πενταετία καθώς για την περαιτέρω σύγκριση θα χρειαστεί μεγαλύτερη ανάλυση, το μόνο που μπορούμε να αναφέρουμε είναι ότι η Ελλάδα έρχεται Τρίτη όσον αφορά τη διακοπή δραστηριοτήτων αφού πρώτες είναι οι ΗΠΑ και Ισραήλ με 3,8% και Ισλανδία με 3,4%)

| | % ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ 18-64 ΕΤΩΝ | | | | | | |
|--------|--------------------------------------|-------------------------------|-------------------------|---------------------------|----------------|--------------|-----------------------|
| ΕΛΛΑΔΑ | ΔΙΑΚΟΠΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ | ΑΝΑΣΤΟΛΗ ΕΠΙΧ. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ | ΜΗ ΚΕΡΔΟΦΟΡΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ | ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ | ΣΥΝΤΑΞΙΟΔΟΤΗΣΗ | ΛΟΙΠΟΙ ΛΟΓΟΙ | ΕΥΡΕΣΗ ΑΛΛΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ |
| 2010 | 3,3 | 0,8 | 71,9 | 5,2 | 5,1 | 15,3 | 2,5 |
| 2009 | 2,6 | 0,8 | 45,7 | 5,6 | 4,9 | 25,4 | 18,4 |
| 2008 | 1,8 | 0,8 | 45 | 12 | 4 | 30 | 9 |
| 2007 | 1,8 | 0,8 | 40,4 | 11,6 | 3,2 | 36,6 | 8,2 |
| Μ.Ο | 2,375 | 0,8 | 50,75 | 8,6 | 4,3 | 26,825 | 9,525 |

Αναλύοντας λοιπόν τον πίνακα 5,2 βλέπουμε ότι το έτος 2010 η διακοπή και αναστολή δραστηριοτήτων είναι αρκετά αυξημένη σε σύγκριση με προηγούμενα έτη ενώ η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων είναι μειωμένη (πίνακας 5,1) και οι λόγοι που φαίνεται να υπερτερούν σχετικά με την αύξηση του δείκτη επιχειρηματικών «θανάτων» είναι η περιορισμένη κερδοφορία, που αποτελεί έναν από τους κυριότερους λόγους ακόμη και σε οικονομίες καινοτομίας. Μια δεύτερη σημαντική αιτία είναι οι δυσχέρειες χρηματοδότησης που ανέρχεται σε ποσοστό 5,2% και από το 2008 η Ελληνική αγορά χαρακτηρίζεται από χρηματοπιστωτική στενότητα και επιδείνωση των όρων δανεισμού από τις τράπεζες. Επίσης, αρκετά χαμηλό είναι το ποσοστό όσων δήλωσαν διακοπή λόγω εύρεσης άλλης θέσης εργασίας που το 2010 είναι 2,5% έναντι 18,4%, που σημειώνεται το 2009. Τέλος υπάρχουν και άλλοι λόγοι που είναι εξίσου υπαίτιοι για την διακοπή/αναστολή λειτουργιών μιας επιχείρησης, όπως συνταξιοδότηση, ευκαιρία για πώληση, προσωπικοί και περιστασιακοί και λοιποί λόγοι. Γενικά, οι χώρες που βασίζουν την ανάπτυξη τους σε εκμετάλλευση συντελεστών παραγωγής παρουσιάζουν το υψηλότερο ποσοστό διακοπής λειτουργίας των επιχειρήσεων, όπως αντίστοιχα παρουσιάζουν υψηλό ποσοστό επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Σε αυτό το σημείο είναι σημαντικό να τονίσουμε ότι στο ποσοστό του πληθυσμού που διέκοψε την λειτουργία της επιχείρησης του

περιλαμβάνονται και τα άτομα που για διάφορους λόγους αποχώρησαν από την επιχείρηση μεταβιβάζοντας την κυριότητα αυτή σε άλλο ιδιοκτήτη, νέο επιχειρηματία ή ήδη υπάρχον νομικό πρόσωπο, χωρίς όμως να κάνουν διακοπή των δραστηριοτήτων. Βάση της έρευνας του GEM το ποσοστό (2010) του δείκτη διακοπής επιχειρηματικών δραστηριοτήτων εμφανίζεται αρκετά αυξημένος στις χώρες χαμηλού κόστους (12,5%) σε σχέση με τις χώρες βελτίωσης αποτελεσματικότητας (4,4%) και τις περισσότερο αναπτυγμένες οικονομίες, χώρες καινοτομίας (2,3%), που παρουσιάζουν το μικρότερο ποσοστό του δείκτη. Έτσι λοιπόν, επειδή οι περισσότεροι από όσους διακόπτουν ή αναστέλλουν την λειτουργία των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης βρίσκουν επιχειρηματικές ευκαιρίες στην περιοχή τους μέσα στους επόμενους 6 μήνες μπορούμε να πούμε ότι η διακοπή ή αναστολή δραστηριοτήτων δεν θεωρείται αποτυχία.

5.2.3 ΔΕΙΚΤΗΣ ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Δείκτης καθιερωμένης επιχειρηματικότητας έχει να κάνει με το ποσοστό του πληθυσμού 18-64 ετών, που βρίσκεται ήδη σε επιχειρηματική δραστηριότητα και εμφανίζει μισθοδοσία τουλάχιστον 3.5 χρόνια και έχει ολοκληρώσει πλέον το στάδιο της αρχικής επιχειρηματικότητας χωρίς να διακόψει την λειτουργία της επιχείρησης του. Σε αυτό το στάδιο κυρίαρχο ρόλο παίζουν τα κίνητρα επιχειρηματικής δραστηριότητας που αναφέραμε προηγουμένως σχετικά με την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και ανάγκης, για την ορθή διαχείριση και επιβίωση της επιχείρησης με σκοπό την αποφυγή της διακοπής/ αναστολής των δραστηριοτήτων με αφορμή τις αιτίες που παρουσιάσαμε. Καταλαβαίνουμε λοιπόν ότι ο δείκτης αυτός αντιπροσωπεύει το επόμενο βήμα μετά τον δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων όταν αυτός φτάσει στον σκοπό του, με την προϋπόθεση όμως ότι ο επιχειρηματίας δεν θα κάνει διακοπή των δραστηριοτήτων και θα περάσει αυτή τη δύσκολη δοκιμασία. Όπως βλέπουμε και στους δύο παραπάνω πίνακες ο δείκτης το 2010 μειώθηκε, 14,2% έναντι 15,1% το 2009, και αυτό ίσως οφείλεται στην αύξηση του δείκτη διακοπής/ αναστολής δραστηριοτήτων.

5.2.4 ΔΕΙΚΤΗΣ ΣΥΝΟΛΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Ο δείκτης συνολικής επιχειρηματικότητας είναι ο δείκτης που συνδυάζει τον αριθμό των ατόμων που κάθε χρόνο βρίσκονται στη διαδικασία δημιουργίας μιας επιχείρησης (επίδοξοι επιχειρηματίες, καθώς και τους νέους ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων σε κάθε οικονομία. Είναι δηλαδή όσοι εμπλέκονται σε επιχειρηματική δράση 18-64 ετών είτε είναι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων είτε καθιερωμένοι. Γενικότερα οι υψηλότεροι δείκτες ΣΕΔ απαντώνται σε αναπτυσσόμενες οικονομίες ενώ οι χαμηλότερες τιμές συναντώνται σε αναπτυγμένες χώρες όπως οι χώρες της Ε.Ε.. Συνήθως ο δείκτης ΣΕΔ συσχετίζεται με το ΑΕΠ μιας χώρας και στο διάγραμμα δημιουργείται μια καμπύλη τύπου U. Στην οποία ο κάθετος άξονας αντιπροσωπεύει το ΣΕΔ και ο οριζόντιος αντιπροσωπεύει το ΑΕΠ, όταν οι χώρες βρίσκονται κάτω από ένα όριο του ΑΕΠ τότε οι δείκτες ΣΕΔ εμφανίζουν αρνητική συσχέτιση με το κατά κεφαλήν ΑΕΠ, αυτό σημαίνει ότι οι χώρες με χαμηλότερο κατά κεφαλήν εισόδημα πιθανότατα εμφανίζουν υψηλότερο δείκτη ΣΕΔ. Αντίθετα πάνω από αυτό το όριο, η συσχέτιση γίνεται θετική και επομένως οι υψηλότεροι δείκτες κατά κεφαλήν εισοδήματος συνοδεύονται από μια αύξηση της πρώιμης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Αυτό δείχνει ότι ο δείκτης ΣΕΔ φέρνει οικονομική ανάπτυξη στις εύπορες χώρες και άρα οι πολιτικές που στοχεύουν στην αύξηση του δείκτη οδηγούν σε υψηλότερα επίπεδα πλούτου. Αν όμως η καμπύλη είναι σχήματος L τότε συμπεραίνουμε από το κάθετο τμήμα L ότι οι φτωχές χώρες μπορούν να εμφανίζουν πάρα πολύ διαφορετικούς δείκτες ΣΕΔ, χωρίς αυτό να έχει αντίκρισμα στο πλούτο. Το οριζόντιο τμήμα του

Λ που αφορά τις εύπορες χώρες δείχνει ότι οι διαφορές των συντελεστών ΣΕΔ παύουν να σχετίζονται με τον πλούτο πάνω από ένα κατώτατο όριο χ δολαρίων.

5.2.5. ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Ο ρόλος των γυναικών στην επιχειρηματικότητα είναι αρκετά σημαντικός και αρχίζει να αναδεικνύεται συνεχώς καθώς όλο και περισσότερες γυναίκες αναπτύσσουν δικές τους επιχειρήσεις. Στην Αμερική κατά το 1987-1994 σημειώθηκε αύξηση του αριθμού γυναικών επιχειρηματιών σε ποσοστό 78% και οι γυναικείες επιχειρήσεις αποτελούν το 36% όλων των επιχειρήσεων. Οι γυναίκες αρχίζουν να επιλέγουν την επιχειρηματική καριέρα ως εναλλακτική απασχόληση από τη δεκαετία του 1970, ενώ οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες εμφανίζονται την επόμενη δεκαετία, 80'. Στην Ελλάδα το ποσοστό που εκφράζει το επίπεδο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κυμαίνεται στο 70%, ενώ αυτό των γυναικών στο 30%. Σύμφωνα με αυτά τα δεδομένα η Ελλάδα κατατάσσεται χαμηλά ανάμεσα σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες. Αξίζει να σημειωθεί ότι βρίσκεται υψηλότερα από πιο ανεπτυγμένες χώρες όπως το Βέλγιο ή η Γαλλία αλλά και πάλι βρίσκεται χαμηλά.

5.2.5.α ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Από έρευνες που έχουν γίνει κατά καιρούς σχετικά με την επιχειρηματικότητα, μια συχνή ερώτηση που δεν λείπει ποτέ από τα ερωτηματολόγια αφορά το φύλο του επιχειρηματία. Έχει αποδειχθεί λοιπόν, πως όσες επιχειρήσεις διαχειρίζονται από άντρες έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να γνωρίσουν ανάπτυξη σε σχέση με εκείνες που ανήκουν σε γυναίκες. Υπάρχουν τέσσερις απαντήσεις στην ερώτηση «Γιατί οι επιχειρήσεις που ανήκουν σε γυναίκες αναπτύσσονται πιο αργά;».

α. Οι γυναίκες δεν έχουν τις ικανότητες να διοικήσουν επιτυχώς μια επιχείρηση, οι γυναίκες είχαν μεγαλύτερη αποστροφή του κινδύνου, διαθέτουν μικρότερη διοικητική εμπειρία και αφιερώνουν λιγότερο χρόνο στη κοινωνική δικτύωση. Στην Ελλάδα παρατηρείται το φαινόμενο οι γυναικείες επιχειρήσεις να έχουν χαμηλό τζίρο και λίγο προσωπικό. Γενικότερα αποδείχθηκε πως οι γυναίκες έχουν μια πιο επιφυλακτική προσέγγιση της ανάπτυξης.

β. Οι γυναίκες αντιμετωπίζουν διακρίσεις. Θεωρείται ότι υπάρχουν αντρικές δραστηριότητες και μία σειρά από κοινωνικά στερεότυπα που πλαισιώνουν αυτές τις δραστηριότητες και περιορίζουν τις δυνατότητες των γυναικών να διοικήσουν αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις. Συνεπώς, δεν λείπουν οι ικανότητες διοίκησης από τις γυναίκες απλά αναγκάζονται λόγω των παραπάνω να λειτουργούν σαν «υποκατάστατα» των αντρών.

γ. Οι γυναίκες είναι πολύ πιο πιθανό να έχουν οικογενειακές υποχρεώσεις. Γι' αυτό το λόγο έχουν τη τάση να θεωρούν την ιδιοκτησία επιχείρησης μερική και όχι πλήρης απασχόληση με αποτέλεσμα να περιορίζεται η προθυμία επιτυχούς ανάπτυξης μιας επιχείρησης.

δ. Οι γυναίκες επιχειρηματίες συνήθως δραστηριοποιούνται σε συγκεκριμένους τομείς που συνήθως περιλαμβάνουν λιγότερες επιχειρήσεις ταχείας ανάπτυξης. Από έρευνες στην Ισπανία βρήκαν πως οι γυναίκες δραστηριοποιούνται κυρίως σε επιχειρήσεις τριτογενούς τομέα, παροχής υπηρεσιών δίχως προοπτικές και όχι σε όλους τους τομείς, για παράδειγμα αισθητική,

καθαρισμός και προσωπική φροντίδα, βιοτεχνίες ενδυμάτων, κ.α. Τέλος, κατά καιρούς δημιουργούνται διάφορα προγράμματα ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας με σκοπό την ανάπτυξη της από κρατικούς ή ευρωπαϊκούς οργανισμούς, π.χ. ΟΑΕΔ, ΕΣΠΑ κτλ.

Επικρατεί γενικά η άποψη στην ελληνική κοινωνία ότι η έναρξη επιχειρηματικού εγχειρήματος είναι ανδρική υπόθεση αλλά η ευθύνη για τη συνέχιση της λειτουργίας του είναι ρόλος γυναικείος. Οι Ελληνίδες φαίνεται να ξεκινούν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα σε μεγαλύτερη ηλικία απ' ότι οι άνδρες, κάτι που ναι μεν μπορεί να εξηγηθεί από κοινωνικούς λόγους ωστόσο αποτελεί μειονέκτημα για την ελληνική οικονομία καθώς χάνει τη θέληση και ικανότητα για δραστηριοποίηση «νέων μυαλών».

Συνοψίζοντας τα όσα αναφέρθηκαν παρατηρείται ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα των Ελληνίδων φαίνεται ότι υπερτερεί, ή τουλάχιστον δεν υστερεί σε σχέση εκείνης των ανδρών. Παρά το γεγονός ότι οι ελληνίδες εμφανίζουν υψηλή επιχειρηματικότητα ανάγκης, ή ότι κατευθύνουν τη δράση τους σε δραστηριότητες που απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή σε μεγαλύτερο βαθμό συγκριτικά με τους άνδρες, τα επιχειρηματικά του εγχειρήματα εμφανίζουν τις ίδιες ή και καλύτερες προοπτικές δυναμικής ανάπτυξης. Η σημασία αυτών των δεδομένων φαίνεται στο ότι ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού, που είναι και πιο εκτεθειμένο στην ανεργία, είναι ικανό να δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά. Κατ' επέκταση με την αξιοποίηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας εξασφαλίζεται ότι η ελληνική οικονομία δεν χάνει μια πολύτιμη δυναμική συνιστώσα της δυναμικής της.

5.2.6 ΠΡΟΘΕΣΗ ΕΝΑΡΞΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Όσον αφορά το δείκτη «Πρόθεση έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας» σχετίζεται με τα αρχικά στάδια επιχειρηματικότητας, είναι το στάδιο πριν την υλοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας. Η πρόθεση έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας συνεχίζει να περιορίζεται, καθώς ένα 14,2% του πληθυσμού 18-64 ετών δηλώνει ότι έχει σκοπό να ξεκινήσει μια επιχείρηση (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης) τα επόμενα τρία χρόνια, έναντι όμως 15,1% το 2009 και 12,6% το 2008. Εξακολουθεί ωστόσο να είναι μία από τις υψηλότερες επιδόσεις στην Ευρώπη και προοιωνίζεται παρά τη μείωση - τουλάχιστον τη διατήρηση μιας σταθερής εισροής στην εκδήλωση νέας επιχειρηματικότητας τα επόμενα χρόνια.

5.2.7 ΑΤΥΠΟΙ ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ

5.2.7.α ΠΟΙΟΣ ΘΕΩΡΕΙΤΑΙ ΑΤΥΠΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΗΣ;

Σύμφωνα με τον ορισμό της επιχειρηματικότητας που ακολουθείται από το GEM, επιχειρηματίας δεν θεωρείται μόνο κάποιος ο οποίος ξεκινάει μια επιχειρηματική δραστηριότητα, αλλά και κάποιος που χρηματοδοτεί την δραστηριότητα ενός άλλου ατόμου ή ομάδας. Άρα, ένας επιχειρηματίας μπορεί να είναι παράγων τόσο ζήτησης, όσο και προσφοράς κεφαλαίων. Ακολουθώντας λοιπόν, τη μεθοδολογία του GEM ως «άτυπος επενδυτής» ορίζεται ένα άτομο το οποίο, κατά την έρευνα του πληθυσμού, δήλωσε ότι έχει χρηματοδοτήσει κατά την τελευταία τριετία την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας από κάποιον άλλον, χωρίς ο ίδιος να γίνεται ιδιοκτήτης μεριδίου, ή να ασκεί διευθυντικά καθήκοντα στο νέο εγχείρημα. Όπως παρουσιάστηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο ένα μεγάλο μέρος των κεφαλαίων που απαιτούνται για τη χρηματοδότηση νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων προέρχεται από άτυπους επενδυτές,

άτομα δηλαδή που έχουν διαθέσει κεφάλαια χωρίς να συμμετέχουν, με οποιοδήποτε τρόπο, στο νέο εγχείρημα.

5.2.7.β «ΑΤΥΠΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΗΣ» ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΥΣΤΡΙΑΚΗ ΘΕΩΡΙΑ

Η θεωρία της επιχειρηματικής δράσης που αναπτύχθηκε κυρίως από τον Kirzner και βασίζεται στην αξιοποίηση ευκαιριών κέρδους είναι μέρος ενός ευρύτερου θεωρητικού σχήματος που ονομάζεται αυστριακή¹⁸ θεωρία. (Περισσότερα για την Αυστριακή θεωρία στο ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1) Έτσι η θεωρία του Kirzner περί επιχειρηματικότητα ονομάζεται και αυστριακή θεωρία επιχειρηματικότητας. Όσον αφορά στην εξήγηση των άτυπων επενδύσεων που είναι προφανώς μια μορφή χρηματοδότησης, αλλά και γενικότερα της επιχειρηματικής συμπεριφοράς των ατόμων, η εν λόγω προσέγγιση μας παρέχει τα απαραίτητα εργαλεία για να κατανοήσουμε τα χαρακτηριστικά αυτού του τύπου της ανθρώπινης δράσης. Ειδικότερα η αυστριακή θεωρία, διαχωρίζει τους επιχειρηματίες σε «καθαρούς» επιχειρηματίες και κεφαλαιούχους. Η βάση της διάκρισης αυτής είναι η κατοχή κεφαλαιουχικών πόρων. Πάνω σε αυτή τη διάσταση οι αυστριακοί δομούν ένα ολόκληρο θεωρητικό σύστημα, μιας και η δική τους προσέγγιση της επιχειρηματικότητας στηρίζεται στο σύνολο της στην επιχειρηματική δράση των επιμέρους ατόμων. Όσον αφορά όμως στην παρούσα μελέτη το βασικότερο σημείο στο οποίο θα εστιάσει είναι η συμπεριφορά του κεφαλαιούχου (ο οποίος για μας είναι ο άτυπος επενδυτής).

Εννέα Υποθέσεις των Άτυπων Επενδυτών

Σε αυτό το σημείο αναπτύσσουμε εννέα υποθέσεις σχετικά με τους προσδιοριστικούς παράγοντες των άτυπων μη οικογενειακών επενδύσεων. Στην ανάπτυξη αυτών των υποθέσεων διακρίνουμε σε δύο τύπους επενδυτών τους βορειοευρωπαίους και τους νοτιοευρωπαίους. Η ανάπτυξη των παρακάτω υποθέσεων γίνεται με βάση τις απαντήσεις σε κάποια από τα ερωτήματα των επιμέρους εθνικών ερευνών του GEM. Εμείς θα προσπαθήσουμε να ελέγξουμε πρώτα αν οι υποθέσεις που θα παραθέσουμε επηρεάζουν την άτυπη επενδυτική συμπεριφορά και στην συνέχεια αν η κατεύθυνση προς την οποία επιδρούν είναι θετική ή αρνητική. Πρέπει να τονίσουμε ότι το θεωρητικό μοντέλο στο οποίο βασιστήκαμε για την ανάπτυξη των υποθέσεων είναι η αυστριακή θεωρία.

¹⁸ **Αυστριακή θεωρία.** Οι θεωρητικές βάσεις της αυστριακής σχολής βρίσκονται στα έργα των Mises και Hayek στις δεκαετίες του '20 και του '30, μολονότι οι ίδιοι οι αυστριακοί ισχυρίζονται (σε μεγάλο βαθμό δίκαια) πως η μεθοδολογία τους προέρχεται κατευθείαν από τον Menger. Το σημαντικότερο στοιχείο ριζοσπαστισμού της αυστριακής σχολής είναι το γεγονός ότι βασίζεται σε μια ριζικά διαφορετική μεθοδολογία συγκριτικά με τις άλλες οικονομικές θεωρίες. Πολλές φορές στη σύγχρονη βιβλιογραφία συναντούμε αντί για τον όρο «αυστριακή» τον όρο «νεοαυστριακή». Το επίθετο «νεοαυστριακή» εισάγεται για να σηματοδοτήσει αφενός την αναβίωση των μεθοδολογικών αρχών του Menger, και αφετέρου για να διακρίνει τις θεωρίες που πρωτοπαρουσιάστηκαν από τους Mises και Hayek κατά τις δεκαετίες του '20 και του '30, από αυτές των άμεσων διαδόχων του Menger. Η νεοαυστριακή σχολή, κατά την επικρατέστερη εκδοχή, περιλαμβάνει τον Mises και τον Hayek, από τους παλαιότερους, και τον Kirzner από τη νεότερη γενιά. Εμείς εδώ θα χρησιμοποιήσουμε για το σύνολο της θεωρίας τον όρο «αυστριακή».

1. Φύλο: Προηγούμενες έρευνες που εξετάζουν τα χαρακτηριστικά των άτυπων επενδυτών έχουν υποδείξει ότι η εν λόγω λειτουργία είναι μια έντονα αντρική υπόθεση. Σε νέες έρευνες που βασίστηκαν σε έναν πιο ευρύ ορισμό των άτυπων επενδυτών, το μερίδιο των γυναικών ήταν υψηλότερο (30,1% σε 29 χώρες του GEM, 34,1% στις Η.Π.Α, 32,2% στο Ηνωμένο Βασίλειο και 24,1% στη Γερμανία), αλλά ακόμα οι γυναίκες υποεκπροσωπούνται σε σχέση με το ποσοστό τους στη βάση του πληθυσμού έρευνας. Πιθανές εξηγήσεις που μπορούν αρχικά να δοθούν είναι ότι πιθανώς οι γυναίκες επενδύουν λιγότερο και, όταν το κάνουν, προτιμούν πιο σίγουρες επενδύσεις και ότι παράλληλα ίσως δεν ταιριάζει στο γυναικείο φύλο ο, κατά τους αυστριακούς επιχειρηματικούς, ρόλος του κυνηγού ευκαιριών κέρδους, που σε ανδροκρατικές κοινωνίες είναι πιθανότερο να τον έχουν οι άντρες, ειδικά όταν διακινδυνεύεται μέρος των κεφαλαίων του νοικοκυριού.

Υπόθεση 1 : Πρέπει να υπάρχει μια θετική συσχέτιση ανάμεσα στο αντρικό φύλο και την τάση του ατόμου να προχωρεί σε άτυπες μη οικογενειακές επενδύσεις σε νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα.

2. Ηλικία : Είναι λογικό να υποθέσουμε ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα των ατόμων, όπως τουλάχιστον την ορίζουν οι αυστριακοί, έχει σχέση με την ηλικία τους. Έτσι, τα άτομα νεαρής ηλικίας μπορεί να μην έχουν εμπιστοσύνη στην ικανότητά τους να αντιλαμβάνονται ευκαιρίες κέρδους, ή μπορεί να μην έχουν αναπτύξει την ικανότητα αυτή σε ικανοποιητικό βαθμό, ή πιο απλά να μην έχουν συγκεντρώσει ακόμα τους πόρους που απαιτούνται για την εκμετάλλευση της εν λόγω ευκαιρίας. Ενώ από την άλλη, τα άτομα μεγάλης ηλικίας μπορεί να διακρίνονται από μειωμένη εγρήγορση απέναντι στις ατέλειες της αγοράς και η επιθυμία κερδοφορίας που ενέχει ρίσκο να είναι μικρότερη από την επιθυμία για ένα σταθερό επίπεδο διαβίωσης. Προβλέπουμε, δηλαδή, μια αντίστροφη καμπύλη σχήματος U όσον αφορά στη σχέση ανάμεσα στην ηλικία κάποιου και τη ροπή του να κάνει άτυπες επενδύσεις. Με άλλα λόγια, η επενδυτική δραστηριότητα γενικά πρέπει να μειώνεται στα δύο ηλικιακά άκρα και να κορυφώνεται στο κέντρο.

Υπόθεση 2 : Πρέπει να υπάρχει μια καμπυλοειδής (αντίστροφο σχήμα U) σχέση ανάμεσα στην ηλικία του ατόμου και την τάση του να κάνει άτυπες μη οικογενειακές επενδύσεις σε νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα. Με άλλα λόγια, περιμένουμε ότι η εν λόγω άτυπη επενδυτική συμπεριφορά των ατόμων θα κορυφώνεται στο μέσο του εύρους των ηλικιών (18 με 64 έτη) των ερωτώμενων που εξετάζονται. Παράλληλα, αυτή η συσχέτιση μπορεί να είναι ισχυρότερη στις χώρες της νότιας από ό,τι στις χώρες της βόρειας Ευρώπης.

3. Ιδιοκτήτης-διευθυντής μιας επιχείρησης: Ακολουθώντας τη λογική της αυστριακής θεωρίας της επιχειρηματικότητας, περιμένουμε ότι η προηγούμενη επιχειρηματική εμπειρία θα αποτελεί θετικό στοιχείο στην τάση κάποιου να γίνει άτυπος επενδυτής σε νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα που δε ξεκινούν μέλη της οικογένειάς του. Η προηγούμενη επιχειρηματική εμπειρία, που αποτελεί έμπρακτη απόδειξη της ικανότητας του ανθρώπου να δρα επιχειρηματικά, δείχνει ότι ένας συγκεκριμένος δρών έχει τη δυνατότητα να επιλέγει καλούς επενδυτικούς στόχους και να τους εκμεταλλεύεται με σκοπό την κερδοφορία. Η επιχειρηματική εμπειρία είναι ένας καθοριστικός παράγοντας όσον αφορά στις άτυπες επενδύσεις και για τις δύο ομάδες χωρών, αλλά ιδιαίτερα στις βορειοευρωπαϊκές χώρες που έχουμε μεγαλύτερο ποσοστό επενδύσεων που κατευθύνονται σε επιχειρήσεις αγνώστων προς τους χρηματοδότες.

Υπόθεση 3: Πρέπει να υπάρχει μια θετική συσχέτιση ανάμεσα στην προηγούμενη επιχειρηματική εμπειρία του ατόμου και στην τάση του να κάνει άτυπες μη οικογενειακές επενδύσεις σε νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα. Αυτή η σχέση πρέπει να είναι ισχυρότερη στις χώρες της βόρειας από ό,τι σ' αυτές της νότιας Ευρώπης.

4. Προσωπική γνωριμία επιχειρηματιών: Οι εμπειρικές έρευνες δίνουν έμφαση στη σημασία της προσωπικής εμπειρίας στην τάση ενός ατόμου να λειτουργεί ως επιχειρηματίας.

Υπόθεση 4: Πρέπει να υπάρχει μια θετική συσχέτιση ανάμεσα στην προσωπική γνωριμία κάποιων επιχειρηματιών και την τάση του ατόμου να κάνει άτυπες μη οικογενειακές επενδύσεις σε νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα. Αυτή η σχέση πρέπει να είναι ισχυρότερη στις χώρες της νότιας από ό,τι σε αυτές της βόρειας Ευρώπης.

5. Ύπαρξη ευκαιριών στους επόμενους 6 μήνες: Πιστεύουμε ότι, όπως θεωρούν και οι αυστριακοί, η αντίληψη ύπαρξης ευκαιριών για επιχειρηματικά εγχειρήματα βρίσκεται σε άμεση συσχέτιση με τις άτυπες επενδύσεις. Όσο υπάρχουν ευκαιρίες, θα υπάρχουν κάποιοι που θα λειτουργούν επιχειρηματικά και θα επινοούν τρόπους και οργανώσεις (επιχειρήσεις) για την εκμετάλλευσή τους, καθώς και κάποιοι άλλοι που θα λειτουργούν επίσης επιχειρηματικά χρηματοδοτώντας τις ιδέες των πρώτων, δηλαδή επενδύοντας. Παράλληλα, η αντίληψη ευκαιριών μπορεί να αντανakλά την εμπιστοσύνη των ατόμων αναφορικά προς το οικονομικό κλίμα και να λειτουργεί συγχρόνως ως ένα μέτρο ύπαρξης μιας θετικής ροπής για επενδύσεις.

Υπόθεση 5: Υπάρχει μια θετική συσχέτιση ανάμεσα στην αντίληψη του ατόμου για την ύπαρξη ευνοϊκού κλίματος για νέες επιχειρήσεις και για κερδοσκοπία και στην τάση του να κάνει άτυπες μη οικογενειακές επενδύσεις σε νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα. Αυτή η σχέση ίσως είναι ισχυρότερη στις βορειοευρωπαϊκές από ό,τι στις νοτιοευρωπαϊκές χώρες.

6. Δυνατότητα να αρχίσεις μια επιχείρηση: Όταν ένας δρών κάνει μια άτυπη μη οικογενειακή επένδυση είναι λογικό να αποβλέπει στο κέρδος και λειτουργεί, σύμφωνα με τους αυστριακούς, επιχειρηματικά. Μια άλλη έκφραση της επιχειρηματικής φύσης είναι η δυνατότητα κάποιου να αρχίσει μια επιχείρηση, αφού σίγουρα ο αντικειμενικός σκοπός της επιχείρησης είναι η εξεύρεση και εκμετάλλευση ευκαιριών κέρδους, οι οποίες μπορεί να υπάρχουν στο εξωτερικό περιβάλλον αλλά και μέσα στην οργάνωση της επιχείρησης.

Υπόθεση 6: Υπάρχει μια θετική συσχέτιση μεταξύ της εμπιστοσύνης των ατόμων στις δυνατότητες τους να ξεκινήσουν μια επιχείρηση και της τάσης τους να κάνουν άτυπες μη οικογενειακές επενδύσεις σε νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα. Η συσχέτιση αυτή πρέπει να είναι ισχυρότερη στις χώρες της βόρειας από ό,τι σ' αυτές της νότιας Ευρώπης.

7. Φόβος της αποτυχίας: Πρώτα από όλα πρέπει να αναφέρουμε ότι η ικανότητα ή η επιθυμία ενός ατόμου να ρισκάρει είναι ένα από τα πρωταρχικά στοιχεία της επιχειρηματικής συμπεριφοράς η επιβράβευση για την ανάληψη αυτού του ρίσκου είναι το επιχειρηματικό κέρδος όπως αναφέρει ο Knight από το 1921. Επιπροσθέτως πιστεύουμε ότι η προδιάθεση ενός ατόμου στο να αποφεύγει το ρίσκο, που μετριέται εδώ ως «ο φόβος της αποτυχίας ως αποτρεπτικός παράγοντας για την έναρξη μιας επιχείρησης» επιδρά με τον ίδιο τρόπο και στη λειτουργία ενός ατόμου ως άτυπου μη οικογενειακού επενδυτή, μιας και είναι γνωστό ότι οι άτυπες επενδύσεις λόγω του ιδιαίτερου χαρακτήρα τους είναι μεταξύ των πιο επίφοβων επενδυτικών εγχειρημάτων.

Υπόθεση 7: Υπάρχει μια αρνητική συσχέτιση ανάμεσα στο φόβο της αποτυχίας ως παράγοντα αποτροπής του ατόμου στο ξεκίνημα μιας επιχείρησης και την τάση του να κάνει άτυπες μη οικογενειακές επενδύσεις σε νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα. Αυτή η σχέση είναι ισχυρότερη στις χώρες της νότιας από αυτές της βόρειας Ευρώπης.

8. Επίπεδο εκπαίδευσης: Η υψηλή μόρφωση είναι γενικά αποδεκτό ότι βελτιώνει την εμπιστοσύνη του καθενός στις ικανότητές του και του παρέχει αυξημένη πρόσβαση σε ευκαιρίες κέρδους που δεν είναι εύκολα αντιληπτές χωρίς κάποια εξειδίκευση, η οποία συνεπάγεται ανάπτυξη διαφόρων επιμέρους δεξιοτήτων. Ένα υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο μπορεί να διευρύνει την έμφυτη τάση του ανθρώπου να αντιλαμβάνεται και να εκμεταλλεύεται ευκαιρίες κέρδους.

Υπόθεση 8: Υπάρχει μια θετική συσχέτιση ανάμεσα στο επίπεδο εκπαίδευσης του ατόμου και την τάση του να κάνει άτυπες μη οικογενειακές επενδύσεις σε νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα. Δεν αναμένεται σ' αυτήν την υπόθεση στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των δύο ομάδων χωρών που μελετούμε.

9. Επίπεδο εισοδήματος: Η δραστηριότητα του άτυπου επενδυτή προσομοιάζει περισσότερο την περίπτωση του κεφαλαιούχου ο οποίος δρα πάντοτε επιχειρηματικά μέσω της χρηματοδότησης «καθαρών» επιχειρηματιών. Έτσι η δραστηριότητα των άτυπων επενδύσεων μπορεί να σχετίζεται θετικά με τον πλούτο και το εισόδημα των νοικοκυριών που δρουν επενδυτικά. Η έρευνα του GEM εστιάζει στο επίπεδο του εισοδήματος των νοικοκυριών σε κάθε χώρα, το οποίο διακρίνεται σε υψηλότερο, μέσο και χαμηλότερο 1/3 με βάση τους μέσους όρους της κάθε χώρας. Ένα υψηλό επίπεδο εισοδήματος επιτρέπει στο άτομο να μοιράσει πιο εκτεταμένα τα κεφάλαια στις κατηγορίες των επενδύσεων, σύμφωνα με τη θεωρία του χαρτοφυλακίου (portfolio theory). Έτσι υποθέτουμε:

Υπόθεση 9: Πρέπει να υπάρχει μια θετική συσχέτιση ανάμεσα στο επίπεδο εισοδήματος του ατόμου και την τάση του να κάνει άτυπες μη οικογενειακές επενδύσεις σε νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα. Αυτή η συσχέτιση πρέπει να είναι ισχυρότερη στις χώρες της νότιας από ό,τι στις χώρες της βόρειας Ευρώπης.

Τέλος για να ολοκληρώσουμε, στην ενότητα αυτή εξετάσαμε κυρίως τους δείκτες επιχειρηματικότητας συμπεραίνοντας πως ο βασικότερος είναι ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στον οποίο στηρίζονται και οι υπόλοιποι για την έκδοση των συμπερασμάτων σχετικά με την πρόοδο της επιχειρηματικότητας κατά καιρούς. Σε αυτό το σημείο ως αναφέρουμε έναν τελευταίο δείκτη, που κατατάσσεται στον δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, ο οποίος ονομάζεται **Επιχειρηματική Δραστηριότητα Αρχικών Σταδίων Υψηλών Προσδοκιών Μεγέθυνσης** και ορίζονται τα άτομα 18-64 ετών που είναι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων και αναμένουν ότι το εγχείρημα τους θα απασχολήσει τουλάχιστον 20 εργαζόμενους σε πέντε χρόνια από την υλοποίηση της έρευνας, βάση GEM.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

6.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Έχοντας φτάσει στο τελευταίο μέρος της παρούσας μελέτης είναι σημαντικό να επαναλάβουμε την πορεία της σκέψης μας ως τώρα και παράλληλα να αναφερθούμε στα ζητήματα που θα αναφέρουμε σε αυτό το κεφάλαιο. Τα μαθηματικά μοντέλα αποτελούν σήμερα την πιο διαδεδομένη μέθοδο μελέτης φυσικών, κοινωνικών, οικονομικών και ιατρικών φαινομένων. Σε γενικό πλαίσιο, χρησιμοποιούνται για την ανάλυση και μελέτη τέτοιου είδους φαινομένων καθώς και την παράλληλη διεξαγωγή αποτελεσμάτων. Μαθηματικό μοντέλο μπορεί να θεωρηθεί προσομοίωση των πραγματικών φαινομένων τα οποία ακολουθούν συγκεκριμένους κανόνες. Οι κανόνες αυτοί και γενικότερα τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα προσπαθούν να αντικατασταθούν από ανάλογους μαθηματικούς συσχετισμούς. Συχνά η πολυπλοκότητα των υπό μελέτη φαινομένων μας αναγκάζει να προβούμε σε απλοποιήσεις και παραδοχές. Η βασική απαίτηση είναι το μαθηματικό μοντέλο να εξηγήει με τον απλούστερο και καταλληλότερο τρόπο το συγκεκριμένο πρόβλημα που εξετάζεται.

Στην εισαγωγή της παρούσας μελέτης (Κεφάλαιο 1) αναφερθήκαμε, αρχικά, στον σκοπό της έρευνας, ο οποίος είναι η παρουσίαση της έννοιας, η ανάλυση της επιχειρηματικότητας καθώς και η μέτρηση της, μέσω των δεικτών επιχειρηματικότητας και κλείνοντας το κεφάλαιο με μια μικρή αναφορά στην αυστριακή θεωρία. Στη συνέχεια, παρουσιάσαμε τη μεγάλη σημασία της επιχειρηματικότητας στη σύγχρονη ζωή, αναλύοντας τους παράγοντες που την επηρεάζουν αλλά και τα οικονομικά αποτελέσματά της. Το επόμενο κεφάλαιο της έρευνας (Κεφάλαιο 2) αποτέλεσε και το θεωρητικό της πλαίσιο. Ξεκινήσαμε το κεφάλαιο παρουσιάζοντας τις πιο γνωστές θεωρίες επιχειρηματικής δράσης. Την έννοια και τη σημασία της μέσα από ορισμούς που έχουν δοθεί κατά καιρούς. Ύστερα, αναφερθήκαμε στο ρόλο που παίζει η καινοτομία στην επιχειρηματική δράση (Κεφάλαιο 3). Μετά από αυτά περάσαμε στην μελέτη του ρόλου της χρηματοδότησης ως προαπαιτούμενου αλλά και ως μορφή εκδήλωσης της επιχειρηματικότητας (Κεφάλαιο 4). Τέλος, το πέμπτο κεφάλαιο αποτέλεσε το εμπειρικό κομμάτι της έρευνας. Εκεί προσπαθήσαμε με βάση τη θεωρία των αυστριακών και τα δεδομένα του GEM (Global Entrepreneurship Monitor) που μας χορηγήθηκαν από το IOBE (Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών) να προβούμε σε μια στατιστική ανάλυση καθώς σε αυτό (κεφάλαιο 6) θα προβάλλουμε τα συμπεράσματα της πρωτογενούς έρευνας που πραγματοποιήσαμε σε συνεργασία με 40 περίπου επιχειρήσεις που απάντησαν στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου που τους υποβλήθηκε για την διεξαγωγή της έρευνας μας σχετικά με την επιχειρηματικότητα. Στο τελευταίο κεφάλαιο θα αναλύσουμε αρχικά τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου, για να συγκεντρώσουμε όλα τα απαραίτητα στοιχεία και δεδομένα ώστε να καταλήξουμε στο τελικό συμπέρασμα της μελέτης μας η οποία εξηγεί την οικονομική εξέλιξη της επιχειρηματικότητας.

6.2 ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ (ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ)

Ένα μοντέλο (θεωρητικά ή πρακτικά) εξηγεί τουλάχιστον μια ομάδα συγκεκριμένων φαινομένων. Κάθε φαινόμενο εξελίσσεται όχι αφηρημένα αλλά υποκείμενα, σε αυτόνομες μονάδες παρατήρησης, το σύνολο των οποίων ορίζει τον **πληθυσμό**. Το φαινόμενο αναλύεται σε επιμέρους μετρήσιμα χαρακτηριστικά, τις **μεταβλητές**, στις οποίες αντιστοιχούμε τιμές. Η αντιστοίχιση αυτή ονομάζεται **μέτρηση** και γίνεται με την χρήση εργαλείων γενικού χαρακτήρα. Πρακτικά, τις περισσότερες φορές, είναι αδύνατη η μελέτη του πληθυσμού, στην περίπτωση αυτή ένα υπο-σύνολο του πληθυσμού λαμβάνεται με σκοπό την ανάλυση και διεξαγωγή συμπερασμάτων. Το υπό-σύνολο αυτό ονομάζεται **δείγμα** του πληθυσμού. Έτσι, φτιάξαμε ένα ερωτηματολόγιο το οποίο αποτελείται από δεκαεννιά, συνολικά ερωτήσεις σχετικές με την επιχειρηματικότητα. Ύστερα, λοιπόν, από αναμονή 6 μηνών, περίπου, για την λήψη των απαντήσεων από τους συμμετέχοντες στην έρευνα καταφέραμε να συγκεντρώσουμε δεδομένα από ένα δείγμα περίπου 40 επιχειρήσεων, είτε του κλάδου της εμπορίας είτε παροχής υπηρεσιών κ. ο. κ.

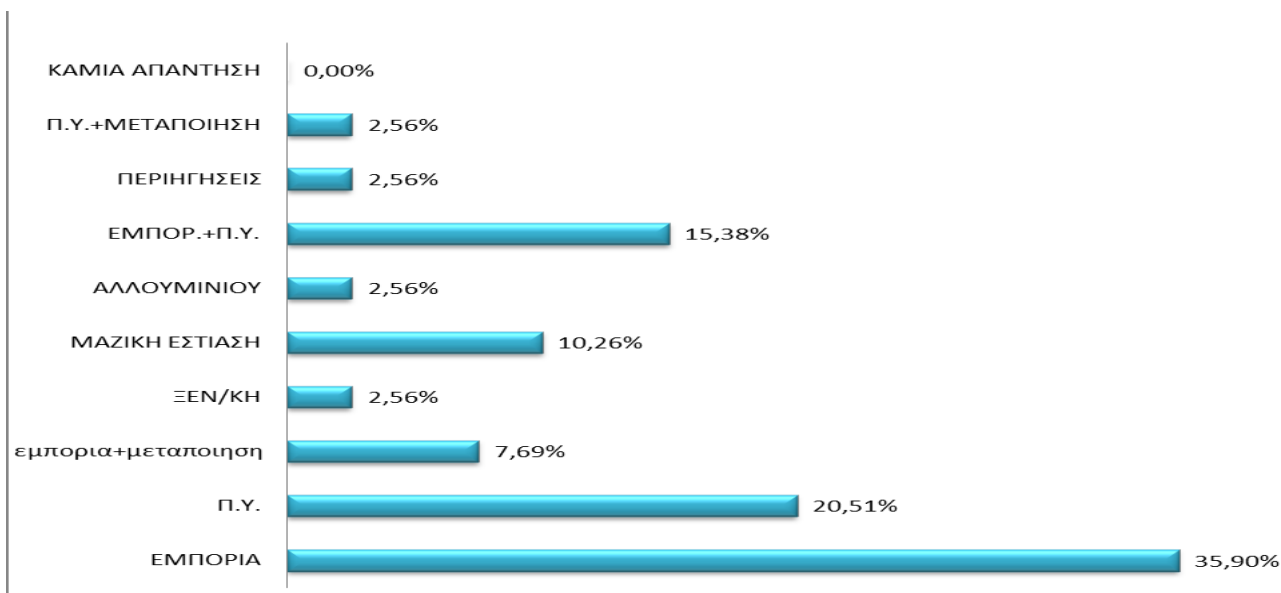
Αποτελέσματα:

Η πρώτη ερώτηση, «**Σε ποιόν κλάδο δραστηριοποιείται η επιχείρησή σας ;**», αναφέρεται στον **κλάδο** τον οποίο δραστηριοποιείται η κάθε επιχείρηση. Ένα ποσοστό 35,90% περίπου (14 επιχειρήσεις στο σύνολο) των επιχειρήσεων ασχολείται με την εμπορία, το 20,51% (8 επιχειρήσεις) δραστηριοποιείται με παροχή υπηρεσιών, το 15,38% ασχολείται και με τα δύο προηγούμενα, δηλαδή εμπορία και παροχή υπηρεσιών, ενώ το υπόλοιπο 28,21% ασχολείται με κλάδους, όπως ξενοδοχεία, αλουμίνια και μεταποίηση. Στον παρακάτω πίνακα, έχουμε συμβολίσει τον κλάδο με «Κi» και η δεύτερη στήλη μετρά το σύνολο των απαντήσεων που δόθηκαν για κάθε κλάδο ξεχωριστά (συχνότητες, π.χ. 14 επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στο κλάδο της εμπορίας). Η τρίτη στήλη περιγράφει, με τη χρήση μιας λογικής συνάρτησης του excel, την κωδικοποίηση που έχει χρησιμοποιηθεί για τη στήλη 1 και η τελευταία στήλη εκφράζει τα ποσοστά των απαντήσεων. Ακόμη, σχετικά με την παραπάνω ανάλυση, ενώ έχουν κωδικοποιηθεί όλες οι απαντήσεις των ερωτηματολογίων, όταν δεν έχουμε απάντηση σε μια ερώτηση τότε εμφανίζεται ο αριθμός (κωδικός) 999 με περιγραφή «ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ». Η κωδικοποίηση αυτή, εφαρμόζεται και στις ακόλουθες ερωτήσεις. Επίσης, σχηματίσαμε ένα γράφημα του δείγματος που δείχνει αναλυτικά τα στοιχεία του πίνακα σχετικά με το κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται η κάθε επιχείρηση και το ποσοστό των απαντήσεων που αντιστοιχεί στο κάθε κλάδο ξεχωριστά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.1

| Κλάδος (Ki) (Κωδικοποίηση) | Απαντήσεις (Ανά κατηγορία (Ki)) | Περιγραφή | Ποσοστό Απαντήσεων |
|----------------------------|---------------------------------|------------------------|--------------------|
| 1 | 14 | Εμπορία | 35,90% |
| 2 | 8 | Παροχή Υπηρεσιών (Π.Υ) | 20,51% |
| 3 | 3 | Εμπορία +Μεταποίηση | 7,69% |
| 4 | 1 | Ξενοδοχειακή Μονάδα | 2,56% |
| 5 | 4 | Μαζική Εστίαση | 10,26% |
| 6 | 1 | Αλουμίνιο | 2,56% |
| 7 | 6 | Εμπορία + Π.Υ | 15,38% |
| 8 | 1 | Περιηγήσεις | 2,56% |
| 9 | 1 | Π.Υ +Μεταποίηση | 2,56% |
| 999 | 0 | Καμία Απάντηση | 0,00% |

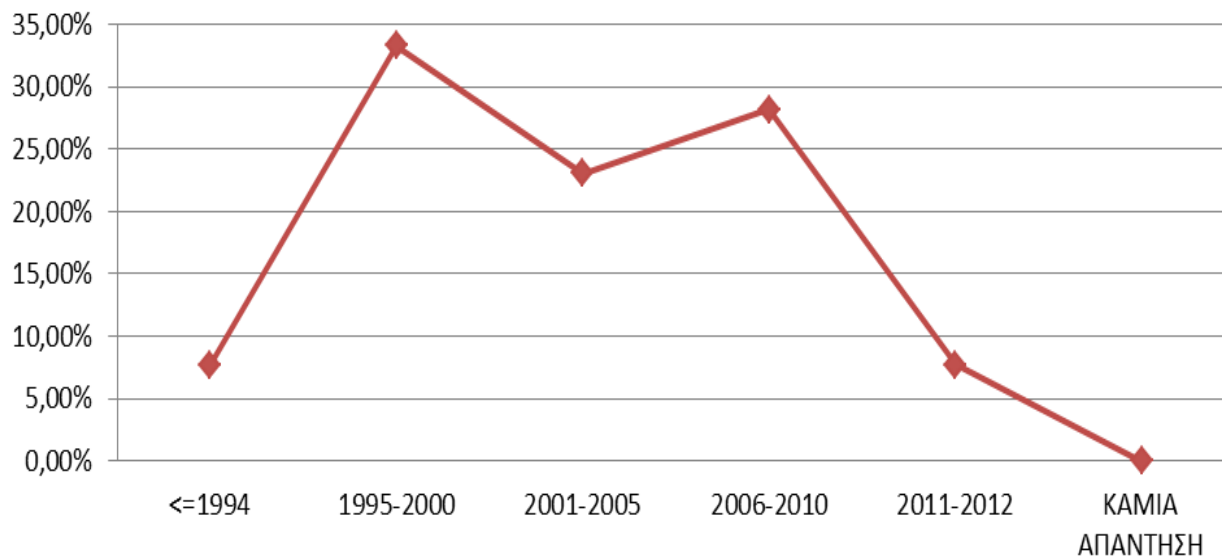
ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.1



Η δεύτερη ερώτηση, «**Ποιο είναι το έτος ίδρυσης της επιχείρησής σας;**», χωρίζεται σε **χρονολογίες** καθώς αναφέρεται στη χρονολογία ίδρυσης. Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειώσουμε ότι το διάστημα που παρατηρούνται οι περισσότερες συστάσεις/ ή ενάρξεις επιχειρήσεων είναι η δεκαετία '95-'10 (περίπου 23) ενώ συγκεντρώσαμε λιγότερες επιχειρήσεις που η έναρξη τους αφορά την χρονική περίοδο 1980 έως 1994 και 2011-2012 (6 συνολικά). Όπως και προηγουμένως, έτσι και εδώ χρησιμοποιήθηκε ανάλογος συμβολισμός των στηλών του πίνακα για την εφαρμογή του γραφήματος που απεικονίζεται παρακάτω. Ο πίνακας 6.2 στην τελευταία στήλη εμφανίζει το ποσοστό των επιχειρήσεων που ιδρύθηκε μέσα σε κάθε πενταετία και αυτό προκύπτει από τη δεύτερη στήλη που μετρά το πόσο συχνά εμφανίζεται στο δείγμα μας η κάθε περίπτωση της στήλης 3 (π.χ. 13 επιχειρήσεις ή ποσοστό 33,33% ιδρύθηκαν την πενταετία 1995-2000). Επίσης, πρέπει να γνωρίζουμε πως οι απαντήσεις που δόθηκαν από το δείγμα μας, ομαδοποιήθηκαν, σε πενταετίες κατά την κωδικοποίηση των απαντήσεων για τη διευκόλυνση μας στην διεξαγωγή των αποτελεσμάτων της έρευνας. Παρακάτω φαίνεται και το αντίστοιχο χρονοδιάγραμμα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.2

| Έτος Ίδρυσης (E1) (Κωδικοποίηση) | Απαντήσεις (Ανά κατηγορία (EnI)) | Περιγραφή | Ποσοστό Απαντήσεων |
|----------------------------------|----------------------------------|----------------|--------------------|
| 0 | 3 | <=1994 | 7,69% |
| 1 | 13 | 1995-2000 | 33,33% |
| 2 | 9 | 2001-2005 | 23,08% |
| 3 | 11 | 2006-2010 | 28,21% |
| 4 | 3 | 2011-2012 | 7,69% |
| 999 | 0 | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 0,00% |

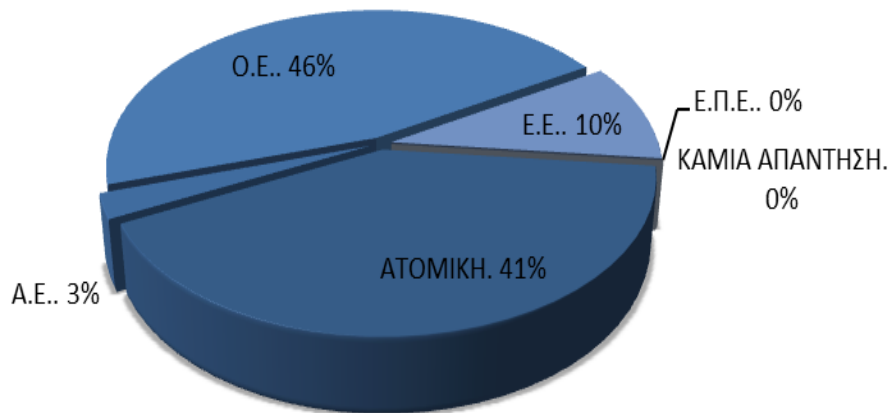
ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.2

Στην επόμενη ερώτηση «**Ποια είναι η νομική μορφή της επιχείρησής σας ;**», παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων είναι Ομόρρυθμες και Ατομικές ενώ το μικρότερο ποσοστό ανήκει σε Ανώνυμες εταιρείες. Όπως και στα προηγούμενα έτσι και εδώ η παρουσίαση των στηλών ακολουθεί την ίδια πολιτική, η πρώτη στήλη φέρει την κωδικοποίηση των απαντήσεων του δείγματος, η δεύτερη, μετρά τη συχνότητα των δεδομένων του δείγματος, στη τρίτη στήλη περιγράφονται οι κωδικοποιημένες απαντήσεις της πρώτης στήλης και τέλος έχουμε τα ποσοστά των απαντήσεων που προκύπτουν βάση αποτελεσμάτων της δεύτερης στήλης. Επίσης, παρουσιάζουμε ένα γράφημα- πίτα που να απεικονίζει τα στοιχεία του πίνακα, δηλαδή το ποσοστό των επιχειρήσεων που ανήκουν σε κάθε κατηγορία νομικής μορφής.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.3

| Νομική Μορφή (ΝΙ) (Κωδικοποίηση) | Απαντήσεις (Ανά κατηγορία (Ni)) | Περιγραφή | Ποσοστό Απαντήσεων |
|----------------------------------|---------------------------------|----------------|--------------------|
| 1 | 16 | ΑΤΟΜΙΚΗ | 41,03% |
| 2 | 1 | Α.Ε | 2,56% |
| 3 | 18 | Ο.Ε | 46,15% |
| 4 | 4 | Ε.Ε | 10,26% |
| 5 | 0 | Ε.Π.Ε | 0,00% |
| 999 | 0 | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 0,00% |

ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.3



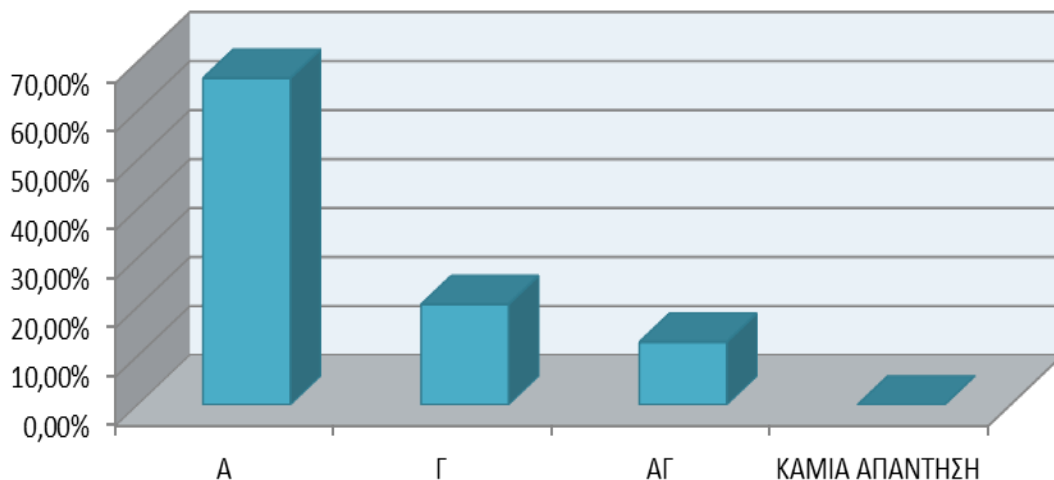
Έχοντας υπόψη μας την «ερώτηση 4», η οποία αναφέρεται **στο φύλο του εργοδότη**, οι άνδρες επιχειρηματίες (26 στο σύνολο τους) υπερिशύουν των γυναικών (8 στο σύνολο τους). Επιπλέον, έχουμε και ένα ποσοστό μικτών επιχειρήσεων (άνδρας και γυναίκα σε συνεργασία) το οποίο ανέρχεται στο 12,82% του δείγματος. Η απεικόνιση των παραπάνω γίνεται στον πίνακα 6.4 που ακολουθεί, η δομή του οποίου είναι ίδια με εκείνη των προηγούμενων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.4

| Φύλο Εργοδότη (ΦΙ) (Κωδικοποίηση) | Απαντήσεις (Ανά κατηγορία (Φνι)) | Περιγραφή | Ποσοστό Απαντήσεων |
|-----------------------------------|----------------------------------|----------------|--------------------|
| 1 | 26 | Α | 66,67% |
| 2 | 8 | Γ | 20,51% |
| 3 | 5 | ΑΓ | 12,82% |
| 999 | 0 | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 0,00% |

Το αντίστοιχο γράφημα που παρουσιάζεται παρακάτω, απεικονίζει το ποσοστό Ανδρών και Γυναικών επιχειρηματιών που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο. Το σύμβολο «Α» αντικαθιστά τον ιδιοκτήτη Άνδρα, το «Γ» συμβολίζει την γυναίκα εργοδότη και τέλος το «ΑΓ» είναι το σύμβολο των μικτών. Η πρόταση «ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ» αναφέρεται σε όσες επιχειρήσεις του δείγματος δεν απάντησαν στην ερώτηση που αφορά το φύλο του εργοδότη.

ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.4



Στη συνέχεια, ακολουθεί η ερώτηση που αφορά την κρίση του εργοδότη σχετικά με το πόσο σημαντικό ρόλο παίζει το φύλο του εργαζόμενου ως προς την απόδοση της εργασίας που προσφέρει στην επιχείρηση. «**Παίζει σημαντικό ρόλο το φύλο του προσωπικού;**». Πολλοί επιχειρηματίες θεωρούν αρκετά σημαντικό το φύλο του εργαζόμενου λόγω κάποιων διαφορετικών χαρακτηριστικών που παρουσιάζουν τα δύο φύλα στο θέμα της εργασίας, αυτό οφείλεται κυρίως στον επαγγελματικό διαχωρισμό που αφορά στη συγκέντρωση ανδρών και γυναικών σε διαφορετικά επαγγέλματα. Ο διαχωρισμός αυτός «παύει να υφίσταται όταν η αναλογία ανδρών και γυναικών σε κάθε επάγγελμα είναι ίδια με την αναλογία των φύλων στη συνολική απασχόληση» (Ντερμανάκης 2005).

Ο επαγγελματικός διαχωρισμός διακρίνεται σε **οριζόντιο και κάθετο**[Vertical –Horizontal Segregation]. Ο μεν πρώτος αφορά την παρουσία ανδρών και γυναικών σε συγκεκριμένους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, ενώ ο δεύτερος στις διαφορετικές θέσεις ιεραρχίας ανδρών και γυναικών στο εσωτερικό των κλάδων. Στην Ελλάδα ένα ποσοστό 65% απασχολείται στους κλάδους: της γεωργίας, το λιανικό εμπόριο, την εκπαίδευση, την υγεία και πρόνοια, τη δημόσια διοίκηση, τα ξενοδοχεία και εστιατόρια. Συγκριτικά με άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, παρατηρούμε ότι υπάρχει μεγαλύτερο ποσοστό γυναικών που απασχολείται στον αγροτικό τομέα, ενώ είναι έντονη η προτίμηση τους για το δημόσιο τομέα που τους επιτρέπει να ανταποκρίνονται πληρέστερα στις επαγγελματικές τους υποχρεώσεις (Γιδαράκου, κά 2005). Επιβεβαιώνεται έτσι η ύπαρξη οριζόντιου διαχωρισμού που αναπαράγει τη διάκριση σε «ανδρικά» και «γυναικεία» επαγγέλματα, οδηγεί στον αποκλεισμό των γυναικών από κάποια επαγγέλματα και τη συγκέντρωσή τους σε χαμηλά αμειβόμενες εργασίες γεγονός που αποτελεί εμπόδιο στη μείωση της ανεργίας.

Ο Ντερμανάκης (2005) μάλιστα τονίζει τη σαφή συνάρτηση των εκπαιδευτικών επιλογών με τον επαγγελματικό διαχωρισμό προς τον κάθετο διαχωρισμό, τεκμηριώνεται ότι παρά τις

σημαντικές αλλαγές που έχουν σημειωθεί με την μαζική είσοδο των γυναικών στην αγορά εργασίας, και παρά τη διείσδυσή τους σε χώρους σε επαγγέλματα, ειδικεύσεις και θέσεις της επαγγελματικής ιεραρχίας από τις οποίες ήταν στο παρελθόν αποκλεισμένες, σε ευρωπαϊκό επίπεδο η πρόσβαση των γυναικών στα υψηλότερα κλιμάκια είναι περιορισμένη ακόμη και στα επαγγέλματα που γυναικοκρατούνται. Γίνεται επομένως προφανής η ύπαρξη εμποδίων που καθυστερούν ή και αποκλείουν την επαγγελματική εξέλιξη των γυναικών **γυάλινη οροφή** [glass Ceiling] (Ο όρος "Γυάλινη οροφή" υιοθετήθηκε το 1986 από δημοσιογράφους της εφημερίδας Wall Street Journal με στόχο να περιγράψουν τα τεχνητά ή αόρατα εμπόδια, βασισμένα σε απόψεις και προκαταλήψεις, που επιβραδύνουν ή σταματούν την επαγγελματική ανέλιξη των γυναικών στις ανώτερες και ανώτατες θέσεις της ιεραρχίας των επιχειρήσεων.

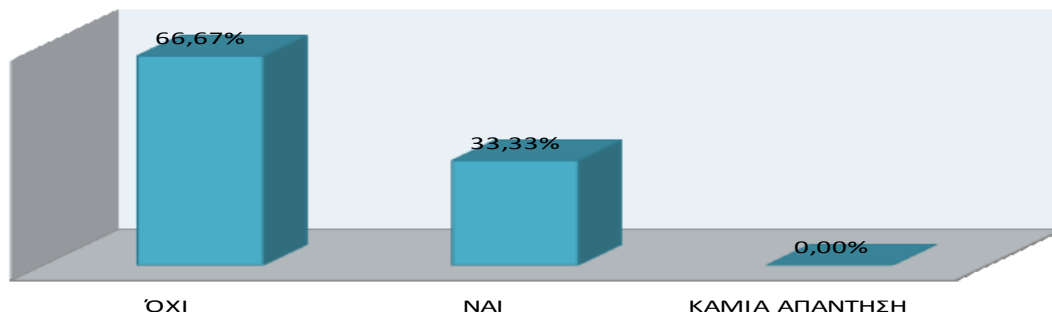
Ο γενικός δείκτης της "Γυάλινης Οροφής" έχει τιμή 2, και αντίστοιχα, ο ειδικός δείκτης της "Γυάλινης Οροφής" ή δείκτης της "Γυάλινης Οροφής" των ανωτέρων στελεχών φτάνει περίπου στο 1,4, γεγονός που υποδηλώνει ότι η συμμετοχή των γυναικών στις ανώτατες μισθολογικά - ιεραρχικά θέσεις εργασίας των επιχειρήσεων καλύπτει μόλις το 49% των ανώτατων θέσεων εργασίας από αυτές που τους αναλογούν βάσει της συμμετοχής τους στη συνολική απασχόληση των επιχειρήσεων. Είναι χαρακτηριστικό ότι το εύρος της "γυάλινης Οροφής" εμφανίζεται να αυξάνεται όσο μεγαλύτερο είναι το μέγεθος της επιχείρησης.). Ο Ντερμανάκης (2004) επιβεβαιώνει την ύπαρξη στην Ελλάδα εκτεταμένου στρώματος γυάλινης οροφής στις επιχειρήσεις όλων των κλάδων, ενώ η ένταση του διαχωρισμού αυξάνεται στις μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Τα στοιχεία λοιπόν που καταφέραμε να συλλέξουμε από το δείγμα των 39 επιχειρήσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο που τους δόθηκε είναι τα εξής:

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5

| Φύλο Προσωπικού (ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ) (Σi) (Κωδικοποίηση) | Απαντήσεις (Ανά κατηγορία (Σi)) | Περιγραφή | Ποσοστό Απαντήσεων |
|---|------------------------------------|----------------|--------------------|
| 0 | 26 | ΟΧΙ | 66,67% |
| 1 | 13 | ΝΑΙ | 33,33% |
| 99 | 0 | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 0,00% |

Στην ερώτηση αυτή το δείγμα μας είχε την επιλογή ΝΑΙ ή ΟΧΙ. Αν ο εργοδότης θεωρεί σημαντικό το φύλο του απασχολούμενου σημειώνει «ΝΑΙ» αλλιώς «ΟΧΙ».

ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.5



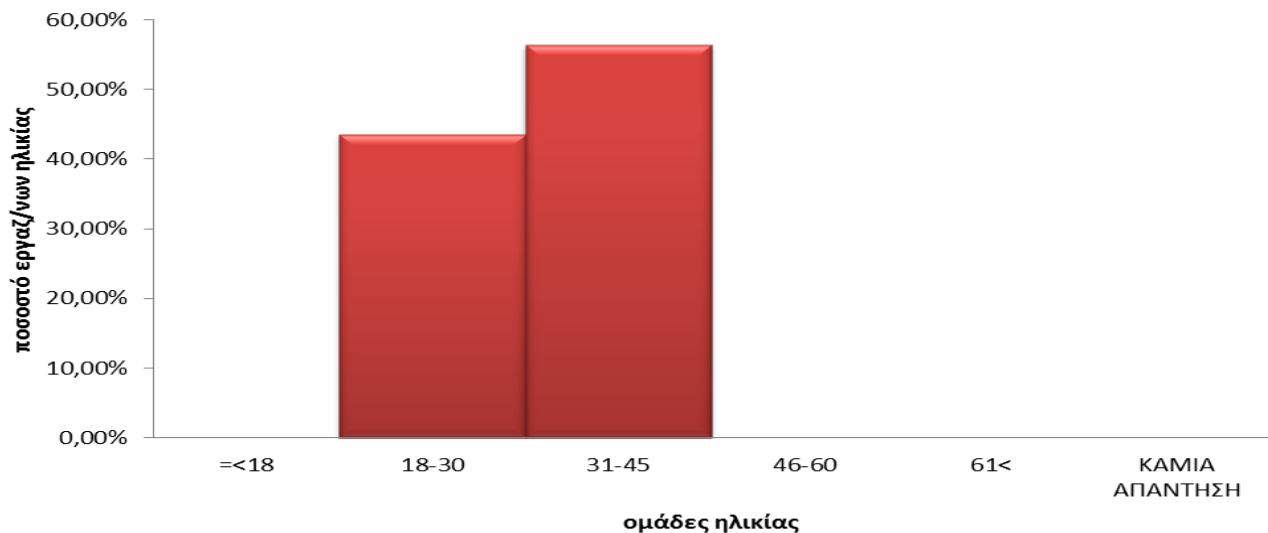
Η ερώτηση που ακολουθεί, «Σαν μέσος όρος για την ηλικία των εργαζομένων που απασχολεί η επιχείρησή σας;» είναι η ερώτηση 9. Στον πίνακα παρουσιάζουμε τέσσερις διαφορετικές ομάδες ηλικίας στις οποίες ανήκουν τα άτομα που απασχολούνται σε κάθε επιχείρηση και ανάλογα με την ηλικία των εργαζομένων επιλέγεται από τον εργοδότη η αντίστοιχη απάντηση.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.6

| Ηλικία Εργαζομένων (Hi) (Κωδικοποίηση) | Απαντήσεις (Ανά κατηγορία (Hi)) | Περιγραφή | Ποσοστό Απαντήσεων |
|--|---------------------------------|----------------|--------------------|
| 1 | 0 | =<18 | 0,00% |
| 2 | 17 | 18-32 | 43,59% |
| 3 | 22 | 31-45 | 56,41% |
| 4 | 0 | 46-60 | 0,00% |
| 5 | 0 | 61< | 0,00% |
| 999 | 0 | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 0,00% |

Και ακολουθεί η γραφική παράσταση του παραπάνω πίνακα. Έτσι, από τα δεδομένα παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων του δείγματος απασχολεί προσωπικό ηλικίας 18-45 ετών με μεγαλύτερη βαρύτητα στις ηλικίες 31-45 ετών.

ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.6



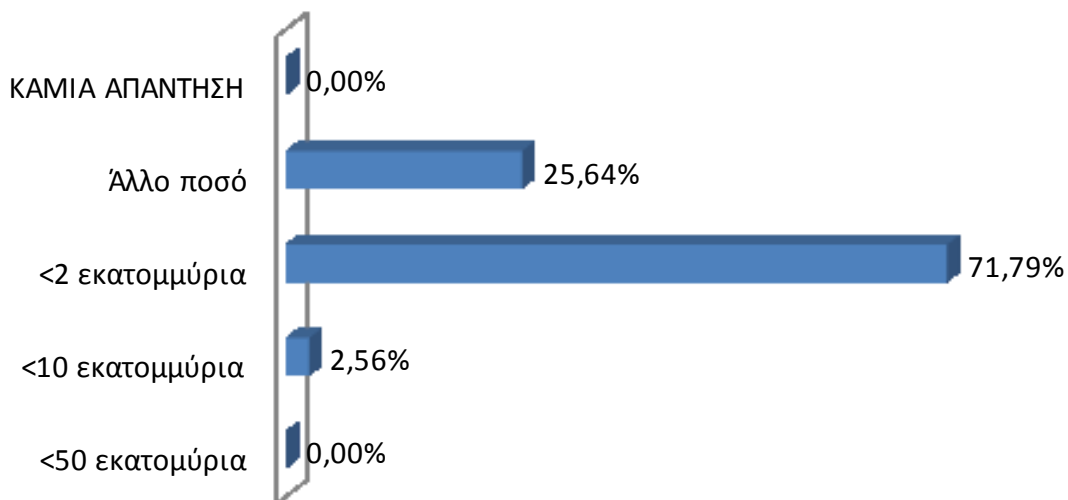
Στον πίνακα 6.7 φαίνονται τα αποτελέσματα της ερώτησης «13. Ποιο είναι το ύψος του ετήσιου τζίρου ;». Εδώ οι περισσότερες επιχειρήσεις εμφανίζουν τζίρο μικρότερο των 2 εκ.(<2 εκατομμυρίων ευρώ) (δηλαδή το 71.79% του δείγματος έχει τζίρο <2 εκατομμυρίων). Στη

συνέχεια βλέπουμε το διάγραμμα που φέρει τα αποτελέσματα του πίνακα 6.7. Στο σημείο που αναφέρεται το «Άλλο ποσό» σε κάθε επιχείρηση δινόταν η ευκαιρία όχι μόνο να επιλέξει αυτή την επιλογή αλλά και να γράψει το ποσό που αντιστοιχεί στον ετήσιο τζίρο της (η 3^η επιχ/ση είχε τζίρο 160.000.000, η 9^η επιχ/ση είχε τζίρο 300.000.000 και ανήκει στις δύο επιχειρήσεις του δείγματος που σημείωσαν τον μεγαλύτερο τζίρο, η 12^η σημείωσε τζίρο 174.000, η 19^η επιχ/ση σημείωσε 233.000, ο τζίρος της 24^{ης} επιχ/σης ήταν 150.000, της 27^{ης} ήταν 258.500 ενώ η επιχείρηση που σημείωσε το μικρότερο τζίρο ήταν η 25^η με 50.000 ευρώ). Είναι σημαντικό να τονίσουμε πως για την διευκόλυνση μας ως προς την συγκέντρωση των απαντήσεων και των δεδομένων του δείγματος πριν την επεξεργασία των ερωτηματολογίων που απαντήθηκαν, αριθμήσαμε τα ερωτηματολόγια με βάση τη σειρά (χρονολογική ταξινόμηση) που τα παραλάβαμε από τις επιχειρήσεις.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.7

| Ετήσιος Τζίρος (Zi) (Κωδικοποίηση) | Απαντήσεις (Ανά κατηγορία (Zi)) | Περιγραφή | Ποσοστό Απαντήσεων |
|------------------------------------|---------------------------------|------------------|--------------------|
| 1 | 0 | < 50 εκατομμύρια | 0,00% |
| 2 | 1 | < 10 εκατομμύρια | 2,56% |
| 3 | 28 | < 2 εκατομμύρια | 71,79% |
| 4 | 10 | Άλλο ποσό | 25,64% |
| 999 | 0 | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 0,00% |
| SUM | 39 | | 100,00% |

ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.7



Στην παρακάτω ερώτηση που αφορά **το μορφωτικό επίπεδο των εργαζομένων** (ερώτηση 10) που απασχολεί η επιχείρηση οι συμμετέχοντες στην έρευνα, του ερωτηματολογίου, είχαν τη δυνατότητα επιλογής μιας τουλάχιστον απάντησης από αυτές που δόθηκαν προς επιλογή. Όσον αφορά τον παρακάτω πίνακα και το γράφημα του, είναι αναγκαίο να γνωρίζουμε ότι, μια επιχείρηση του δείγματος είναι δυνατόν να απασχολεί εργαζόμενους οπου το μορφωτικό επίπεδο του καθ' ενός να διαφέρει από εκείνο των υπολοίπων, με αποτέλεσμα μια επιχείρηση να έχει δώσει περισσότερες από μία απαντήσεις.

Έτσι λοιπόν στον παρακάτω πίνακα τα ποσοστά που βρήκαμε, για κάθε πιθανή απάντηση, αναλύονται ξεχωριστά. Κάθε φορά ορίζουν το ποσοστό των επιχειρήσεων που απασχολούν εργαζόμενους με ένα τουλάχιστον είδος εκπαίδευσης και δεν εμφανίζεται, για παράδειγμα, αν μια επιχείρηση απασχολεί εργαζόμενους δυο τουλάχιστον διαφορετικών ειδών εκπαίδευσης καθώς και το πόσες ανήκουν σε αυτήν την κατηγορία. Αυτό συμβαίνει γιατί κυρίως μας ενδιαφέρει να γνωρίζουμε τον Μ.Ο. της εκπαίδευσης των εργαζομένων.

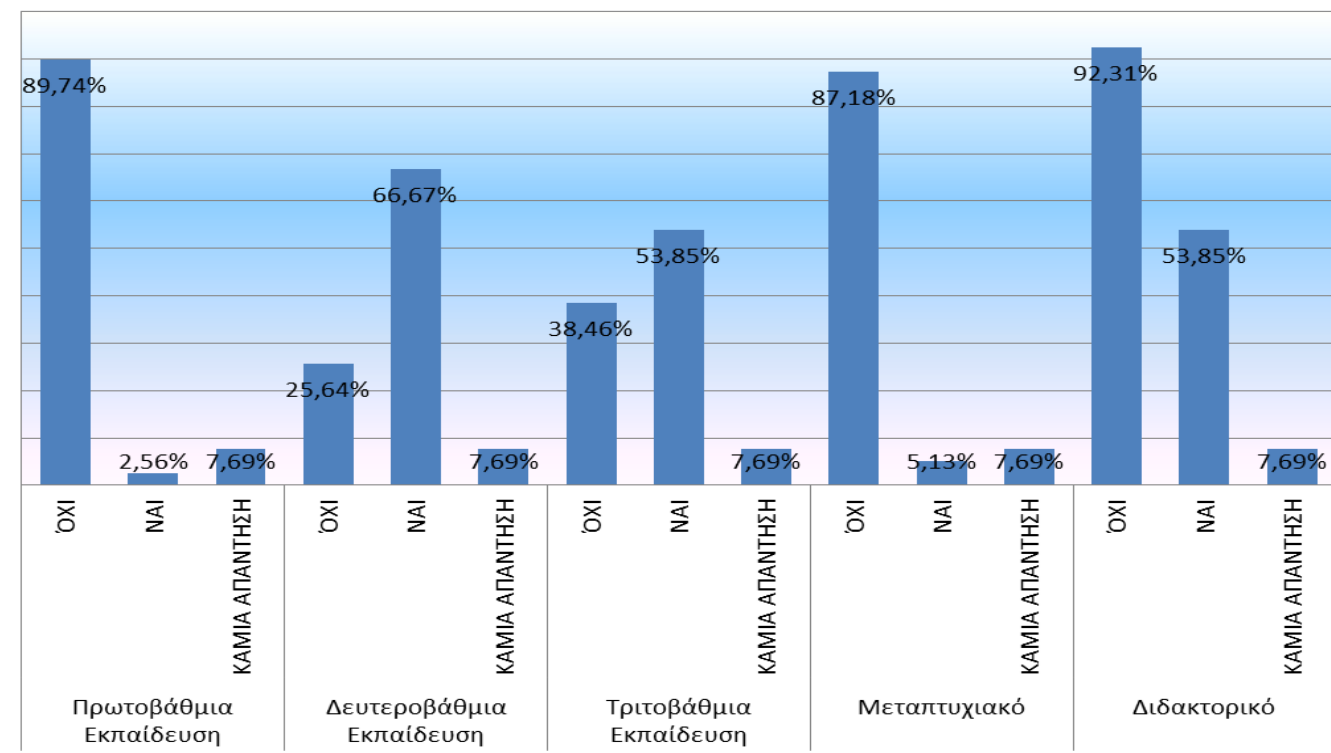
Ο πίνακας εδώ διαφέρει από τους προηγούμενους ως προς τη δομή και αυτό συνέβη γιατί η ερώτηση είναι πολλαπλής επιλογής με αποτέλεσμα να έχει περισσότερα δεδομένα και να πρέπει να χωριστούν σε περισσότερες στήλες και γραμμές καθώς υπάρχουν περισσότερες μεταβλητές προς μελέτη. Έτσι λοιπόν στον πίνακα έχουμε φτιάξει τρεις διαφορετικές γραμμές, που βρίσκονται στη δεύτερη στήλη, με τις πιθανές απαντήσεις (ΝΑΙ, ΟΧΙ, ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ) για κάθε είδος εκπαίδευσης. Όπως βλέπουμε στη πρώτη στήλη, που αντιπροσωπεύει την ερώτηση δέκα του ερωτηματολογίου με τα αντίστοιχα πεδία της. Στη συνέχεια υπάρχει στήλη που αφορά τις κωδικοποιημένες απαντήσεις (δηλαδή, τους κωδικούς που χρησιμοποιήθηκαν για την διεξαγωγή των αποτελεσμάτων). Επόμενη, και τέταρτη στη σειρά στήλη, αφορά το σύνολο των απαντήσεων του δείγματος για κάθε περίπτωση. Ενώ στη τελευταία στήλη, μετράται το σύνολο των απαντήσεων, % ,των οικονομικών μονάδων που συμμετείχαν στην έρευνα (για παράδειγμα, στο 100% του δείγματος, ένα 2.56% δήλωσε ότι απασχολεί εργαζόμενους με πρωτοβάθμια εκπαίδευση, ενώ το 7.69% δεν απάντησαν στην ερώτηση κ. ο. κ.).

Την επιλογή «ΟΧΙ» η οποία συμβολίζει τις απαντήσεις που δεν κυκλώθηκαν, την εντάξαμε κατά την κωδικοποίηση και επεξεργασία του δείγματος προς διευκόλυνση για την διεξαγωγή των δεδομένων του γραφήματος (π.χ. μια επιχείρηση που απάντησε (ΝΑΙ) ότι απασχολεί μόνο προσωπικό δευτεροβάθμιας και τριτοβάθμιας εκπαίδευσης δεν απασχολεί, απαραίτητα και άτομα με τα υπόλοιπα είδη εκπαίδευσης, άρα σημείωσε ή θεωρούμε ότι σημείωσε «ΟΧΙ» σε αυτά τα πεδία, αντίστοιχα μια επιχείρηση που απασχολεί εργαζόμενους με πρωτοβάθμια εκπαίδευση μπορεί να απασχολεί και εργαζόμενους μεταπτυχιακού, συνεπώς έχει επιλέξει μόνο δύο απαντήσεις, πρώτο/μια εκπαίδευση και μεταπτυχιακό). Τέλος, στο γράφημα φαίνεται το είδος της εκπαίδευσης πόσες φορές εμφανίζεται σε όλο το εύρος του δείγματος.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.8

| | Περιγραφή | Κωδικοποιημένες απαντήσεις | Απαντήσεις (Xi) | Ποσοστό επί των απαντήσεων (Xi) |
|--------------------------|----------------|----------------------------|-----------------|---------------------------------|
| Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση | ΟΧΙ | 0 | 35 | 89,74% |
| | ΝΑΙ | 1 | 1 | 2,56% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 99 | 3 | 7,69% |
| Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση | ΟΧΙ | 0 | 10 | 25,64% |
| | ΝΑΙ | 1 | 26 | 66,67% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 3 | 7,69% |
| Τριτοβάθμια Εκπαίδευση | ΟΧΙ | 0 | 15 | 38,46% |
| | ΝΑΙ | 1 | 21 | 53,85% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 3 | 7,69% |
| Μεταπτυχιακό | ΟΧΙ | 0 | 34 | 87,18% |
| | ΝΑΙ | 1 | 2 | 5,13% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 3 | 7,69% |
| Διδακτορικό | ΟΧΙ | 0 | 36 | 92,31% |
| | ΝΑΙ | 1 | 21 | 53,85% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 3 | 7,69% |

ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.8



Παρακάτω, για να διευκολύνουμε την κωδικοποίηση της ερώτησης «**Κάνετε χρήση τεχνολογιών πληροφόρησης στην επιχείρησή σας (ΤΠΕ) ;**», η οποία αποσκοπεί στην έκδοση των αποτελεσμάτων της έρευνας που χρειαζόμαστε για την λήψη ορθών συμπερασμάτων, χρησιμοποιήσαμε τους εξής κωδικούς: τον αριθμό «0» για **καθόλου** χρήση των (ΤΠΕ), τον αριθμό «1» για χρήση αυτών **από την έναρξη** των δραστηριοτήτων της επιχείρησης, τον αριθμό «2» για χρήση των (ΤΠΕ) **στη συνέχεια** και το «999» στις περιπτώσεις που **δεν δόθηκε απάντηση** (είτε δεν απαντήθηκε καθόλου η ερώτηση είτε δεν σημειώθηκε καμία απάντηση σε ένα τουλάχιστον κουτάκι) από τον ερωτούμενο εργοδότη. Εδώ παρατηρούμε ότι όλες οι

επιχειρήσεις, ανεξάρτητου μεγέθους και ύψους των κερδών τους, κάνουν χρήση των (ΤΠΕ) είτε στην αρχή της λειτουργίας τους είτε στην συνέχεια.

Αυτό ίσως σημαίνει ότι τα (ΤΠΕ) παίζουν αρκετά σημαντικό ρόλο για την επιβίωση της επιχείρησης ως προς τις κοινωνικές και συναλλαγματικές της υποχρεώσεις αφού τα (ΤΠΕ) είναι αναγκαία για πολλούς λόγους, για τη διαφήμιση και προβολή της οικονομικής μονάδας και των προϊόντων της, για την επικοινωνία και την συναλλαγή με τους προμηθευτές και τους πελάτες της, για τον έλεγχο των διαφόρων τμημάτων που την απαρτίζουν από την παραγωγή έως και την μεταποίηση κ. ο. κ.

Τα (ΤΠΕ) που χρησιμοποιήσαμε στο δείγμα μας είναι από τα πιο γνωστά όπως ηλεκτρονική αλληλογραφία, ιστοσελίδα, fax και λογισμικό προμηθειών. Αξίζει όμως να τονίσουμε, ότι μια από τις επιχειρήσεις του δείγματος μας εκτός αυτών των (ΤΠΕ), κατά την διάρκεια της λειτουργίας της σημείωσε πως χρησιμοποιεί και άλλο ένα είδος Τεχνολογίας, το οποίο λέγεται Σύστημα Παραγγελιών Πελατών και Προμηθευτών, επειδή δεν ήταν εύκολη η καταχώρηση αυτού του είδους στον παρακάτω πίνακα και στο γράφημα που δημιουργήσαμε είμαστε υποχρεωμένες παρά ταύτα να το επισημάνουμε στις παρατηρήσεις μας.

Εν συνεχεία αναρτάται και το αντίστοιχο γράφημα, το οποίο μας διευκολύνει στην κατανόηση των προς επεξεργασία δεδομένων που συλλέξαμε από το δείγμα των 39 επιχειρήσεων οι οποίες συμμετείχαν στην έρευνα. Όπως παρατηρήθηκε παραπάνω, ο πίνακας ακολουθεί παρόμοια δομική ανάλυση με τον πίνακα 6.8 καθώς η ερώτηση περιέχει αρκετά δεδομένα πολλαπλών επιλογών.

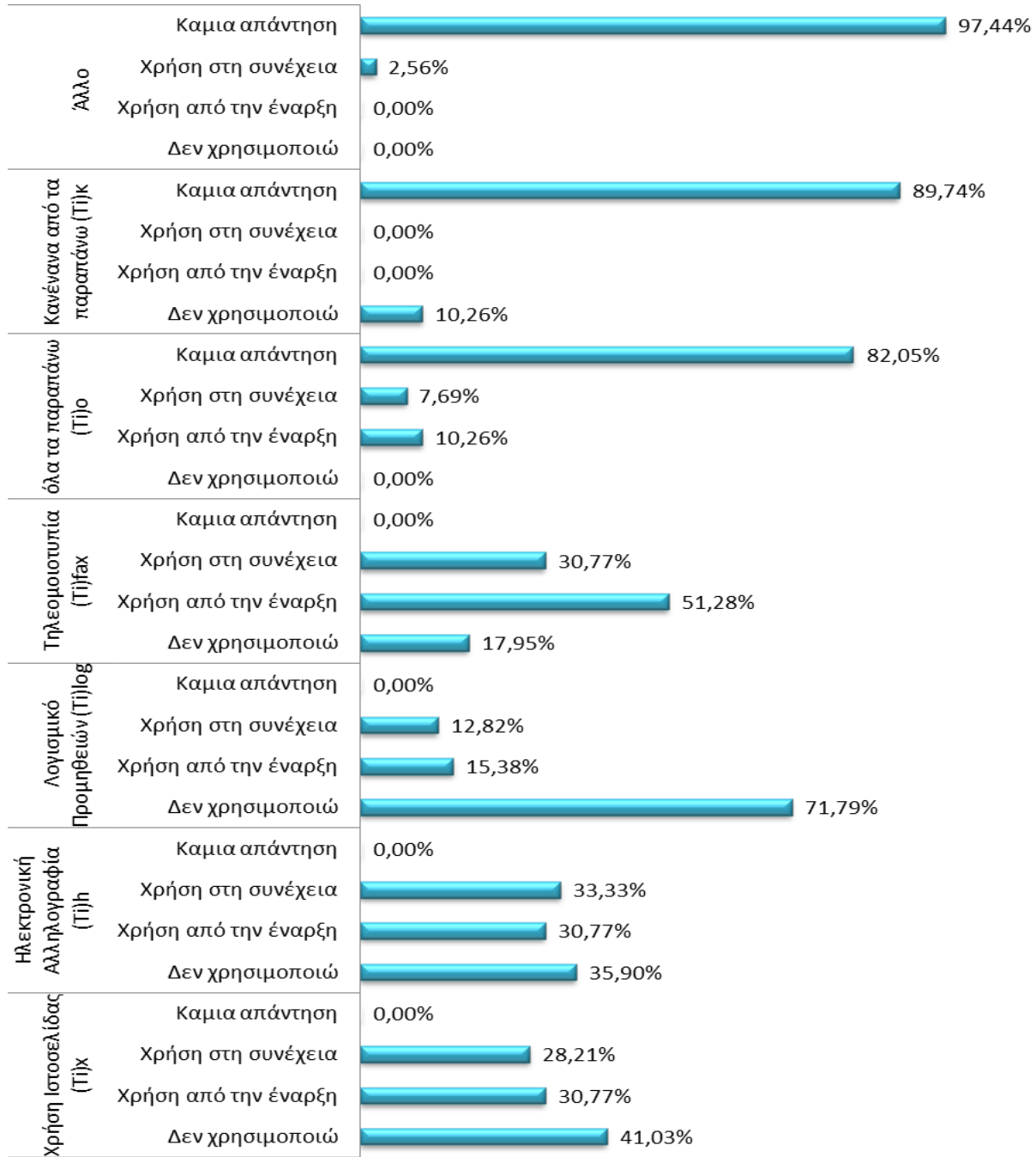
Το παράδειγμα που ακολουθεί δίνεται με σκοπό την κατανόηση του πίνακα. Στην πρώτη περίπτωση λοιπόν, **την χρήση ιστοσελίδας**, από το 100% του δείγματος, ένα ποσοστό 30,77% έκανε χρήση ιστοσελίδας στο διαδίκτυο από την έναρξη των δραστηριοτήτων του, ένα άλλο ποσοστό 28% περίπου, ακολούθησε την τακτική αυτή στη πορεία και το υπόλοιπο 41.03% δεν έχει ιστοσελίδα στο Internet κ. ο. κ.

Από τον πίνακα και το αντίστοιχο γράφημα, συμπεραίνουμε ότι η χρήση ΤΠΕ είναι απαραίτητη και υιοθετείται από το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.9

| Χρήση Τεχνολογιών Πληροφόρησης (Ti) | Πιθανές Απαντήσεις | Κωδικοποιημένες Απαντήσεις | Αριθμός Απαντήσεων | Ποσοστό απαντήσεων που συγκεντρώθηκαν από το δείγμα μας |
|--|---------------------------|-----------------------------------|---------------------------|--|
| Χρήση Ιστοσελίδας (Ti)x | Δεν χρησιμοποιώ | 0 | 16 | 41,03% |
| | Χρήση από την έναρξη | 1 | 12 | 30,77% |
| | Χρήση στη συνέχεια | 2 | 11 | 28,21% |
| | Καμία απάντηση | 999 | 0 | 0,00% |
| Ηλεκτρονική Αλληλογραφία (Ti)h | Δεν χρησιμοποιώ | 0 | 14 | 35,90% |
| | Χρήση από την έναρξη | 1 | 12 | 30,77% |
| | Χρήση στη συνέχεια | 2 | 13 | 33,33% |
| | Καμία απάντηση | 999 | 0 | 0,00% |
| Λογισμικό Προμηθειών (Ti)log | Δεν χρησιμοποιώ | 0 | 28 | 71,79% |
| | Χρήση από την έναρξη | 1 | 6 | 15,38% |
| | Χρήση στη συνέχεια | 2 | 5 | 12,82% |
| | Καμία απάντηση | 999 | 0 | 0,00% |
| Τηλεομοιοτυπία (Ti)fax | Δεν χρησιμοποιώ | 0 | 7 | 17,95% |
| | Χρήση από την έναρξη | 1 | 20 | 51,28% |
| | Χρήση στη συνέχεια | 2 | 12 | 30,77% |
| | Καμία απάντηση | 999 | 0 | 0,00% |
| Όλα τα παραπάνω (Ti)o | Δεν χρησιμοποιώ | 0 | 0 | 0,00% |
| | Χρήση από την έναρξη | 1 | 4 | 10,26% |
| | Χρήση στη συνέχεια | 2 | 3 | 7,69% |
| | Καμία απάντηση | 999 | 32 | 82,05% |
| Κανένα από τα παραπάνω (Ti)κ | Δεν χρησιμοποιώ | 0 | 4 | 10,26% |
| | Χρήση από την έναρξη | 1 | 0 | 0,00% |
| | Χρήση στη συνέχεια | 2 | 0 | 0,00% |
| | Καμία απάντηση | 999 | 35 | 89,74% |
| Άλλο | Δεν χρησιμοποιώ | 0 | 0 | 0,00% |
| | Χρήση από την έναρξη | 1 | 0 | 0,00% |
| | Χρήση στη συνέχεια | 2 | 1 | 2,56% |
| | Καμία απάντηση | 999 | 38 | 97,44% |

ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.9



Η επόμενη ερώτηση που θα μας απασχολήσει είναι η εξής: «**Ποια είναι τα σημαντικότερα προβλήματα, αν υπάρχουν, που αντιμετωπίζει η επιχείρησή σας ;**». Όπως θα δούμε και στα επόμενα, η δομή του κάθε πίνακα που αναλύει τα δεδομένα και τις απαντήσεις της έρευνας είναι σχεδόν ίδια, καθώς οι ερωτήσεις είναι πολλαπλού περιεχομένου και αποτελούνται από περισσότερα πεδία.

Στο πίνακα 6.10 μετράμε τις απαντήσεις που δόθηκαν σχετικά με τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι σύγχρονες μικρό μεσαίες (ή ακόμη και οι μεγαλύτερες) επιχειρήσεις στο δύσκολο περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται. Τα σημαντικότερα απ' αυτά τα προβλήματα, είναι η στελέχωση ανθρώπινου δυναμικού, η έλλειψη ρευστότητας και εξοπλισμού, η γραφειοκρατία, η μειωμένη πελατεία, ο ανταγωνισμός, η προβολή/ και επικοινωνιακή πολιτική και τέλος τα νομικά/ φοροτεχνικά. Τα τελευταία δεν αποτελούν το σημαντικότερο πρόβλημα. Αντίθετα, η μείωση πελατών, η ανταγωνιστικότητα και η έλλειψη ρευστού διαθέσιμου, αποτελούν «Αρκετά» σημαντικό πρόβλημα (αν όχι «Πολύ» ή «Πάρα πολύ» σημαντικό).

Διαβάζοντας λοιπόν τον παρακάτω πίνακα, παρατηρούμε ότι η στελέχωση ανθρώπινου δυναμικού για τις περισσότερες επιχειρήσεις του δείγματος δεν αποτελεί σημαντικό πρόβλημα, αφού το μεγαλύτερο ποσοστό (61,54%) των απαντήσεων συγκεντρώνεται στην απάντηση «Καθόλου» σημαντικό και ακολουθεί η απάντηση «Λίγο» σημαντικό με ποσοστό 23%, περίπου. Ελάχιστες είναι εκείνες οι επιχειρήσεις που θεωρούν ότι η στελέχωση ανθρώπινου δυναμικού είναι «Αρκετά» σημαντικό πρόβλημα.

Ακόμα, πρόβλημα για τις σύγχρονες επιχειρήσεις αποτελεί η ρευστότητα, αφού από το δείγμα τουλάχιστον ένα ποσοστό περίπου 51%, δήλωσε την έλλειψη ρευστότητας ως ένα «Αρκετά» ή «Πάρα πολύ» σημαντικό πρόβλημα.

Η έλλειψη εξοπλισμού, ως φαίνεται από την πραγματοποιηθείσα έρευνα, δεν είναι από τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι σύγχρονες επιχειρήσεις. Το μεγαλύτερο ποσοστό των απαντήσεων συγκεντρώνεται στην απάντηση «Καθόλου», με ποσοστό περίπου 59%. Οι οικονομικές μονάδες που θεωρούν ότι είναι «Λίγο» σημαντικό πρόβλημα ανήκουν σε ποσοστό 36% περίπου και μόνο ένα 2.56 % πιστεύει ότι είναι αρκετά σημαντικό πρόβλημα. Το ποσοστό αυτό είναι αρκετά μικρό για το δείγμα μας.

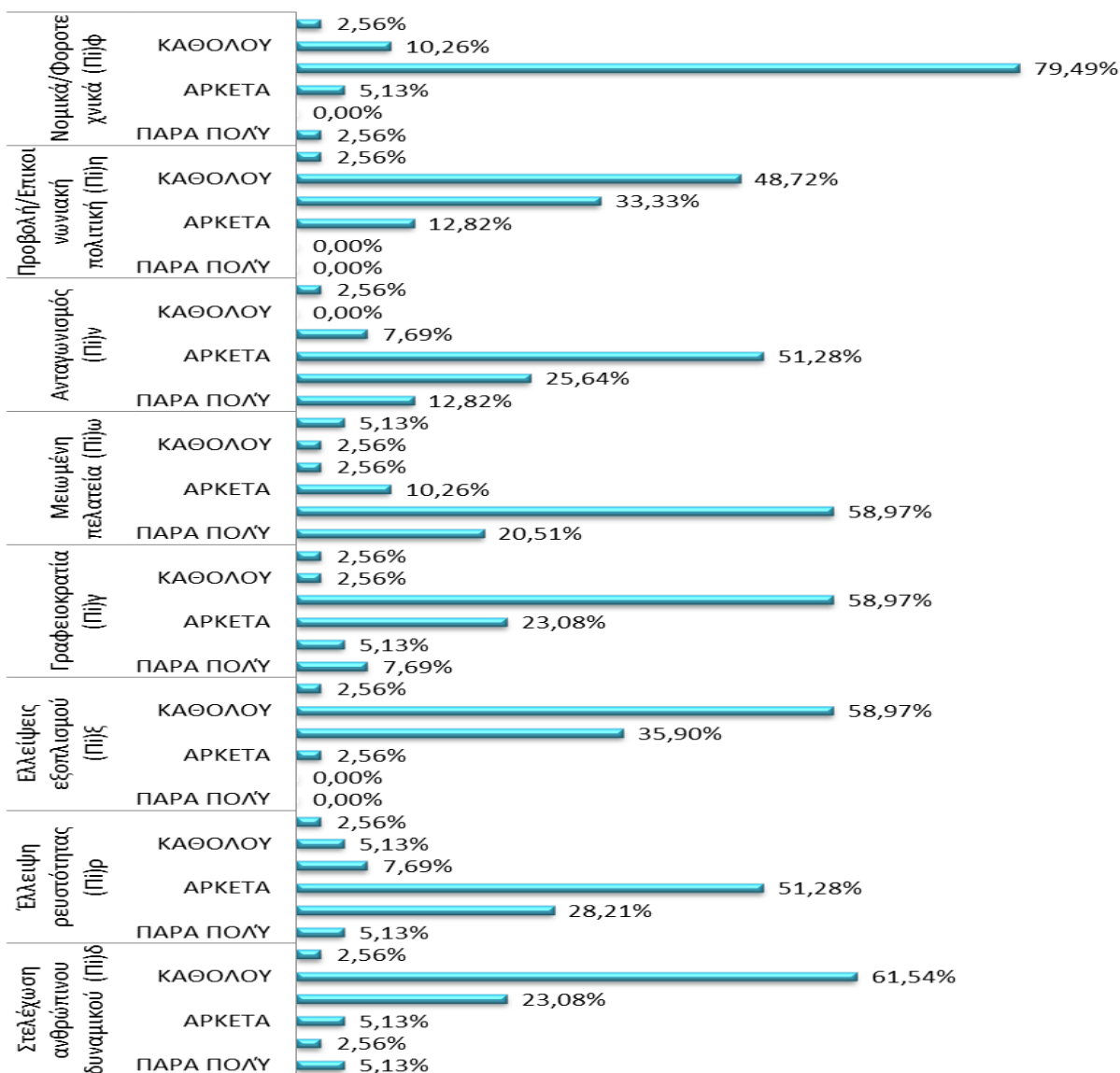
Επόμενο πρόβλημα είναι η **γραφειοκρατία** (φαινόμενο στο οποίο μια οργάνωση λειτουργεί με ιεραρχική διοίκηση και κάθε θέση έχει αυστηρά προσδιορισμένες αρμοδιότητες). Βάση των απαντήσεων που δόθηκαν από το 59% των επιχειρήσεων του δείγματος, η γραφειοκρατία φαίνεται να μην αποτελεί σημαντικό πρόβλημα. Από την άλλη τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις είναι η «Μείωση Πελατών» και ο «Ανταγωνισμός». Τέλος, τα δύο τελευταία, ενώ δεν είναι «πάρα πολύ» σημαντικά προβλήματα, θεωρούνται αρκετά σημαντικά, όπως συμπεραίνουμε από τις απαντήσεις που λάβαμε για την έκδοση των αποτελεσμάτων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.10

| | Πιθανές Απαντήσεις | Κωδικοποιημένες Απαντήσεις | Αριθμός Απαντήσεων | Ποσοστό απαντήσεων που συγκεντρώθηκαν από το δείγμα μας |
|---|-------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|--|
| Στελέχωση ανθρώπινου δυναμικού (Πι)δ | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 2 | 5,13% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 1 | 2,56% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 2 | 5,13% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 9 | 23,08% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 24 | 61,54% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Έλλειψη ρευστότητας (Πι)ρ | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 2 | 5,13% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 11 | 28,21% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 20 | 51,28% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 3 | 7,69% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 2 | 5,13% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Ελλείψεις εξοπλισμού (Πι)ξ | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 0 | 0% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 0 | 0% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 1 | 2,56% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 14 | 35,90% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 23 | 58,97% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Γραφειοκρατία (Πι)γ | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 3 | 7,69% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 2 | 5,13% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 9 | 23,08% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 23 | 58,97% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 1 | 2,56% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Μειωμένη πελατεία (Πι)ω | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 8 | 20,51% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 23 | 58,97% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 4 | 10,26% |
| Μειωμένη πελατεία (Πι)ω | ΛΙΓΟ | 4 | 1 | 2,56% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 1 | 2,56% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 2 | 5,13% |
| Ανταγωνισμός (Πι)ν | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 5 | 12,82% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 10 | 25,64% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 20 | 51,28% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 3 | 7,69% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 0 | 0% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Προβολή/Επικοινωνιακή πολιτική (Πι)η | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 0 | 0% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 0 | 0% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 5 | 12,82% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 13 | 33,33% |

| | | | | |
|--------------------------|----------------|-----|----|--------|
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 19 | 48,72% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Νομικά/Φοροτεχνικά (Πί)φ | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 1 | 2,56% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 0 | 0% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 2 | 5,13% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 31 | 79,49% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 4 | 10,26% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |

ΓΡΑΦΗΜΑ6.1.10



Ο παρακάτω πίνακας βασίζεται στην ερώτηση δεκαπέντε της έρευνας η οποία αναφέρεται στις πηγές χρηματοδότησης που προτιμούν οι επιχειρήσεις για την αύξηση του κεφαλαίου τους. Αναλυτικότερη περιγραφή των πηγών χρηματοδότησης γίνεται και στο κεφάλαιο τέσσερα (θεωρητικά). Οι σημαντικότερες πηγές χρηματοδότησης είναι Τραπεζικός δανεισμός, Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετοχών- Capital Venture, Πρακτόρευση Απαιτήσεων- Factoring, Ιδιώτες Επενδυτές- Business Angels, Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων- Business Incubators, Χρηματοδοτική Μίσθωση- Leasing, Χρηματιστηριακή Αγορά. Από τις παραπάνω πηγές, οι πιο συχνές στη χρήση για την αύξηση του κεφαλαίου, κατά το δείγμα μας, θεωρούνται ο Τραπεζικός Δανεισμός και η Χρηματοδοτική Μίσθωση. Όπως βλέπουμε, οι υπόλοιπες πηγές χρηματοδότησης δεν φαίνεται να έχουν μεγάλη απήχηση. Συμπεραίνουμε λοιπόν, πως η πηγή χρηματοδότησης που χρησιμοποιείται περισσότερο απ' όλες είναι ο Τραπεζικός Δανεισμός. Η χρήση του ξεπερνά την χρήση της Χρηματοδοτικής μίσθωσης περίπου κατά 35%. Αυτό, ίσως, συμβαίνει διότι υπάρχει έλλειψη ρευστότητας στις επιχειρήσεις (βλέπε ΠΙΝΑΚΑΣ 6.10) λόγω κακής πιστοληπτικής πολιτικής, επομένως αυτό που ενδιαφέρει, τους ιδιοκτήτες κυρίως, είναι η εξασφάλιση μετρητών για την επέκταση, την ανάπτυξη και την επιβίωση της οικονομικής μονάδας που διαχειρίζονται.

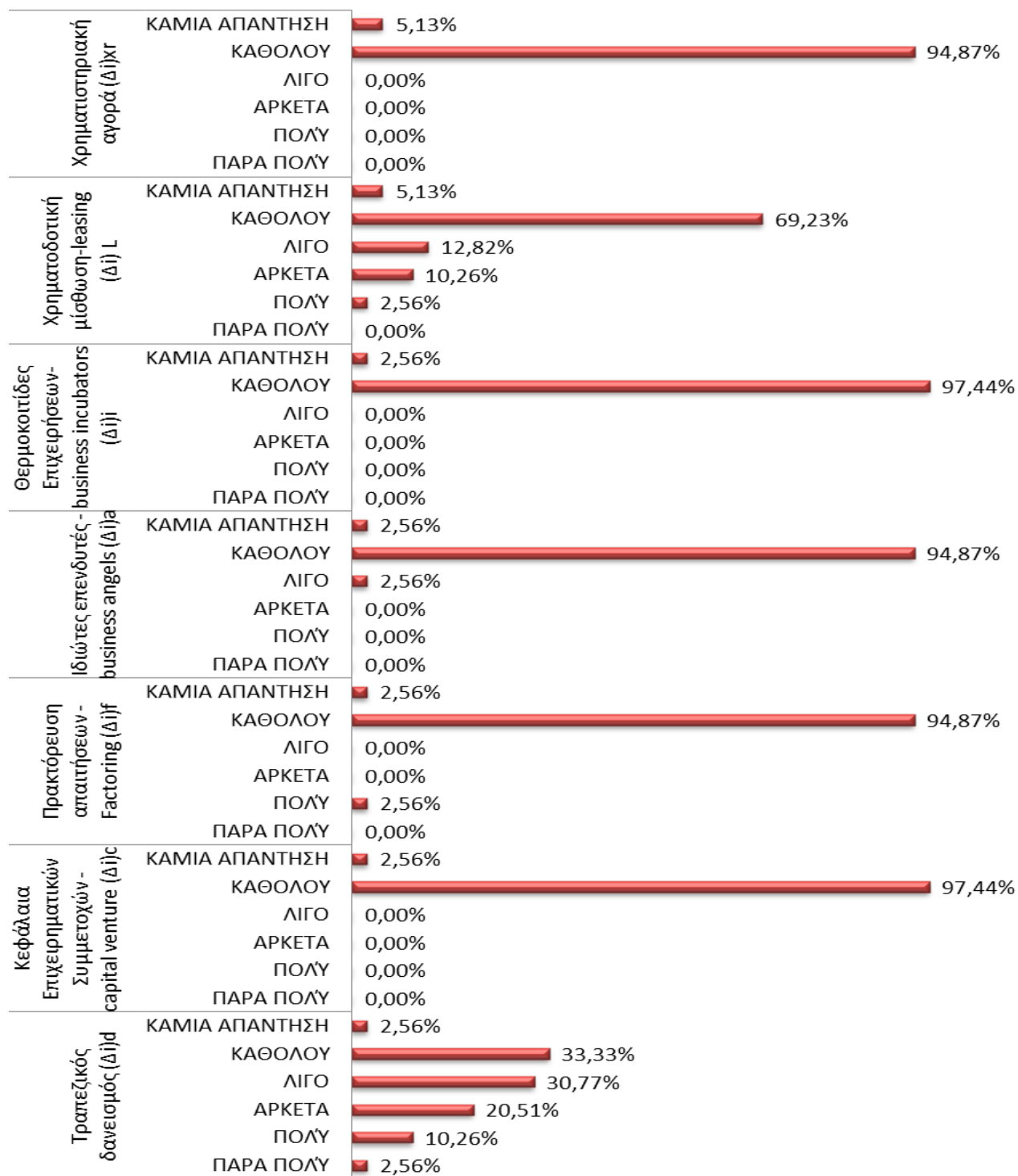
ΠΙΝΑΚΑΣ 6.11

| | Πιθανές Απαντήσεις | Κωδικοποιημένες Απαντήσεις | Αριθμός Απαντήσεων | Ποσοστό απαντήσεων που συγκεντρώθηκαν από το δείγμα μας |
|--|-------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|--|
| Τραπεζικός δανεισμός | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 1 | 2,56% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 4 | 10,26% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 8 | 20,51% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 12 | 30,77% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 13 | 33,33% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετοχών – Capital Venture | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 0 | 0% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 0 | 0% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 0 | 0% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 0 | 0% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 38 | 97,44% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Πρακτόρευση Απαιτήσεων – Factoring | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 0 | 0% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 1 | 2,56% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 0 | 0% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 0 | 0% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 37 | 94,87% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Ιδιώτες | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 0 | 0% |

| | | | | |
|--|-------------------|-----|----|--------|
| Επενδυτές - Business Angels | ΠΟΛΥ | 2 | 0 | 0% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 0 | 0% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 1 | 2,56% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 37 | 94,87% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Θερμοκοιτίδες Απαντήσεων- Business Incubators | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 0 | 0% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 0 | 0% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 0 | 0% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 0 | 0% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 38 | 97,44% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Χρηματοδοτική Μίσθωση - Leasing | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 0 | 0% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 1 | 2,56% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 4 | 10,26% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 5 | 12,82% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 27 | 69,23% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 2 | 5,13% |
| Χρηματιστηριακή Αγορά | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 0 | 0% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 0 | 0% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 0 | 0% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 0 | 0% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 37 | 94,87% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 2 | 5,13% |

Αναλυτικότερη περιγραφή των πηγών χρηματοδότησης γίνεται και στο κεφάλαιο τέσσερα (θεωρητικά). Οι σημαντικότερες πηγές χρηματοδότησης είναι Τραπεζικός δανεισμός, Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετοχών- Capital Venture, Πρακτόρευση Απαιτήσεων- Factoring, Ιδιώτες Επενδυτές- Business Angels, Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων- Business Incubators, Χρηματοδοτική Μίσθωση- Leasing, Χρηματιστηριακή Αγορά. Από τις παραπάνω πηγές, οι πιο συχνές στη χρήση για την αύξηση του κεφαλαίου, κατά το δείγμα μας, θεωρούνται ο Τραπεζικός Δανεισμός και η Χρηματοδοτική Μίσθωση. Όπως βλέπουμε, οι υπόλοιπες πηγές χρηματοδότησης δεν φαίνεται να έχουν μεγάλη απήχηση. Συμπεραίνουμε λοιπόν, πως η πηγή χρηματοδότησης που χρησιμοποιείται περισσότερο απ' όλες είναι ο Τραπεζικός Δανεισμός. Η χρήση του ξεπερνά την χρήση της Χρηματοδοτικής μίσθωσης περίπου κατά 35%. Αυτό, ίσως, συμβαίνει διότι υπάρχει έλλειψη ρευστότητας στις επιχειρήσεις (βλέπε πίνακα 6.10) λόγω κακής πιστοληπτικής πολιτικής, επομένως αυτό που ενδιαφέρει, τους ιδιοκτήτες κυρίως, είναι η εξασφάλιση μετρητών για την επέκταση, την ανάπτυξη και την επιβίωση της οικονομικής μονάδας που διαχειρίζοντα.

ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.11



Εξίσου σημαντική είναι η ερώτηση δεκαοκτώ, η οποία, δίνοντας μερικά στοιχεία προς αξιολόγηση ανάλογα της κρίσης του ιδιοκτήτη μιας επιχείρησης, ζητάει **τα σημαντικότερα αίτια της αυξομείωσης των κερδών**. Εμείς στην ερώτηση έχουμε δώσει πέντε διαφορετικά

αίτια προς αξιολόγηση. Τα αίτια αυτά κρίναμε ότι ήταν τα πιο σημαντικά και εκχωρήσαμε ένα ακόμη πεδίο «Άλλος Παράγοντας» σε περίπτωση που υπάρχει κάποια αιτία αυξομείωσης των κερδών που μας διαφεύγει ή έστω, για κάποιο λόγο, δεν είμαστε σε θέση να γνωρίζουμε.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.12

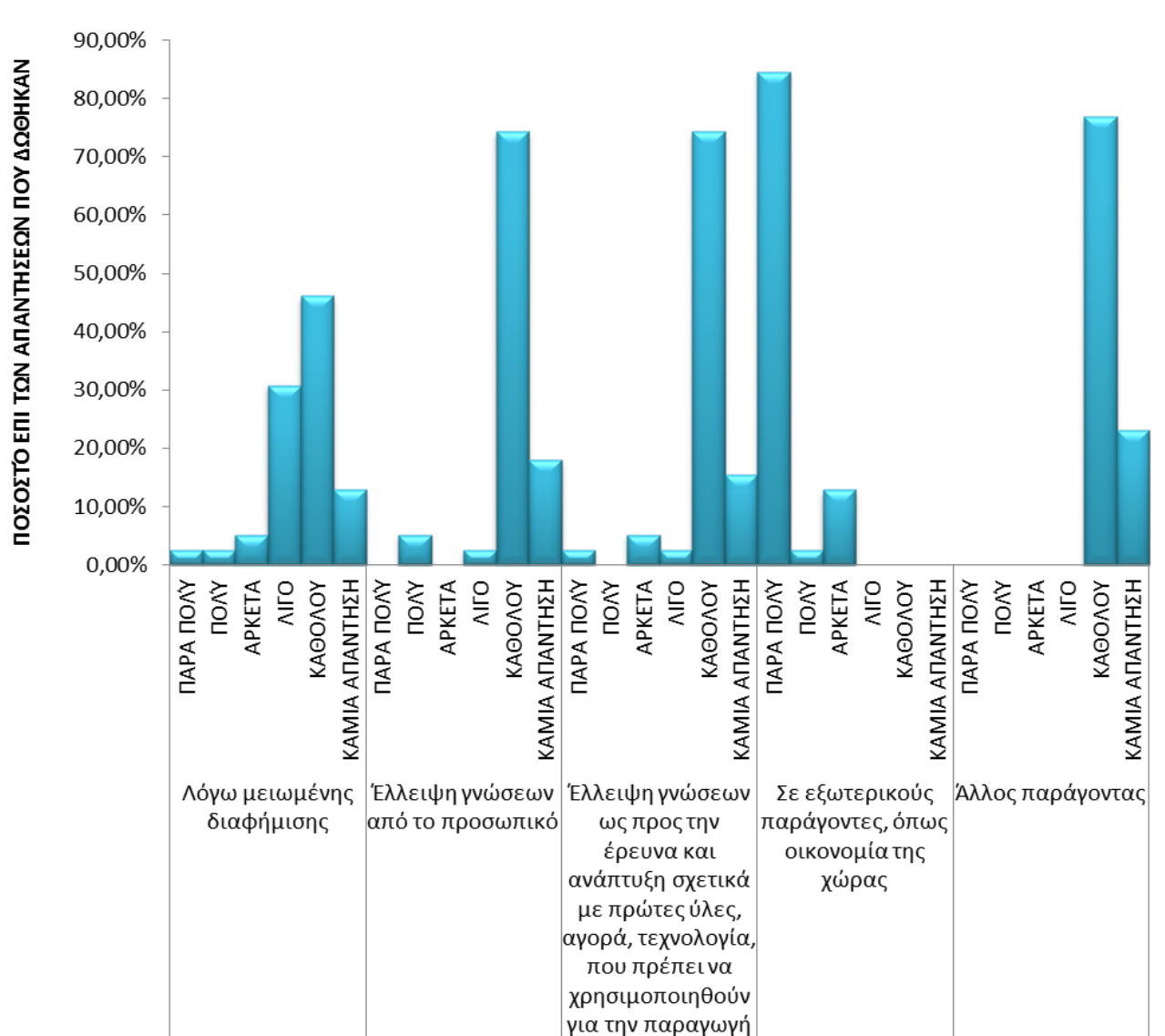
| | Πιθανές Απαντήσεις | Κωδικοποιημένες Απαντήσεις | Αριθμός Απαντήσεων | Ποσοστό απαντήσεων που συγκεντρώθηκαν από το δείγμα μας |
|---|--------------------|----------------------------|--------------------|---|
| Λόγω μειωμένης διαφήμισης | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 1 | 2,56% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 1 | 2,56% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 2 | 5,13% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 12 | 30,77% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 18 | 46,15% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 5 | 12,82% |
| Έλλειψη γνώσεων από το προσωπικό | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 0 | 0% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 2 | 5,13% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 0 | 0% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 1 | 2,56% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 29 | 74,36% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 7 | 17,95% |
| Έλλειψη γνώσεων ως προς την έρευνα και ανάπτυξη σχετικά με πρώτες ύλες, αγορά, τεχνολογία, που πρέπει να χρησιμοποιηθούν για την παραγωγή των προϊόντων | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 1 | 2,56% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 0 | 0% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 2 | 5,13% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 1 | 2,56% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 29 | 74,36% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 6 | 15,38% |
| Σε εξωτερικούς παράγοντες, όπως οικονομία της χώρας | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 33 | 84,62% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 1 | 2,56% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 5 | 12,82% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 0 | 0% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 0 | 0% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 0 | 0% |
| Άλλος παράγοντας | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 0 | 0% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 0 | 0% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 0 | 0% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 0 | 0% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 30 | 76,92% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 9 | 23,08% |

Τα αίτια προς αξιολόγηση, είναι η μειωμένη διαφήμιση, έλλειψη γνώσεων από το προσωπικό, έλλειψη γνώσεων ως προς τις έρευνες παραγωγής, τις έρευνες αγοράς ή πώλησης και οι εξωτερικοί παράγοντες λ.χ. η οικονομία μιας χώρας. Σύμφωνα με το πίνακα, βασικότερο αίτιο,

που προκαλεί τις εν λόγω αυξομειώσεις στα κέρδη των επιχειρήσεων, κατά το 85% του δείγματος, θεωρείται η οικονομία μιας χώρας.

Δευτερεύοντα ρόλο παίζει η μειωμένη διαφήμιση. Αντίθετα οι γνώσεις του προσωπικού στο αντικείμενο δράσης και οι γνώσεις για τις έρευνες αγοράς/ ή παραγωγής/ ή των πωλήσεων, επηρεάζουν μικρότερο ποσοστό των επιχειρήσεων στην αυξομείωση των κερδών τους. Τέλος, «άλλοι παράγοντες» δεν συμπληρώθηκαν και παρακάτω απεικονίζεται γραφικά ο πίνακας 6.12.

ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.12



Μια επιχείρηση για να λειτουργεί και να επιβιώνει στο περιβάλλον που δραστηριοποιείται, όπως όλοι γνωρίζουμε πρέπει να δρα με διαφορετικούς τρόπους και να κάνει σημαντικές αλλαγές.

Αυτό σημαίνει ότι πρέπει, να υπάρχει σωστή πολιτική ως προς τη λήψη των αποφάσεων, να πραγματοποιούνται διαφοροποιήσεις, να γίνεται πιο ελκυστική στην αγορά που δραστηριοποιείται και περισσότερο ανταγωνιστική με βελτίωση και ανάπτυξη των προσφερόμενων, στους πελάτες της, προϊόντων και υπηρεσιών. Έτσι, στην **ερώτηση 19** το δείγμα των επιχειρήσεων που επιλέξαμε έδωσε την δική του κρίση σχετικά με την σημαντικότητα που μπορεί να έχουν οι εξής δράσεις, διαφοροποίηση της εταιρείας, ειδικευμένη γνώση και εφαρμογή σχετικά με την χρήση «ΤΠΕ», μείωση των ανταγωνιστών της εταιρείας, πολλές ευκαιρίες δραστηριότητας, ειδίκευση και απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, σημαντικότητα του κλάδου δραστηριότητας της επιχείρησης για την Ελληνική οικονομία και επέκταση των ευρυζωνικών δικτύων.

Ένα μεγάλο ποσοστό (97,5% περίπου) του δείγματος υποστηρίζει πως είναι σημαντικό για την επιχείρηση να διαφοροποιείται συνέχεια και να ανακαλύπτει συνεχώς νέους τρόπους και μεθόδους ανάπτυξης και βελτίωσης των παραγωγικών λειτουργιών της. Για να μπορέσει όμως να πραγματοποιήσει οποιαδήποτε αλλαγή θα πρέπει να κάνει χρήση μεθόδων, όπως για παράδειγμα, να υπάρχει μια συνεχής εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού και εξειδίκευση της γνώσης των εφαρμογών «ΤΠΕ» για τις οποίες αναφερθήκαμε σε προηγούμενη ερώτηση (60% των επιχειρήσεων σημείωσε ως αρκετά σημαντικό αυτό το πεδίο της ερώτησης). Ακόμα, σημασία έχει, ο κλάδος όπου δραστηριοποιείται η επιχείρηση να είναι εξίσου σημαντικός για την ελληνική οικονομία ώστε να δημιουργούνται ευκαιρίες δραστηριοποίησης, για παράδειγμα, τα επιδοτούμενα προγράμματα από το κράτος και από διάφορους ιδιωτικούς ή δημόσιους φορείς (επαγγελματικές ευκαιρίες).

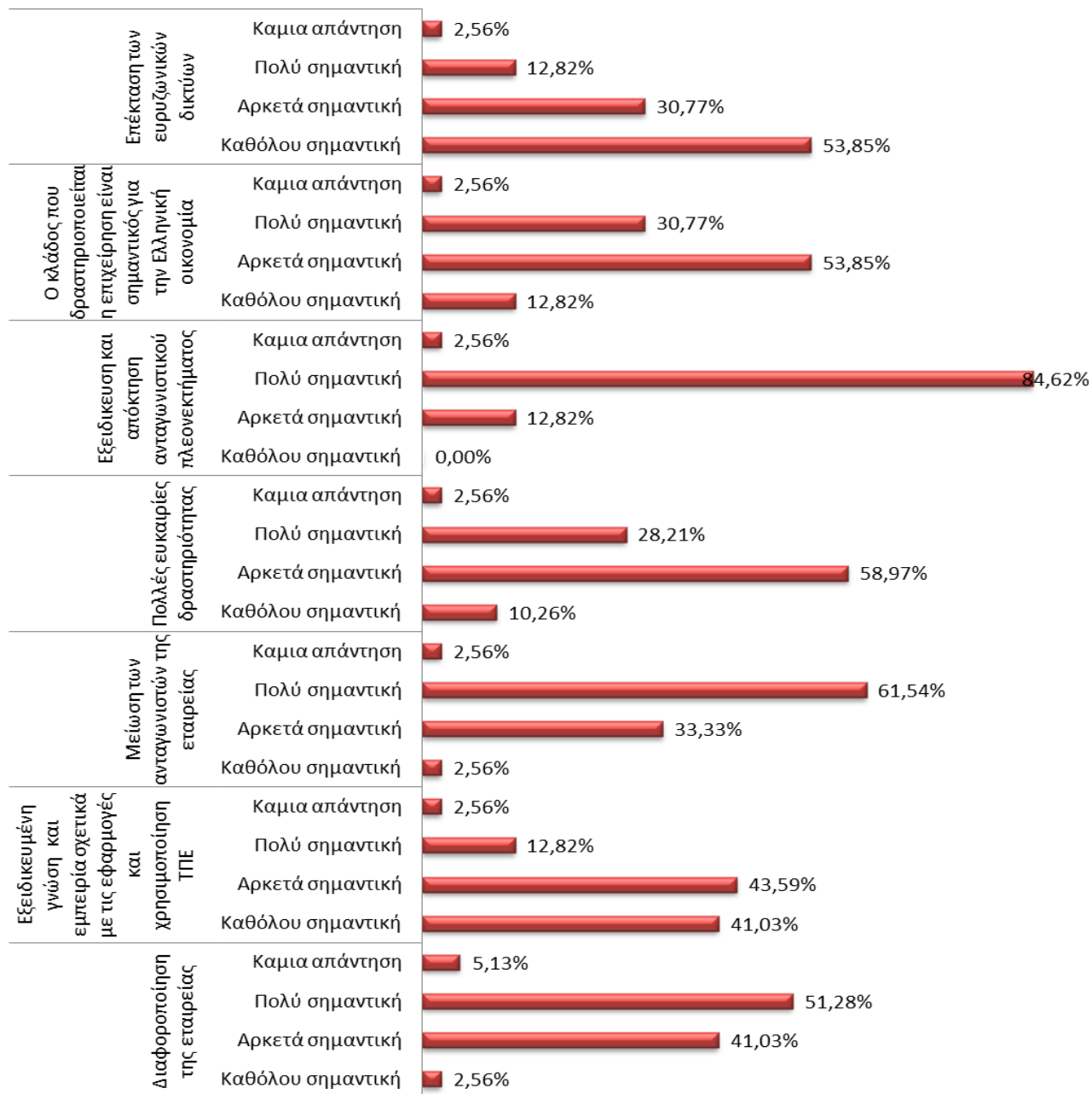
Η επέκταση ευρυζωνικών δικτύων δεν παρουσιάζει μεγάλη σημασία για το δείγμα μας καθώς ένα 53,85 % δήλωσε ότι δεν είναι σημαντική δράση. Από την άλλη όμως, η εξειδίκευση απόκτησης ανταγωνιστικού ενδιαφέροντος και η μείωση ανταγωνιστριών εταιρειών είναι πολύ σημαντικές δράσεις, βάση των απαντήσεων που λάβαμε. Τέλος, φτιάξαμε ένα ραβδόγραμμα που απεικονίζει τα στοιχεία του αναλυτικού πίνακα που αναρτήσαμε παραπάνω, ώστε να γίνουν ευκολότερα αντιληπτά και κατανοητά τα αποτελέσματα της έρευνας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.13

| | Πιθανές Απαντήσεις | Κωδικοποιημένες Απαντήσεις | Αριθμός Απαντήσεων | Ποσοστό απαντήσεων που συγκεντρώθηκαν από το δείγμα μας |
|--|-------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|--|
| Διαφοροποίηση της εταιρείας | ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 0 | 1 | 2,56% |
| | ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 1 | 16 | 41,03% |
| | ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 2 | 20 | 51,28% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 2 | 5,13% |
| Εξειδικευμένη γνώση και εμπειρία σχετικά με τις εφαρμογές και χρησιμοποίηση ΤΠΕ | ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 0 | 16 | 41,03% |
| | ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 1 | 17 | 43,59% |

| | | | | |
|---|-------------------|-----|----|--------|
| | ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 2 | 5 | 12,82% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Μείωση των ανταγωνιστών της εταιρείας | ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 0 | 1 | 2,56% |
| | ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 1 | 13 | 33,33% |
| | ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 2 | 24 | 61,54% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Πολλές ευκαιρίες δραστηριότητας | ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 0 | 4 | 10,26% |
| | ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 1 | 23 | 58,97% |
| | ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 2 | 11 | 28,21% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Εξειδίκευση και απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος | ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 0 | 0 | 0% |
| | ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 1 | 5 | 12,82% |
| | ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 2 | 33 | 84,62% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Ο κλάδος που δραστηριοποιείται η επιχείρηση είναι σημαντικός για την Ελληνική οικονομία | ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 0 | 5 | 12,82% |
| | ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 1 | 21 | 53,85% |
| | ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 2 | 12 | 30,77% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Επέκταση των ευρυζωνικών δικτύων | ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 0 | 21 | 53,85% |
| | ΑΡΚΕΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 1 | 12 | 30,77% |
| | ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ | 2 | 5 | 12,82% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |

ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.13



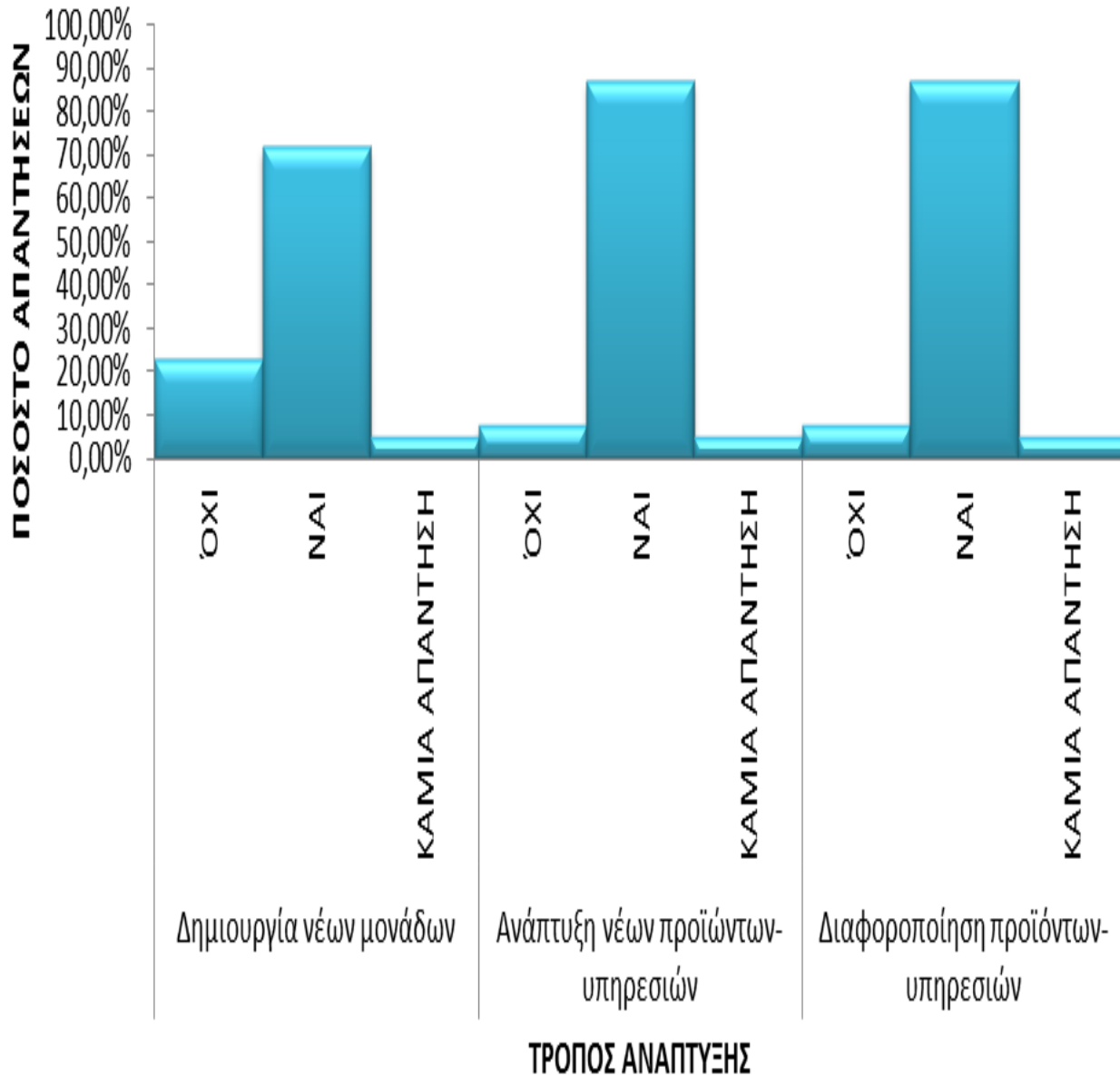
Σύμφωνα με τα προηγούμενα κεφάλαια και τις ερωτήσεις που προηγήθηκαν συμπεραίνουμε ότι, μια επιχείρηση πρέπει συνεχώς να ανακαλύπτει τρόπους βελτίωσης και ανάπτυξης των προϊόντων ή των υπηρεσιών που προσφέρει στο καταναλωτικό κοινό της, να χρησιμοποιεί κάθε πιθανή καινοτομία στην παραγωγική της δράση, να έχει όσο το δυνατόν περισσότερο εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό που να εκπαιδεύεται ασταμάτητα πάνω στο αντικείμενο στο οποίο δραστηριοποιείται, να συμμετέχει σε έρευνες αγοράς ώστε να συναλλάσσεται με προμηθευτές που προσφέρουν την καλύτερη, για την παραγωγή Α' ύλη και γενικότερα να υπάρχει μια οργανωμένη στρατηγική σε όλες τις δράσεις της επιχείρησης. Όσον αφορά την ερώτηση 17, δηλαδή, πως σκοπεύουν να αναπτυχθούν οι επιχειρήσεις του δείγματος, 28 επιχειρήσεις στις 39 (ποσοστό 71,79% του δείγματος) σημείωσαν ότι θα δημιουργήσουν νέες μονάδες λειτουργίας ενώ το 23,08% δεν θα χρησιμοποιήσει αυτή τη μέθοδο ανάπτυξης. Ακόμα, από το δείγμα μας το 87,18% δήλωσαν ότι θα αναπτύξουν τη δραστηριότητα τους χρησιμοποιώντας την ανάπτυξη και την διαφοροποίηση των προϊόντων – υπηρεσιών που προσφέρουν στους καταναλωτές τους.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.14

| | Πιθανές Απαντήσεις | Κωδικοποιημένες Απαντήσεις | Αριθμός Απαντήσεων | Ποσοστό απαντήσεων που συγκεντρώθηκαν από το δείγμα μας |
|-----------------------------------|---------------------------|-----------------------------------|---------------------------|--|
| Δημιουργία νέων μονάδων | OXI | 0 | 9 | 23,08% |
| | NAI | 1 | 28 | 71,79% |
| | KAMIA ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 2 | 5,13% |
| Ανάπτυξη νέων προϊόντων/υπηρεσιών | OXI | 0 | 3 | 7,69% |
| | NAI | 1 | 34 | 87,18% |
| | KAMIA ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 2 | 5,13% |
| Διαφοροποίηση προϊόντων/υπηρεσιών | OXI | 0 | 3 | 7,69% |
| | NAI | 1 | 34 | 87,18% |
| | KAMIA ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 2 | 5,13% |

Τέλος, σε αυτό το σημείο, ας επισημάνουμε ότι η ερώτηση δεκαεπτά ήταν πολλαπλής επιλογής και δινόταν η δυνατότητα επιλογής τουλάχιστον μιας απάντησης. Παρακάτω, αναρτάται και η γραφική παράσταση των μεθόδων που συμβάλουν στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων σε συνάρτηση με τα αποτελέσματα της έρευνας που αφορούν τις προτιμήσεις του δείγματος ως προς τα ζητούμενα της ερώτησης.

ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.14



Η ακόλουθη ερώτηση: «Παρατηρήθηκε επέκταση , συρρίκνωση ή παύση των δραστηριοτήτων της επιχείρησής σας την τελευταία πενταετία ;» χωριζόταν σε τρία πεδία, τα οποία ήταν τα εξής:

- Αύξηση,
- Μείωση και
- Παύση των δραστηριοτήτων.

Εδώ οι συμμετέχοντες στην έρευνα, σε καθ' ένα από τα παραπάνω πεδία, σημείωναν τις χρονολογίες της πενταετίας που παρατηρήθηκαν τα τρία αυτά φαινόμενα (αύξηση, μείωση, παύση δραστηριοτήτων). Έτσι λοιπόν, φτιάξαμε δύο ομάδες, στις οποίες ανήκουν οι πενταετίες, 2004-2009 και 2008-2012. Η ομαδοποίηση έγινε με τέτοιο τρόπο ούτως ώστε, για όλες τις επιχειρήσεις που παρουσίαζαν ένα από τα τρία φαινόμενα και σημείωναν τη χρονολογία (αύξησης, μείωσης ή παύσης), η απάντησή τους να συμπίπτει και να περιέχεται σε μία από τις δύο πενταετίες. Επίσης, στη κωδικοποίηση των απαντήσεων χρησιμοποιήσαμε κι άλλους παράγοντες, όπως «Λάθος Απάντηση» που συμβολίστηκε με τον αριθμό (-1), την απάντηση «Δεν έχει γίνει τίποτα από τα παραπάνω» με σύμβολο το (0), τον αριθμό (1) για όσες επιχειρήσεις είχαν σταθερή πορεία και (999) όπως σε προηγούμενες κωδικοποιήσεις όταν δεν δόθηκε απάντηση.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.15

| | Πιθανές Απαντήσεις | Κωδικοποιημένες Απαντήσεις | Αριθμός Απαντήσεων | Ποσοστό απαντήσεων που συγκεντρώθηκαν από το δείγμα μας |
|--------------------------------|---------------------------|-----------------------------------|---------------------------|--|
| Στελέχωση Ανθρώπινου Δυναμικού | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 2 | 5,13% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 1 | 2,56% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 2 | 5,13% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 9 | 23,08% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 24 | 61,54% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Έλλειψη Ρευστότητας | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 2 | 5,13% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 11 | 28,21% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 20 | 51,28% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 3 | 7,69% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 2 | 5,13% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Έλλειψη Εξοπλισμού | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 0 | 0% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 0 | 0% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 1 | 2,56% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 14 | 35,90% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 23 | 58,97% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Γραφειοκρατία | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 3 | 7,69% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 2 | 5,13% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 9 | 23,08% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 23 | 58,97% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 1 | 2,56% |
| | ΚΑΜΙΑ | 999 | 1 | 2,56% |

| | ΑΠΑΝΤΗΣΗ | | | |
|---------------------------------------|----------------|-----|----|--------|
| Μείωση Πελατείας | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 8 | 20,51% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 23 | 58,97% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 4 | 10,26% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 1 | 2,56% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 1 | 2,56% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 2 | 5,13% |
| Ανταγωνισμός | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 5 | 12,82% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 10 | 25,64% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 20 | 51,28% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 3 | 7,69% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 0 | 0% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Προβολή/ Επικοινωνιακή Πολιτική | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 0 | 0% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 0 | 0% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 5 | 12,82% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 13 | 33,33% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 19 | 48,72% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |
| Νομικά/Φοροτεχνικά | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ | 1 | 1 | 2,56% |
| | ΠΟΛΥ | 2 | 0 | 0% |
| | ΑΡΚΕΤΑ | 3 | 2 | 5,13% |
| | ΛΙΓΟ | 4 | 31 | 79,49% |
| | ΚΑΘΟΛΟΥ | 5 | 4 | 10,26% |
| | ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ | 999 | 1 | 2,56% |

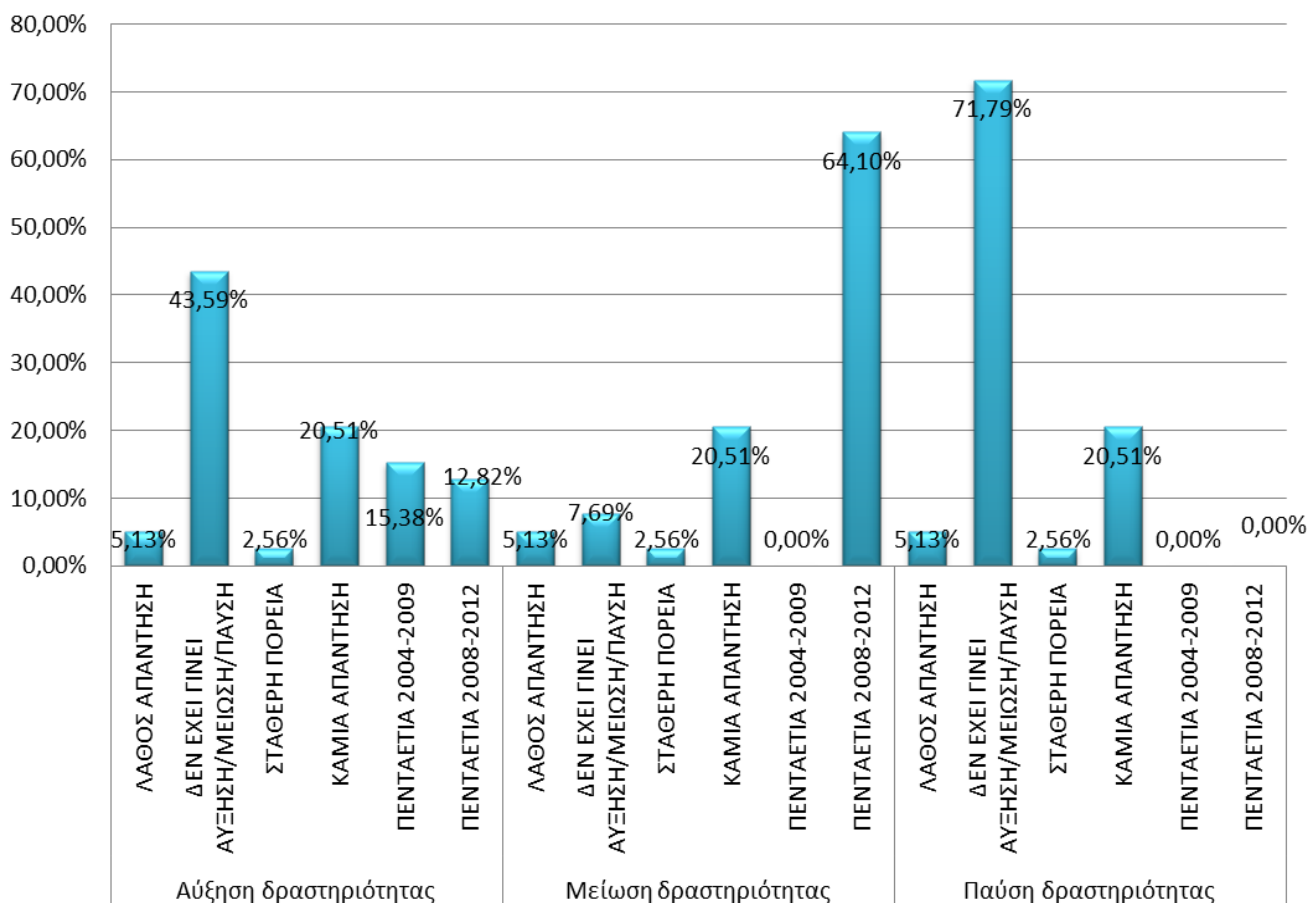
Όπως βλέπουμε και στον πίνακα, στην πρώτη πενταετία (2004-2009) παρατηρείται αύξηση δραστηριοτήτων σε 6 επιχειρήσεις από τις 39 (ποσοστό 15,38%), ενώ αντίστοιχα, δεν υπάρχει καμία μείωση ή παύση δραστηριοτήτων στο διάστημα αυτό. Κατά τη δεύτερη και τελευταία πενταετία (2008-2012) υπερισχύει η μείωση των δραστηριοτήτων χωρίς όμως αυτό να επηρεάζει θετικά την παύση, καθώς παρατηρούμε τη μείωση των δραστηριοτήτων να παρουσιάζεται στο 64.10% των επιχειρήσεων ενώ ταυτόχρονα, την ίδια περίοδο η αύξηση της δραστηριότητας είναι εμφανής, μόλις στο 12,82% του 100% του δείγματος. Σταθερή πορεία σημείωσαν το 2,56% των επιχειρήσεων του δείγματος, που απάντησαν στην μελέτη, ενώ από το 100% του δείγματος των επιχειρήσεων αυτών, ποσοστό ύψους 20,51% που συμμετείχαν δεν έδωσαν απάντηση στην ερώτηση (κωδ. 999).

Τέλος, στην επιλογή «ΔΕΝ ΕΧΕΙ ΓΙΝΕΙ ΑΥΞΗΣΗ/ ΜΕΙΩΣΗ/ ΠΑΥΣΗ (κωδ. 0)» το κάθε πεδίο από τα τρία παρουσιάζει διαφορετικά ποσοστά καθώς περιλαμβάνει όσες επιχειρήσεις σημείωσαν ένα από τα πεδία και τα υπόλοιπα δύο δεν τα σημείωσαν (για παράδειγμα, μια επιχείρηση η οποία παρατήρησε μείωση δραστηριοτήτων την πρώτη πενταετία και την δεύτερη

πενταετία είχε αύξηση δραστηριοτήτων, στο πεδίο που φέρει την παύση δραστηριοτήτων δεν σημειώνει τίποτα (κωδ. 0) καθώς συνεχίζει να λειτουργεί κανονικά κ. ο. κ.).

Παρακάτω λοιπόν, δείχνουμε και την γραφική παράσταση των πιο πάνω μεταβλητών και της μεταξύ τους σχέσης.

ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.15



Τέλος, σε αυτό το σημείο, αξίζει να επισημάνουμε ότι οι ερωτήσεις έξι, επτά και οκτώ του ερωτηματολογίου λόγο των απαντήσεων που δόθηκαν δεν απεικονίζονται σε κάποιο γράφημα ή πίνακα καθώς ήταν δύσκολη η οποιαδήποτε ομαδοποίηση των στοιχείων. Πριν όμως ολοκληρώσουμε το δύσκολο αυτό κομμάτι της μελέτης μας θα αναφέρουμε μερικά χρήσιμα στοιχεία γι αυτές τις ερωτήσεις. Αντίστοιχα στην ερώτηση δεκατέσσερα που ήταν εξίσου δύσκολη η γραφική απεικόνιση θα δώσουμε μια γενική εικόνα του ύψους των επενδυόμενων κεφαλαίων που φέρουν οι επιχειρήσεις του δείγματος.

Η ερώτηση έξι ζητάει τον αριθμό των εργαζομένων που απασχολούνται σε κάθε επιχείρηση του δείγματος, στην επτά ζητάμε το σύνολο των εργαζομένων μερικής απασχόλησης και στην όγδοη ζητείται ο αριθμός των εποχιακών εργαζομένων. Η επιχείρηση με το μεγαλύτερο αριθμό

εργαζομένων είναι ένα εργοστάσιο αλουμινίου του οποίου ο αριθμός απασχολούμενων ανέρχεται στους 248, ενώ υπάρχουν κάποιες που δεν απασχολούν καθόλου προσωπικό. Στις περισσότερες όμως απασχολούνται έως 10 εργαζόμενοι εκτός από μια και μοναδική η οποία απασχολεί 20 εργαζομένους. Στην έρευνα συμμετείχαν πολύ λίγες εποχιακές επιχειρήσεις, αποτέλεσμα αυτού στο δείγμα που συγκεντρώσαμε είναι, οι περισσότερες να μην απασχολούν εποχικό προσωπικό και όσες το εφαρμόζουν, ο αριθμός των εποχιακών υπαλλήλων να φτάνει μέχρι τους τέσσερις και αυτό να συμβαίνει σε ελάχιστες επιχειρήσεις. Παρατηρούμε επίσης από την ερώτηση επτά, πως είναι ελάχιστος και ο αριθμός των επιχειρήσεων που απασχολούν προσωπικό με μερική απασχόληση.

Τέλος, η ερώτηση δεκατέσσερα περιλαμβάνει το ύψος των επενδύομένων κεφαλαίων που έχει η κάθε επιχείρηση. Το μέγιστο ανέρχεται στα 130.000.000 ευρώ ενώ το ελάχιστο ήταν 65.000 ευρώ. Εδώ αξίζει να σημειωθεί πως μόνο 7 στις 40 επιχειρήσεις απάντησαν στην ερώτηση. Ανακεφαλαιώνοντας, στόχος μας σε αυτή την ενότητα, της πρωτογενούς έρευνας, ήταν η συγκέντρωση, καταγραφή, επεξεργασία των επικείμενων δεδομένων με σκοπό τη διεξαγωγή συμπερασμάτων για τη σύγχρονη επιχειρηματικότητα, βάση δυσμενών οικονομικών, πολιτικών, πολιτιστικών συνθηκών των τελευταίων ετών.

Ανακεφαλαιώνοντας, στόχος μας σε αυτή την ενότητα, της πρωτογενούς έρευνας, ήταν η συγκέντρωση, καταγραφή, επεξεργασία των επικείμενων δεδομένων με σκοπό τη διεξαγωγή συμπερασμάτων για τη σύγχρονη επιχειρηματικότητα, βάση δυσμενών οικονομικών, πολιτικών, πολιτιστικών συνθηκών των τελευταίων ετών.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α΄

ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ



Σχολή Διοίκησης & Οικονομίας Τμήμα Λογιστικής

Έρευνα σχετικά με την Επιχειρηματικότητα

1. Σε ποιόν κλάδο δραστηριοποιείται η επιχείρησή σας ;
2. Ποιο είναι το έτος ίδρυσης της επιχείρησής σας ;
3. Ποια είναι η νομική μορφή της επιχείρησής σας ;
4. Εργοδότης-Ιδιοκτήτης
Ανδρας
Γυναίκα
5. Παίζει σημαντικό ρόλο το φύλο του προσωπικού;(Ναι ή όχι)
6. Πόσους υπαλλήλους εργαζομένους απασχολεί η επιχείρησή σας ;
Παρακαλώ να σημειωθεί παρακάτω ο αριθμός.
7. Πόσοι εργαζόμενοι απασχολούνται με μερική απασχόληση; Παρακαλώ να σημειωθεί παρακάτω ο αριθμός.
8. Υπάρχουν εποχιακοί εργαζόμενοι στην επιχείρησή σας ; Αν ναι πόσοι ;
9. Σας μέσος όρος για την ηλικία των εργαζομένων που απασχολεί η επιχείρησή σας;

| | |
|-------|--|
| <18 | |
| 18-30 | |
| 31-45 | |
| 46-60 | |
| 61< | |

10. Μορφωτικό επίπεδο εργαζομένων που απασχολούνται στην επιχείρησή σας .

| | |
|--------------------------|--|
| Πρωτοβάθμια εκπαίδευση | |
| Δευτεροβάθμια εκπαίδευση | |
| Τριτοβάθμια εκπαίδευση. | |
| Μεταπτυχιακό (MSc) | |
| Διδακτορικό (PhD) | |

11. Κάνετε χρήση τεχνολογιών πληροφόρησης στην επιχείρησή σας (ΤΠΕ) ;

| | Από τη έναρξη | Στη συνέχεια | Δεν χρησιμοποιώ |
|---|---------------|--------------|-----------------|
| Internet Χρήση Ιστοσελίδας | | | |
| Ηλεκτρονική Αλληλογραφία (e-mail) | | | |
| Λογισμικό Προμηθειών | | | |
| Τηλεομοιοτυπία (Fax) | | | |
| Όλα τα παραπάνω | | | |
| Κανένα από τα παραπάνω | | | |
| Άλλο | | | |

12. Ποιο είναι τα σημαντικότερα προβλήματα , αν υπάρχουν , που αντιμετωπίζει η επιχείρησή σας ; (1=Πάρα πολύ , 2=Πολύ , 3=Αρκετά , 4=Λίγο , 5= Καθόλου)

| | |
|--------------------------------|--|
| Στελέγωση ανθρώπινου δυναμικού | |
| Έλλειψη ρευστότητας | |
| Ελλείψεις εξοπλισμού | |
| Γραφειοκρατία | |
| Μειωμένη πελατεία | |
| Ανταγωνισμός | |
| Προβολή/Επικοινωνιακή πολιτική | |
| Νομικά/Φοροτεχνικά | |

13. Ποιο είναι το ύψος του ετήσιου τζίρου ;

| | |
|-----------------|--|
| <50 εκατομμύρια | |
| <10 εκατομμύρια | |
| <2 εκατομμύρια | |
| Άλλο ποσό | |

14. Ποιο είναι το ύψος των επενδυμένων κεφαλαίων της επιχείρησής σας ;

15. Ποια μορφή χρηματοδότησης χρησιμοποιήσατε για επενδύσεις ;
(1=Πάρα πολύ , 2=Πολύ , 3=Αρκετά , 4=Λίγο , 5= Καθόλου)

| | |
|---|--|
| Τραπεζικός Δανεισμός (Δάνεια για κεφάλαια κίνησης , Μακρ/σμα δάνεια , Ταμείο Εγγυοδοτήσεων ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ) | |
| Κεφάλαια επιχειρηματικών Συμμετοχών (Venture Capital) | |
| Πρακτόρευση Απαιτήσεων (Factoring) | |
| Ιδιώτες Επενδυτές (Business Angels) | |
| Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων (Business Incubators) | |
| Χρηματοδοτική Μίσθωση(Leasing) | |
| Χρηματιστηριακή Αγορά | |

16. Παρατηρήθηκε επέκταση , συρρίκνωση ή παύση των δραστηριοτήτων της επιχείρησής σας την τελευταία πενταετία ;

| Δραστηριότητα Επιχείρησης | Από | Έως |
|---------------------------|-----|-----|
| Αύξηση Δραστηριότητας | | |
| Μείωση Δραστηριότητας | | |
| Παύση Δραστηριότητας | | |

17. Πώς θα αναπτύξετε την δραστηριότητα σας ;

| | |
|---|--|
| Δημιουργία νέων μονάδων (π.χ. καταστήματα , εργοστάσια) | |
| Ανάπτυξη νέων προϊόντων – υπηρεσιών | |
| Διαφοροποίηση προϊόντων – υπηρεσιών | |

18. Η αυξομείωση των κερδών κατά την άποψή σας σε τι οφείλεται ;
(1=Πάρα πολύ , 2=Πολύ , 3=Αρκετά , 4=Λίγο , 5= Καθόλου)

| | |
|--|--|
| Σε μειωμένη διαφήμιση | |
| Σε έλλειψη γνώσεων από το προσωπικό σχετικά με τη δραστηριότητα του καθενός | |
| Σε έλλειψη γνώσεων ως προς την έρευνα και ανάπτυξη σχετικά με τις πρώτες ύλες, την αγορά, την τεχνολογία που πρέπει να χρησιμοποιηθεί για την παραγωγή των προϊόντων | |
| Σε εξωτερικούς παράγοντες , όπως οικονομία της χώρας(οικονομική κρίση) | |
| Άλλος παράγοντας | |

19. Κατά τη γνώμη σας , πόσο σημαντικές είναι οι παρακάτω δράσεις για την ενίσχυση της δραστηριοποίησης σας στον κλάδο σας ;

| | Πολύ σημαντική | Αρκετά σημαντική | Καθόλου σημαντική |
|--|----------------|------------------|-------------------|
| Διαφοροποίηση της εταιρείας | | | |
| Η εταιρία κατέχει εξειδικευμένη γνώση και εμπειρία σχετικά με τις εφαρμογές& χρησιμοποίηση ΤΠΕ | | | |
| Μείωση των ανταγωνιστών της εταιρίας | | | |
| Ο κλάδος σας παρέχει πολλές ευκαιρίες δραστηριότητας | | | |
| Εξειδίκευση και απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος | | | |
| Ο κλάδος σας είναι ανερχόμενος & σημαντικός για την Ελληνική οικονομία | | | |
| Επέκταση των ευρυζωνικών δικτύων | | | |

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β΄

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Για την διεξαγωγή των αποτελεσμάτων της πρωτογενούς έρευνας, ανοιχτού τύπου, που πραγματοποιήθηκε, στη παρούσα πτυχιακή εργασία, με σκοπό τη μελέτη της σύγχρονης επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα φτιάξαμε, αρχικά, ένα ερωτηματολόγιο το οποίο αποτελείται από 19 ερωτήσεις είτε ποιοτικές είτε ποσοτικές. Στο ερωτηματολόγιο απάντησαν, 39 επιχειρήσεων από τις 60. Η συγκέντρωση και η κωδικοποίηση των απαντήσεων για την διεξαγωγή των αποτελεσμάτων της έρευνας, έγινε ως εξής:

1. Αρχικά, συγκεντρώσαμε τα 39 ερωτηματολόγια που λάβαμε από τις επιχειρήσεις με τις απαντήσεις τους και τα αριθμήσαμε κατά αύξοντα αριθμό βάση της ημερομηνίας παραλαβής του καθ' ενός για να προχωρήσουμε στην κωδικοποίηση με σκοπό τη διευκόλυνση μας στην συγκέντρωση των απαντήσεων για την διεξαγωγή των αποτελεσμάτων.
2. Στη συνέχεια, με την χρήση της εφαρμογής του Microsoft Excel φτιάξαμε έναν πίνακα (72 στήλες και 39 γραμμές) ο οποίος αποτελούταν από 39 γραμμές, όσες δηλαδή ήταν οι επιχειρήσεις που απάντησαν και 72 στήλες που περιελάμβαναν τις ερωτήσεις, από τις οποίες ένα μέρος αυτών αποτελούταν από πολλαπλής επιλογής δεδομένα.
3. Επόμενο βήμα, ήταν η κωδικοποίηση των απαντήσεων του δείγματος. Κατά την κωδικοποίηση, λοιπόν, των ποιοτικών μεταβλητών χρησιμοποιήσαμε κυρίως τους αριθμούς, (-1), (0), (1 έως το 9) και τον κωδικό (999). Το (-1) χρησιμοποιήθηκε για τις **Λάθος** απαντήσεις, το (0) για περιπτώσεις όπου η απάντηση ήταν **αρνητική**, όπως για παράδειγμα, η απάντηση «**ΟΧΙ**» ή «**ΚΑΘΟΛΟΥ**» κτλ. Οι κωδικοί (1 έως 9) συμβόλιζαν τις υπόλοιπες ποιοτικές ή ποσοτικές μεταβλητές των ερωτήσεων (πολλαπλής επιλογής) ενώ το (1) συμβόλιζε και καταφατικές μεταβλητές όπως το «**ΝΑΙ**». Τα σύμβολα (0-1) χρησιμοποιήθηκαν επίσης για συμβολισμό απαντήσεων που περιελάμβαναν μόνο δύο μεταβλητές (π.χ. Άνδρας και Γυναίκα ή ΝΑΙ και ΟΧΙ). Τέλος, τον κωδικό (999) τον χρησιμοποιήσαμε για τον συμβολισμό των απαντήσεων που δεν δόθηκαν στις ερωτήσεις της έρευνας. Το τελευταίο χρησιμοποιείται στη κωδικοποίηση όλων των ερωτήσεων και περιγράφεται ως «**ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ**».
4. Αφού ολοκληρώθηκε το τέταρτο βήμα και συμπληρώθηκε ο πίνακας του 2^{ου} βήματος με τις αντίστοιχες απαντήσεις, ακολούθησε η μέτρηση των απαντήσεων του δείγματος, για κάθε ερώτηση. Σε αυτό το βήμα έγινε χρήση των συναρτήσεων του Microsoft Excel (if(), countif(), count()).

Ύστερα, φτιάξαμε μικρότερους πίνακες για κάθε ερώτηση με τα αποτελέσματα των απαντήσεων του δείγματος της έρευνας. Στους πίνακες αυτούς δείχνουμε την κωδικοποίηση που χρησιμοποιήθηκε για κάθε μεταβλητή, την περιγραφή αυτής, τον αριθμό των απαντήσεων που συγκεντρώθηκαν σε κάθε περίπτωση και το ποσοστό που προκύπτει από τις απαντήσεις (π.χ.

5. ΠΙΝΑΚΑΣ 6.1).
6. Τέλος, δημιουργήθηκαν τα γραφήματα που απεικονίζουν τα δεδομένα του πίνακα ο οποίος αντιστοιχεί σε κάθε ερώτηση. Η κωδικοποίηση έγινε σύμφωνα με τις μελέτες: <http://www.math.upatras.gr>, <http://www.unipi.gr> και <http://www.actuar.aegean.gr>

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Το φαινόμενο της επιχειρηματικότητας είναι εξαιρετικά δύσκολο να οριστεί με ακρίβεια. Το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM (Global Entrepreneurship Monitor) βασίστηκε από την πρώτη στιγμή στην εννοιολογική σημασία της επιχειρηματικότητας, με αποτέλεσμα η επιχειρηματική δραστηριότητα να μπορεί να μετρηθεί εμπειρικά, ωστόσο η χρησιμοποιούμενη έννοια δεν ήταν σε θέση να καλύψει όλες τις πλευρές του φαινομένου. Η μελέτη του φαινομένου αποτελεί πρόκληση λόγω της δυσκολίας με σκοπό να αποσαφηνιστούν και να εντοπιστούν οι παράγοντες που επιδρούν και επηρεάζουν το φαινόμενο αυτό. Η έννοια της επιχειρηματικότητας αποτελεί, πλέον, ένα ζωτικό στοιχείο για την οικονομική και κοινωνική επιτυχία.

Από την άλλη πλευρά, ο ρόλος του επιχειρηματία είναι εξίσου σημαντικός, κατά κύριο λόγο για τις αποφάσεις που θα παρθούν από τον ίδιο. Η επιχειρηματική συμπεριφορά είναι κάτι παραπάνω από τη δημιουργία μιας επιχείρησης ή ενός προϊόντος. Παράλληλα, η καινοτομική δραστηριότητα μιας επιχείρησης είναι εξίσου σημαντική. Είναι στενά συνδεδεμένη με την καινοτομία, που αναζητά διαρκώς κάτι νέο, το οποίο να έχει τη δυνατότητα να ανταποκρίνεται εξελισσόμενες ανάγκες του ανθρώπου. Εισάγοντας νέες ιδέες στην αγορά, αποτελούν ένα σημαντικό κίνητρο για καινοτομία και την αύξηση της ανταγωνιστικότητας. Επιπρόσθετα, η καινοτομία βασίζεται κατά ένα μέρος στη χρηματοδότηση. Εάν, η επιχείρηση δεν έχει τη δυνατότητα να χρηματοδοτηθεί από κάποιον άλλο φορέα, θα αντιμετωπίσει προβλήματα λειτουργίας.

Σύμφωνα, λοιπόν, με τους δείκτες της επιχειρηματικότητας χρησιμοποιούνται συνήθως για να μετρήσουμε την επιχειρηματικότητα σε μια χώρα. Το τελευταίο χρονικό διάστημα κυριαρχεί το φαινόμενο της κρίσης, με απώτερο σκοπό να δημιουργείται πρόβλημα στον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων. Σύμφωνα με την έρευνα που πραγματοποιήσαμε στα πλαίσια της παρούσας πτυχιακής εργασίας για την επιχειρηματικότητα, παρατηρούμε πως οι επιχειρήσεις έχουν ελλείψεις τόσο στον κεφαλαιουχικό εξοπλισμό όσο και στο εργατικό δυναμικό και τη ρευστότητα.

Τέλος, θα είναι αξιοσημείωτο να αναφερθούν προτάσεις για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα με σκοπό τη βελτίωση της εν γένει επιχειρηματικότητας στη χώρα μας, την καταπολέμηση της ανεργίας, η οποία πλήττει σχεδόν ένα μεγάλο ποσοστό στη χώρα μας, και παράλληλα την αύξηση της ανταγωνιστικότητας. Σημαντικό, λοιπόν, θα είναι η δημιουργία ανοικτού και αδιάβλητου μηχανισμού για την αξιολόγηση των επιχειρηματικών ιδεών, με έντονα τα στοιχεία της καινοτομίας με στόχο τη συγκρότηση καινοτόμων ιδεών στην Ελλάδα και παράλληλα τη δημιουργία νέων και ποιοτικών θέσεων. Επίσης, εξίσου σημαντικό είναι η ριζική μείωση του μη μισθολογικού κόστους στα bonus των στελεχών επιχειρήσεων. Τέλος, να υπάρχει στήριξη της εφευρετικότητας των Ελλήνων επιστημόνων και εφευρετών στην κατοχύρωση διεθνών ευρεσιτεχνιών (πατέντες) και παράλληλα την ανάσχεση της διαρροής τους στο εξωτερικό.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Γεωργαντά Ζωή, (2003), Επιχειρηματικότητα και καινοτομίες : το management της επιχειρηματικής καινοτομίας, Εκδόσεις Ανικουλά, Θεσσαλονίκη
- Δασκάλου Χ. Γεώργιος, (1999), Χρηματοδότηση επιχειρήσεων, Εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική
- Θανόπουλος Γ. , (2003), Επιχειρηματική ηθική και δεοντολογία, Εκδόσεις Interbooks
- Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών, (IOBE), (2010-2011), Μέτρηση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα
- Ιωαννίδης Σταύρος. (1993), Ανταγωνισμός, Αγορά και Δημοκρατία, Μια κριτική της Νεοαυστριακής Οικονομικής Θεωρίας, Επιστημονική Βιβλιοθήκη, Εκδόσεις Ίδρυμα Σάκη Καραγιωργα, Αθήνα
- Ιωαννίδης Σταύρος, (2001), Επιχειρηματίας και επιχειρηματικότητα, Εκδόσεις Παπαζήση
- Καραγιάννης Γ. Ηλίας, Μπακούρος Λ. Ιωάννης, (2000), Επιχειρηματικότητα και καινοτομία, Εκδόσεις Σοφία
- Κιόχος Πέτρος, (1988), Χρηματοδότηση επιχειρήσεων, Εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική, Αθήνα
- Πετράκης Ε. Παναγιώτης, Επιχειρηματικότητα και ανάπτυξη, (1996), Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση
- Σκουλάς Ε. Νικόλαος, (2005-2006), Το εγχειρίδιο του μικρού και μεσαίου επιχειρηματία, Εκδόσεις NSA
- Στρατηγάκη Μαρία, (2005), Επιχειρηματικότητα γυναικών
- Τζωρτζάκης Κ. και Τζωρτζάκη Α. , (2004), Οργάνωση και Διοίκηση, Εκδόσεις Rosili
- Φαναριώτης Π., Αρχές οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων (Α΄Τόμος), (2008-2007), Εκδόσεις Σταμούλη

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Barrow C, Burke, G., Molian, D., Brown, R., (2004), Enterprise Development: The Challenges of Starting, Growing and Selling Businesses, Thompson, London
- Deakins David, Freel Mark, (2007), Επιχειρηματικότητα, Εκδόσεις Κριτική
Μετάφραση: Ρούσσο Νίκος, Επιμέλεια: Σπανός Λουκάς
- Gitman Lawrence J., (c1989), Basic managerial finance, Εκδόσεις Harper & Row Pubs, 2nd edition, Cambridge
- Story J.David, Francis J.Greene, Ιωσήφ Χασσίδ, Ειρήνη Φαφάλιου, (2012), Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, Μετάφραση: Σιδέρης Γιάννης
- Samuelson P. A. and Nordhaus W.D. (2000) «Οικονομική» 16η Διεθνής έκδοση, Αθήνα Εκδόσεις Παπαζήση

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

- <http://www.tovima.gr/relatedarticles/article/?aid=117657>
- <http://www.sitemaker.gr/stamkosk/assets/financial2.pdf>
- <http://e-rooster.gr/04/2009/1325>
- <http://apollonpress.blogspot.gr/2012/01/2010-2011.html>
- <http://www.actuar.aegean.gr>
- <http://www.math.upatras.gr>
- <http://www.unipi.gr>
- <http://www.gemconsortium.org>
- www.bicofattika.gr
- www.espa.gr
- www.edge_innovation.com

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

- European economy. Supplement A: economic trends, Monthly, Χορηγός: Ευρωπαϊκή Κοινότητα, Εκδότης EUROP, Δημοσίευση: Luxembourg: EUROP
- Καινοτομία έρευνα και τεχνολογία = innovation research and technology. Τριμηνιαία έκδοση, Χορηγός:Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης Ελληνικό Κέντρο Αναδιανομής Innovation, Εκδότης: Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης, Δημοσίευση: Αθήνα Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης