

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

# **ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ**



**ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ:**

**ΑΓΓΕΛΟΠΟΥΛΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ  
ΜΥΡΗΚΝΑ ΓΑΡΥΦΑΛΛΙΑ ΧΡΥΣΟΥΛΑ  
ΝΤΑΛΤΑ ΜΑΡΙΑ**

**ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:**

**ΓΑΤΟΜΑΤΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ**

**ΠΑΤΡΑ 2013**

# ΠΡΟΛΟΓΟΣ

---

Η έννοια της επιχειρηματικότητας είναι πολύ πιο πλατιά από εκείνη του επιχειρηματία διότι περιλαμβάνει και πολλά άλλα άτομα εκτός από τον επιχειρηματία.

Με την επιχειρηματικότητα ο άνθρωπος «επιχειρεί» εννοούμε δηλαδή ότι προσπαθεί να κάνει κάτι καινούργιο.

Η επιχειρηματικότητα (entrepreneurship) 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 καινούργιο ή για ανάπτυξη νέων ή τροποποιημένων προϊόντων ή νέων αγορών υπάρχει ένα άτομο με επιχειρηματικό πνεύμα. Δηλαδή και στις μεγάλες επιχειρήσεις τα στελέχη που παρουσιάζουν τα χαρακτηριστικά αυτά είναι στελέχη με επιχειρηματικό πνεύμα. Βέβαια αυτό δεν πρέπει να παρερμηνευθεί και να θεωρηθεί ότι κάθε στέλεχος είναι ή μπορεί να είναι και επιχειρηματίας γιατί η βασική δουλειά κάθε στελέχους είναι να κάνει την επιχείρηση να λειτουργεί αποτελεσματικά, ενώ αντίθετα η βασική δουλειά ενός επιχειρηματία είναι να δημιουργεί, να προκαλεί σκόπιμες αλλαγές.

Στην επιχειρηματικότητα, που αρκετοί έχουν ονομάσει τέταρτο συντελεστή της παραγωγής, πολλοί έχουν προσδώσει διάφορα γνωρίσματα τα οποία περιγράφουν το περιεχόμενό της. Για παράδειγμα, η επιχειρηματικότητα αναφέρεται σε:

- παραγωγή αξιών για άλλες παραγωγικές μονάδες ή για καταναλωτές
- ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου
- μετατροπή των συντελεστών της παραγωγής σε προϊόντα
- ορθολογική διάθεση των στοιχείων παραγωγής
- πραγματοποίηση νέων συνδυασμών συντελεστών παραγωγής και στη συνεισφορά τους στην οικονομική πρόοδο της επιχείρησης.

Με τον όρο καινοτομία εννοείται η νέα και πρωτοποριακή ιδέα για την υλοποίηση κάποιου πράγματος ή η νέα διαδικασία αυτής της υλοποίησης, καθώς επίσης και η εφαρμογή νέων εφευρέσεων ή ανακαλύψεων για την πραγματοποίηση κάποιου αποτελέσματος.

Σύμφωνα με τον ορισμό της καινοτομίας, που προτείνει ο ΟΟΣΑ στο «εγχειρίδιο Frascati», πρόκειται για την μετατροπή μιας ιδέας σε εμπορεύσιμο προϊόν ή υπηρεσία, λειτουργική μέθοδο παραγωγής ή διανομής - νέα ή βελτιωμένη - ή ακόμα σε νέα μέθοδο παροχής κοινωνικής υπηρεσίας. Με τον τρόπο αυτόν ο όρος αναφέρεται στην διαδικασία. Από την άλλη μεριά, όταν με τη λέξη «καινοτομία» υποδηλώνεται ένα νέο ή βελτιωμένο προϊόν, εξοπλισμός, η υπηρεσία που διαχέεται επιτυχώς στην αγορά, η έμφαση δίνεται στο αποτέλεσμα της διαδικασία

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

---

Θα θέλαμε να εκφράσουμε τις ευχαριστίες μας προς τον καθηγητή και εισηγητή της παρούσας εργασίας, κο Γατομάτη Παναγιώτη, για την συμπαράστασή του προς εμάς και για την βοήθεια που μας παρείχε καθόλη την διάρκεια της συγγραφής της παρούσας εργασίας.

Επίσης θα θέλαμε να εκφράσουμε την αγάπη μας και την ευγνωμοσύνη μας προς τις οικογενειές μας, για όλη την βοήθεια που μας παρείχαν κατά την διάρκεια των σπουδών μας.

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	ΣΕΛ
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b>	<b>1</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>Ο</sup> Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ</b>	
<b>1.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....</b>	<b>2</b>
<b>1.2 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΑΝ ΝΟΟΤΡΟΠΙΑ.....</b>	<b>3</b>
<b>1.3 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΑΝ ΤΑΞΙΔΙ.....</b>	<b>4</b>
<b>1.4 ΓΙΑΤΙ ΕΙΝΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....</b>	<b>8</b>
<b>1.5 ΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....</b>	<b>11</b>
<b>1.6 ΑΝΑΣΤΑΛΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....</b>	<b>12</b>
<b>1.7 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....</b>	<b>14</b>
<b>1.8 ΝΕΟΙ ΘΕΣΜΟΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....</b>	<b>15</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>Ο</sup> Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ</b>	
<b>2.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ.....</b>	<b>18</b>
<b>2.2 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ.....</b>	<b>22</b>
<b>2.3 ΟΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ.....</b>	<b>23</b>
<b>2.4 ΤΑ ΕΦΟΔΙΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ.....</b>	<b>25</b>
<b>2.5 Ο ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ ΚΑΙ ΤΑ «ΡΙΣΚΑ».....</b>	<b>27</b>
<b>2.6 ΠΩΣ ΓΙΝΕΤΑΙ ΚΑΠΟΙΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ.....</b>	<b>30</b>
<b>2.7 ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ-ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΙ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ.....</b>	<b>31</b>

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup> Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ</b>	
<b>3.1 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....</b>	<b>39</b>
<b>3.2 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ.....</b>	<b>41</b>
<b>3.3 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΙ ΜΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ.....</b>	<b>43</b>
<b>3.3.1 Τεχνολογική καινοτομία προϊόντων και διαδικασιών.....</b>	<b>43</b>
<b>3.3.2 Μη τεχνολογική καινοτομία προϊόντων και διαδικασιών.....</b>	<b>45</b>
<b>3.3.3 Τι δεν είναι καινοτομία οποιασδήποτε μορφής.....</b>	<b>46</b>
<b>3.3.4 Άλλες περιπτώσεις καινοτομίας.....</b>	<b>46</b>
<b>3.4 Η ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ.....</b>	<b>47</b>
<b>3.5 ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΑΙ Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ.....</b>	<b>50</b>
<b>3.6 ΤΕΣΣΕΡΑ ΚΥΡΙΑ ΕΙΔΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ (ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ).....</b>	<b>50</b>
<b>3.6.1 Ριζική, επαναστατική και μικρής κλίμακας καινοτομία.....</b>	<b>53</b>
<b>3.6.2 Είδη καινοτομίας ανάλογα με τη στρατηγική.....</b>	<b>55</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup> Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ</b>	
<b>4.1 Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΑΣΠΙΔΑ ΚΑΤΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ.....</b>	<b>56</b>
<b>4.2 ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΜΟΧΛΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....</b>	<b>59</b>
<b>4.3 Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....</b>	<b>60</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup> ΜΕΤΡΑ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ</b>	
<b>5.1 ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ.....</b>	<b>64</b>
<b>5.2 ΕΥΡΩΠΑΙΚΟΣ ΧΑΡΤΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΙΚΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....</b>	<b>67</b>
<b>5.3 Ο ΝΕΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΝΟΜΟΣ.....</b>	<b>69</b>
<b>5.4 Ο ΝΕΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΣ ΝΟΜΟΣ 3908/2011.....</b>	<b>71</b>
<b>5.5 ΓΕΝΙΚΑ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΑ ΚΑΘΕΣΤΩΤΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ.....</b>	<b>71</b>
<b>5.6 Ο ΝΕΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΝΟΜΟΣ 3908/11, Β' ΚΥΚΛΟΣ ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2012.....</b>	<b>76</b>

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6<sup>ο</sup> ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ ΠΑΝΩ ΣΤΗΝ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ**

<b>6.1 ΧΡΗΜΑΤΟΛΟΤΙΚΟΙ ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΙ.....</b>	<b>79</b>
<b>6.1.1 ΔΗΜΟΣΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ .....</b>	<b>79</b>
<b>6.1.2 ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ.....</b>	<b>81</b>
<b>6.2 ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ, ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ, ΥΠΟΔΟΜΩΝ, ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΝ.....</b>	<b>82</b>

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7<sup>ο</sup> ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΜΜΕ.....</b>	<b>86</b>
---	-----------

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8<sup>ο</sup> ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ**

<b>8.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟ ΑΡΘΡΟ 5 Α(2) ΤΟΥ ΝΕΟΥ ΣΥΝΤΑΓΜΑΤΟΣ.....</b>	<b>97</b>
<b>8.2 ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ Ε.Ε.....</b>	<b>97</b>
<b>8.3 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ 2010: ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ( 1 ΙΟΥΝΙΟΥ 2005) .....</b>	<b>99</b>
<b>8.4 ΠΩΣ ΕΠΩΦΕΛΟΥΝΤΑΙ ΟΙ ΜΜΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ.....</b>	<b>101</b>
<b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....</b>	<b>108</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>109</b>

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

---

Στόχος της μελέτης αυτής είναι η ανάλυση των στάσεων, αξιών και συμπεριφορών ατόμων που διενεργούν επιχειρηματική δραστηριότητα και κατά πόσο η επιχειρηματικότητα και η εξέλιξη της μπορεί να επηρεαστεί από την καινοτομία. Επόμενο ερώτημα στο οποίο θα προσπαθήσουμε να δώσουμε απάντηση ποια θέση κατέχει η καινοτομία στις επιχειρήσεις, κατά πόσο αυτές παράγουν καινοτόμα προϊόντα και τι ακριβώς προσφέρει η καινοτομία στις επιχειρήσεις. Βελτιώνει την θέση στην αγορά? Μπορεί να τις ωθήσει στην επίτευξη του στόχου τους, που όπως όλοι γνωρίζουμε είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους?

Εδώ και αρκετούς αιώνες, η επιχειρηματικότητα αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής του ανθρώπου, ακόμα κι όταν δεν ήταν σε θέση να κατανοήσει την έννοια των ενεργειών του, ώστε να τις χαρακτηρίσει ως επιχειρηματικές προσπάθειες. Το γεγονός αυτό οφειλόταν στην έλλειψη των απαραίτητων γνώσεων και στην περιορισμένη ανάπτυξη και επέκταση των δραστηριοτήτων, τόσο σε προσωπικό όσο και σε συλλογικό επίπεδο. Ωστόσο, βάσει της σημερινής πραγματικότητας είμαστε σε θέση να αναγνωρίζουμε τις παραπάνω κινήσεις ως ένα είδος επιχειρηματικότητας.

Στη συνέχεια της παρούσας εργασίας λοιπόν, θα προσπαθήσουμε, βάσει αναφορών σχετικών βιβλιογραφιών, άρθρων και ερευνών, να παρουσιάσουμε τα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας και του επιχειρηματία καθώς και να δώσουμε τον ορισμό της καινοτομίας και κατά πόσο αυτή έχει βοηθήσει στην άνθηση ή εξέλιξη της επιχειρηματικότητας γενικά αλλά κατά πόσο έχει επηρεάσει την ελληνική επιχειρηματικότητα.



# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup> Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

---

## 1.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η επιχειρηματικότητα είναι μια έννοια χωρίς σαφή προσδιορισμό και με ποικίλες προεκτάσεις. Η ευρύτητά της έγκειται στο πλήθος των ορισμών που περιλαμβάνει, στους οποίους παρατηρείται διαφοροποίηση με την πάροδο των χρόνων. Οι ορισμοί αυτοί περιλαμβάνουν στοιχεία όπως:

- Η σύλληψη της αρχικής ιδέας
- Η σωστή αξιολόγηση των ευκαιριών
- Η διορατικότητα που απαιτείται γι αυτή
- Η οργάνωση και διαχείριση των πόρων της εκάστοτε επιχείρησης
- Η πραγμάτωση της αρχικής σκέψης συμπεριλαμβανομένης της ανάληψης κινδύνου

Τα προαναφερθέντα αυτά στοιχεία προσαρμόζονται κατάλληλα στις συνθήκες κάθε εποχής, δίνοντας με τον τρόπο αυτό στην επιχειρηματικότητα μια διαφορετική χροιά, με την προσθήκη κάθε φορά μιας νέας οπτικής.

Εντούτοις, ένας ορισμός που θα μπορούσε να δοθεί για την επιχειρηματικότητα, σε γενικές γραμμές, στην πιο σύγχρονη μορφή του είναι ο εξής:

Επιχειρηματικότητα είναι η ιδιότητα ενός ατόμου ή ενός οργανισμού να αναλαμβάνει πρωτοβουλία μετά λογικού οικονομικού ρίσκου με απώτερο σκοπό την ανάπτυξη καινοτομικής δραστηριότητας και τον προσπορισμό οικονομικού οφέλους (κέρδος).

## 1.2 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΑΝ ΝΟΟΤΡΟΠΙΑ

Η επιχειρηματικότητα επιδέχεται πολλών ορισμών και προσεγγίσεων, που εκτείνονται από το δημιουργείν έως το επιβιώνειν, από την ανάληψη ρίσκου έως την άσκηση ηγεσίας για τη πραγμάτωση του στόχου και από την επιθυμία αυταπασχόλησης έως την πραγμάτωσή της.

Πάνω απ' όλα όμως, η επιχειρηματικότητα είναι νοοτροπία, κυρίως ατόμων που ανήκουν σε μια ετερογενή ομάδα και που έχουν το ταλέντο να αναγνωρίζουν ευκαιρίες εκεί που οι άλλοι δεν τις βλέπουν και να οργανώνονται για να επιτύχουν το τελικά επιδιωκόμενο όφελος.

Η επιχειρηματικότητα είναι στενά συνδεδεμένη με την καινοτομία, που αναζητά διαρκώς κάτι νέο, το οποίο ν' ανταποκρίνεται στις εξελισσόμενες (ή και τεχνητές) ανάγκες του ανθρώπου και για το σκοπό αυτό αναπλάθει το παλιό. Οφείλει όμως να είναι το ίδιο συνδεδεμένη και με τη κοινωνική υπευθυνότητα και το σεβασμό στη οικολογική ισορροπία, προκειμένου να παραμείνει ωφέλιμη και επομένως βιώσιμη.

Η επιχειρηματικότητα μπορεί έτσι να συμβάλλει στη δημιουργία θέσεων εργασίας και πλούτου, απελευθερώνοντας εν γένει το ανθρώπινο δυναμικό, επιτρέποντας την μετατροπή νέων ιδεών σε επιτυχημένες προσπάθειες και συσσωρεύοντας σχετική γνώση.

Είναι όμως σημαντικό να επισημάνουμε εξ αρχής τον αντιφατικό χαρακτήρα του επιχειρηματία, που φυσικά δεν έχει μόνο φωτεινές πλευρές, αλλά και αρκετές σκοτεινές, ιδίως σε μεταβατικές εποχές σαν τη σημερινή. Το κυρίαρχο και αναπαραγόμενο στερεότυπο του επιχειρηματία (ως στυγνού εκμεταλλευτή, που αδιαφορεί για το περιβάλλον και το γενικότερο καλό) είναι μια καρικατούρα του αρχέτυπου της επιχειρηματικότητας, που προσωποποιούσε ο αρχαίος θεός Ερμής.

Αξίζει να σημειωθεί ότι ο Ερμής ήταν ταυτοχρόνως κερδώς και κατεργάρης, αλλά και ψυχοπομπός και αγγελιοφόρος των θεών.

Η εγγενής αυτή αντιφατικότητα εκδηλώνεται έντονα στους καιρούς μας, όπου το αληθινό πνεύμα της επιχειρηματικότητας δεν ενθαρρύνεται ουσιαστικά κι έτσι το έντονα επινοητικό πνεύμα του Έλληνα, που εκφραζόταν από τον πολυμήχανο Οδυσσέα, μένει αναξιοποίητο ή αναζητά αλλού διέξοδο.

Από τη μια, πολλές μεσαίες και μικρές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν επί πολλά έτη σοβαρότατα προβλήματα επιβίωσης, λόγω του ισχυρού πλέον ανταγωνισμού, της συχνά γραφειοκρατικής μεταχείρισης και της παραμορφωμένης αντίληψης για την αγορά, αλλά και λόγω της έλλειψης ουσιαστικών διοικητικών γνώσεων και επιχειρηματικής στρατηγικής από τους ιδρυτές – ιδιοκτήτες – διευθυντές τους.

Από την άλλη όμως και η κοινωνία στέκεται ιδιαίτερα επιφυλακτική ως προς το ήθος και τις πρακτικές που αρκετοί επιχειρηματίες μετέρχονται, άλλοι για να επιβιώσουν και άλλοι για να συσσωρεύσουν. Το δίπολο αυτό δημιουργεί σημαντικές στρεβλώσεις και εμπόδια στις προσπάθειες για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.

### **1.3 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΑΝ ΤΑΞΙΔΙ**

Αρκετοί σύγχρονοι μελετητές επισημαίνουν ότι η πορεία και ο διαρκής αγώνας του επιχειρηματία για τη πραγμάτωση του σκοπού του παρουσιάζει πολλά κοινά στοιχεία με το κλασικό μοτίβο του ηρωικού ταξιδιού, που συναντάμε σε όλες σχεδόν τις μυθολογίες και παραδόσεις του κόσμου. Σύμφωνα μάλιστα με τον Joseph Campbell , έναν παγκοσμίου κύρους συγκριτικό ανθρωπολόγο, «κάθε κοινωνία τιμά τους ήρωές της, εκείνους δηλαδή που τιμούν το παρελθόν, ενεργοποιούν το παρόν και διαμορφώνουν το μέλλον, εκείνους που ξεκινούν από το οικείο και το άνετο για να ταξιδεύσουν στο άγνωστο, ρισκάροντας αποτυχία και απώλεια, με την ελπίδα κάποιου μεγαλύτερου από αυτούς σκοπού ή ιδέας». Πράγματι, μπορούμε να διακρίνουμε τα τρία αυτά καθιερωμένα στάδια (χωρισμός – μύηση – επιστροφή) και στην αναζήτηση του αληθινού επιχειρηματία.

#### Το κάλεσμα

Αρχικά, ο/η επιχειρηματίας αισθάνεται ότι κάτι πρέπει να αλλάξει στα καθιερωμένα και συμβατικά πράγματα του κόσμου που ανήκει, ότι πρέπει να υπάρχει καλύτερος τρόπος για κάποια ζητήματα, τον οποίο αναλαμβάνει ο ίδιος να βρει. Όλοι οι επιχειρηματίες δεν ξεκινούν από την ίδια αφετηρία.

Άλλοι επιθυμούν να καλυτερεύσουν τις συνθήκες διαβίωσης των ιδίων, των οικογενειών, ή των μικρών κοινωνιών τους, άλλοι να αποκτήσουν πλούτη ή δόξα, άλλοι απλώς αναζητούν τη περιπέτεια και τη πρόκληση, όλοι όμως χαρακτηρίζονται από πάθος, όραμα, ενεργητικότητα και αποφασιστικότητα να ταξιδεύσουν προς το άγνωστο. Όντας εξωστρεφής και αληθινά αισιόδοξος, ο/η επιχειρηματίας – ήρωας «βλέπει» εκείνο που θα μπορούσε να αναδιοργανώσει την υπάρχουσα κατάσταση, με δημιουργικό και ωφέλιμο τρόπο, αρνούμενος να αποδεχθεί τα συμπεράσματα τρίτων, σχετικά με το τι είναι εφικτό και τι όχι. Γι αυτό και πολλές φορές αντιμετωπίζει την αδιαφορία του κόσμου και τη περιφρόνηση, ακόμη και την έχθρα των ανταγωνιστών του, που επιθυμούν να παραμείνουν τα πράγματα ως έχουν. Στη φάση αυτή το ξανασκέφτεται και αρκετές φορές δειλιάζει να προχωρήσει. Μια νέα όμως σειρά ενδείξεων, που δεν μπορεί πια εύκολα να αγνοήσει, τον βοηθούν να διαβεί το κατώφλι της περιπέτειας.

### Η περιπέτεια

Τώρα πια ο ήρωας ή η ηρωίδα είναι σε άγνωστο και επικίνδυνο έδαφος, που κανείς ποτέ δεν χαρτογράφησε και όπου όλα μοιάζουν εχθρικά. Οι ανταγωνιστές του προσπαθούν να τον ανακόψουν κι οι παλιοί συνεργάτες του δεν μπορούν να τον καταλάβουν ή να τον ακολουθήσουν στην αναζήτησή του. Κι όμως σε στιγμές κρίσιμες πάντοτε παρουσιάζονται κάποιιοι απρόσμενοι βοηθοί, που του δίνουν χρήσιμα όπλα και εφόδια, με τη μορφή ιδεών, πληροφοριών και ευκαιριών.

Ο/η επιχειρηματίας, αν κι έχει αποφασίσει να θυσιάσει τη προσωπική άνεση και ασφάλεια για την ιδέα, το στόχο, το όραμα ή το όνειρο που κυνηγάει μέσα από τη καρδιά του/της, πρέπει ακόμη να μάθει να αντέχει στις συνέπειες των λαθών που κάνει και να διδάσκεται από αυτά. Δεν είναι μια γραμμική πορεία, με προβλέψιμα στάδια και αποτελέσματα, αλλά μια αντιφατική ανάβαση, γεμάτη εμπόδια που πρέπει διαρκώς να ξεπερνάει, επιστρατεύοντας τα κρυφά του όπλα και τις παραδοσιακές αρετές του/της. Είναι μια πορεία σ' ένα πεδίο δοκιμασιών, όπου μετριέται το θάρρος και ταυτόχρονα διαμορφώνεται ο χαρακτήρας του/της. Ούτε όλοι όσοι ξεκινούν το ταξίδι καταλήγουν κάπου, γιατί κάποιοι χάνουν τη πίστη τους και χάνονται ανάμεσα σε κοινωνικούς «δράκους» και οικονομικά θηρία.

## Η επιστροφή

Όποιοι όμως φτάνουν στο «θησαυρό», που συμβολίζει τη νίκη της κατανόησης της λειτουργίας της αγοράς και της οργάνωσης της επιχείρησης, επιστρέφουν στη κοινωνία με τα νέα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που δημιούργησαν και τη γνώση και την εμπειρία που αποκόμισαν. Τα κέρδη τους δεν είναι μόνο υλικά και η ανταμοιβή που απολαμβάνουν ξεκινά από την ικανοποίηση των πελατών, που έτσι αναγνωρίζουν την επιτυχία του ήρωα και της ηρωίδας. Έτσι μόνο κλείνουν - προσωρινά – το κύκλο που άνοιξαν, για να τον ξανανοήξουν λίγο αργότερα, σαν ανήσυχα και δημιουργικά πνεύματα.

## Η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα

Εξαιτίας λοιπόν της σημασίας της επιχειρηματικότητας, αλλά και των στρεβλώσεών της, για το κοινωνικό σύνολο και το φυσικό περιβάλλον, είναι ιδιαίτερα επιτακτική η προσεκτική προσέγγιση του θέματος της εκπαίδευσης σ' αυτήν. Η γαλούχηση του επιχειρηματικού πνεύματος είναι καλό να ξεκινά από τα πρώτα χρόνια της μάθησης και να συνεχίζεται σε όλες τις εκπαιδευτικές βαθμίδες. Η εκπαίδευση αυτή διευκολύνει αφενός τους μελλοντικούς επιχειρηματίες να αναπτύξουν την αυτοπεποίθηση και τις απαραίτητες δεξιότητές τους και αφετέρου τους μελλοντικούς εργαζόμενους να γνωρίσουν τις λειτουργίες μιας μικρής επιχείρησης και να κατανοήσουν τα προβλήματα του μελλοντικού εργοδότη τους.

Υπάρχει όμως μια σοβαρή διαφορά ανάμεσα στην εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα και την εκπαίδευση στη διοίκηση, που ξεκινά από την ουσιώδη διαφοροποίηση ανάμεσα σε έναν/μία επιχειρηματία και ένα διοικητικό ή τεχνικό στέλεχος. Ο/η επιχειρηματίας δεν επιδιώκει την τελειότητα αλλά την επιτυχία, δεν φοβάται το λάθος αλλά διδάσκεται απ' αυτό, δεν επιδιώκει να διατηρεί τον έλεγχο, αλλά προσπαθεί να αντιλαμβάνεται τη κίνηση και την αλλαγή που συμβαίνει γύρω του.

Δηλαδή, η επιχειρηματικότητα είναι εξωστρεφής διαδικασία, ενώ η διοίκηση εσωστρεφής. Ακριβώς γι αυτό, η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα πρέπει να διαφοροποιείται ως προς το περιεχόμενο και προπαντός ως προς τις μορφές και τις μεθόδους. Έτσι, όταν σε διάφορα εκπαιδευτικά προγράμματα, η επιχειρηματικότητα εκλαμβάνεται ως διοίκηση επιχειρήσεων ή οργανισμών (ενώ δεν είναι), οι εκπαιδευόμενοι στερούνται τελικά από την πραγματική επαφή τους με την αγορά.

Καθώς μάλιστα η επιχειρηματικότητα μάλλον ασκείται παρά διδάσκεται, η εκπαίδευση σ' αυτήν δεν γίνεται μέσω εγχειριδίων, ούτε αξιολογείται ή πιστοποιείται μέσω τεστ. Μια καλή πρακτική για την κατανόησή της είναι και η γνωριμία των μαθητών / σπουδαστών με ιστορίες επιτυχίας και (πιο χρήσιμο) αποτυχίας ή προδοσίας από ήδη ενεργούς επιχειρηματίες και επαγγελματίες διαφόρων κλάδων ή περιοχών.

Άλλα προβλήματα που εντοπίζονται στο χώρο αυτό αφορούν κυρίως το είδος της προς μετάδοση γνώσης, τις τεχνικές και τα εργαλεία που απαιτούνται και τη διαρκή αλλά μονότονη ενασχόληση με μεμονωμένες πλευρές της (όπως πχ το εκπαιδευτικό υλικό).

Ως απαραίτητες προϋποθέσεις για μια αποτελεσματική εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα πρέπει να αναφερθούν η ύπαρξη ολοκληρωμένων μοντέλων αξιοποίησης της συλλογικής ευφυΐας και εμπειρίας, η χρήση σεναρίων και βιωματικών τεχνικών και η ύπαρξη standards για το περιεχόμενο της εκπαίδευσης

Στα αναμενόμενα οφέλη μιας τέτοιας εκπαίδευσης συνυπολογίζονται τα εξής:

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

#### **1.4 ΓΙΑΤΙ ΕΙΝΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ;**

Η επιχειρηματικότητα, δηλαδή η προσπάθεια για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, προωθεί την τοπική και εθνική οικονομική ανάπτυξη, δημιουργεί θέσεις εργασίας, και βοηθά τις μη προνομιούχες ομάδες, ειδικότερα τους νέους και τις νέες, να βρουν απασχόληση, συμβάλλοντας έτσι στην άρση της περιθωριοποίησης και στην ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής.

Πάνω από όλα όμως, η δημιουργία μιας επιχείρησης είναι η ατομική πράξη ενός ανθρώπου που αναλαμβάνει το ρίσκο, ενός ανθρώπου που συχνά είναι απροετοίμαστος. Η επιτυχία ή αποτυχία της επιχειρηματικής του δραστηριότητας εξαρτάται κατά κύριο λόγο από τα στοιχεία της προσωπικότητας του, τις δεξιότητες που έχει και τις ικανότητες που αναπτύσσει, τη μεθοδικότητα, την επιμονή, την αισιοδοξία, τη διάθεση για προσωπική δέσμευση και ανάληψη κινδύνων, τη σωστή πληροφόρηση και την καλή γνώση του αντικειμένου.

Πιο συγκεκριμένα η σημαντικότητα της επιχειρηματικότητας εξηγείται από τις παρακάτω θετικές επιδράσεις:

*i. Η επιχειρηματικότητα συμβάλλει στη δημιουργία θέσεων εργασίας και στην ανάπτυξη.*

Οι νέες και μικρές επιχειρήσεις δημιουργούν όλο και περισσότερες θέσεις εργασίας έναντι των μεγάλων επιχειρήσεων (Entrepreneurship: A survey of the literature,2002).Οι χώρες που παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη αύξηση στα ποσοστά επιχειρηματικότητας τείνουν να παρουσιάζουν και τη μεγαλύτερη μείωση των ποσοστών ανεργίας. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1990, οι ταχέως αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις συνέβαλαν σημαντικά στη δημιουργία θέσεων εργασίας.

Για παράδειγμα στις Κάτω Χώρες, στο διάστημα μεταξύ 1994 και 1998, το 8% των ταχέως αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων δημιούργησαν το 60% των νέων θέσεων εργασίας στο πλαίσιο υφισταμένων επιχειρήσεων (Entrepreneurship in the Netherlands,2002). Στις Ηνωμένες Πολιτείες 350.000 ταχέως αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις δημιούργησαν τα δύο τρίτα όλων των νέων θέσεων εργασίας στο διάστημα 1993 και 1996. Από την έρευνα προκύπτει ότι η επιχειρηματικότητα συμβάλλει σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη παρόλο που η αύξηση του ΑΕΠ επηρεάζεται και από πολλούς άλλους παράγοντες.

Η επιχειρηματικότητα μπορεί, επίσης, να συμβάλλει στην ενίσχυση της οικονομικής και κοινωνικής συνοχής στις περιφέρειες εκείνες που παρουσιάζουν υστέρηση στην ανάπτυξη, στην ενθάρρυνση της οικονομικής δραστηριότητας και δημιουργίας θέσεων εργασίας ή στην ένταξη ανέργων ή μειονεκτούντων ατόμων στην ενεργό ζωή.

*ii. Η επιχειρηματικότητα αποτελεί βασικό παράγοντα βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας.*

Νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, που αφορούν την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης ή τον αναπροσανατολισμό μιας υπάρχουσας (π.χ. μετά τη μεταβίβαση μιας επιχείρησης σε ένα νέο ιδιοκτήτη), δίνουν ώθηση στην παραγωγικότητα. Αυξάνουν την ανταγωνιστική πίεση, αναγκάζοντας άλλες επιχειρήσεις να αντιδράσουν βελτιώνοντας τις επιδόσεις τους ή καινοτομώντας. Οι υψηλότερες επιδόσεις ή καινοτομία των επιχειρήσεων σε επίπεδο οργάνωσης, μεθόδων, προϊόντων, υπηρεσιών ή αγορών, βελτιώνουν την ανταγωνιστικότητα της οικονομίας συνολικά. Η διαδικασία αυτή προσφέρει στους καταναλωτές πλεονεκτήματα χάρη στην αύξηση των επιλογών και στη μείωση των τιμών.

*iii. Η επιχειρηματικότητα απελευθερώνει τον δυναμισμό του ατόμου.*

Η άσκηση ενός επαγγέλματος δεν αποτελεί απλά και μόνο μέσο προσπορισμού χρημάτων. Υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή επαγγελματικής σταδιοδρομίας όπως είναι η ασφάλεια, το επίπεδο ανεξαρτησίας, η ποικιλία καθηκόντων και το ενδιαφέρον που παρέχει η εργασία. Η επιδίωξη υψηλότερων εισοδηματικών επιπέδων μπορεί να παρακινήσει τα άτομα να θέσουν «υψηλότερους στόχους», όπως η αυτοπραγμάτωση και η ανεξαρτησία, μέσω της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Από τη βρετανική έρευνα οικογενειακών προϋπολογισμών προκύπτει ότι, εκτός από τα υλικά κίνητρα (χρήματα και κοινωνική θέση), η επιλογή του να γίνει κάποιος επιχειρηματίας βασίζεται και στην αυτοπραγμάτωση (ελευθερία, ανεξαρτησία και πρόκληση).

Για ορισμένους, οι οποίοι δεν επιτυγχάνουν να βρουν μία "συνήθη" θέση εργασίας που να τους καλύπτει, η επιλογή να γίνουν επιχειρηματίες ενδεχομένως να οφείλεται εν μέρει ή και εξ ολοκλήρου σε οικονομική ανάγκη. Το να γίνουν επιχειρηματίες ίσως τους δίνει την ελπίδα ότι θα μπορέσουν να βελτιώσουν τη θέση τους.



Η επαγγελματική ικανοποίηση μεταξύ επιχειρηματιών είναι υψηλότερη από ό,τι μεταξύ μισθωτών. Σε μία έρευνα, το 33% των αυτοαπασχολούμενων χωρίς μισθωτούς και το 45% των αυτοαπασχολούμενων με μισθωτούς δήλωναν πολύ ικανοποιημένοι από τις συνθήκες εργασίας τους έναντι μόνο 27% των μισθωτών (Third European survey,2002).

#### *iv. Επιχειρηματικότητα και κοινωνικές επιταγές.*

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

Η επιχειρηματικότητα μπορεί επίσης να διαδραματίσει θετικό ρόλο στην αποτελεσματική παροχή υπηρεσιών στον τομέα της υγείας, της εκπαίδευσης και της κοινωνικής πρόνοιας. Οι επιχειρήσεις της κοινωνικής οικονομίας ενθαρρύνουν τη συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών στη διαχείριση και παροχή παρόμοιων υπηρεσιών, βελτιώνοντας την καινοτομία και τον προσανατολισμό προς τους πελάτες. Μια παρόμοια προσέγγιση μπορεί να συμπληρώσει τους δημόσιους πόρους και να επεκτείνει το φάσμα των υπηρεσιών που προσφέρονται στους καταναλωτές.

## 1.5 ΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Τα άτομα ωθούνται στην επιχειρηματική δραστηριότητα από κάποια κίνητρα. Τα κυριότερα είναι τα εξής:

◆ Το κέρδος. Η οικονομική ανταμοιβή είναι από τα σπουδαιότερα κίνητρα, ίσως το σπουδαιότερο. Οι επιχειρηματίες προσδοκούν μια απόδοση της επένδυσης, η οποία, όχι μόνο θα τους αποζημιώσει για το χρόνο και τα χρήματα που έχουν επενδύσει, αλλά θα τους ανταμείψει ικανοποιητικά για τους κινδύνους και τις πρωτοβουλίες που αναλαμβάνουν στην επιχειρηματική τους δραστηριότητα.

◆ Η ανεξαρτησία. Η ελευθερία για ανεξάρτητη εργασία είναι μια άλλη ανταμοιβή-και κίνητρο οπωσδήποτε- της επιχειρηματικότητας. Είναι πολύ συνηθισμένη η φράση «θέλω να είμαι αφεντικό του εαυτού μου» ή «δε θέλω να έχω κανένα πάνω από το κεφάλι μου».

◆ Η προσωπική και επαγγελματική καταξίωση. Η ανάπτυξη μιας επιχείρησης στηρίζεται, εκτός των άλλων, και στην πρόθεση του επιχειρηματία για ανάδειξη των προσωπικών ικανοτήτων-δεξιοτήτων του. Για να γίνει κάποιος πετυχημένος επιχειρηματίας χρειάζεται να μπορεί ν' αντεπεξέρχεται με το ρίσκο, την αβεβαιότητα, το στρες, να χειρίζεται επαρκώς τις πολυπόικιλες διαπροσωπικές σχέσεις και να διοικεί την επιχείρηση με περιορισμένους πόρους. Πολλοί γίνονται επιχειρηματίες για να βιώσουν αυτό το αίσθημα προσωπικής καταξίωσης και αυτοολοκλήρωσης, που απορρέει από τη δημιουργία μιας ολοκληρωμένης και παραγωγικής οντότητας, όπως είναι μια σωστή επιχείρηση.

◆ Μια εναλλακτική επιλογή απέναντι σε μια μη ικανοποιητική εργασία. Πολλοί επιχειρηματίες ήταν στο παρελθόν στελέχη ή εργαζόμενοι γενικότερα σε άλλες επιχειρήσεις. Ενώ δεν υπήρχε κίνδυνος απόλυσής τους, κάποια στιγμή διαπίστωσαν ότι η δουλειά τους δεν τους ικανοποιούσε πλέον. Άλλοι αντιλήφθηκαν ότι οι πιθανότητες εξέλιξής τους ήταν περιορισμένες και αυτό προφανώς δεν ήταν καθόλου υποκινητικό γι' αυτούς. Υπάρχει όμως και μια άλλη κατηγορία, αυτών που είχαν ξεκινήσει την επιχείρησή τους ως δεύτερη δουλειά και όταν διαπίστωσαν ότι πηγαίνει πολύ καλά, εγκατέλειψαν τη μισθωτή εργασία τους και ασχολήθηκαν αποκλειστικά με τη δική τους επιχείρηση.

♦ Η υπάρχουσα οικογενειακή επιχείρηση αποτελεί ένα εξίσου ικανό κίνητρο για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Είναι συνηθισμένο φαινόμενο κυρίως αγόρια, παιδιά επιχειρηματιών να αναλαμβάνουν και να συνεχίζουν ή να επεκτείνουν την οικογενειακή επιχείρηση. Είναι σημαντικό όμως για τον μέλλοντα επιχειρηματία να ωθείται από προσωπική επιθυμία σε επιχειρηματική δραστηριότητα και όχι να του επιβάλλεται η επαγγελματική αυτή επιλογή άμεσα ή έμμεσα είτε από την οικογένεια είτε από τα χρηματοδοτικά πακέτα είτε τέλος από άλλους εξωτερικούς παράγοντες.

## **1.6 ΑΝΑΣΤΑΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ**

Το επάγγελμα του επιχειρηματία θεωρείται ιδιαίτερα ελκυστικό και η προσπάθεια που καταβάλλεται εκ μέρους αυτού που επιχειρεί, γίνεται ευρέως αποδεκτή.

Ωστόσο, κάποια εμπόδια ορθώνονται συχνά και τείνουν να αναστείλουν την εκκίνηση της επιχειρηματικότητας, τα οποία ανάγονται στο στενό οικογενειακό περιβάλλον και στον κοινωνικό περίγυρο από τη μια πλευρά και στην προσωπικότητα και τα στοιχεία που συνθέτουν την κουλτούρα του κάθε ατόμου από την άλλη.

Οι συνήθεις αναστολές πηγάζουν κυρίως από την επικράτηση κάποιων μύθων σχετικά με την επιτυχία ή αποτυχία που συνοδεύει την εκκίνηση μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας και οι οποίοι συνοψίζονται στους εξής:

- Ο μύθος της καινοτομίας

Επικρατούσα αντίληψη στον κόσμο των επιχειρήσεων είναι ότι η εισαγωγή ενός καινοτόμου σχεδίου και πρότασης αποτελεί προϋπόθεση επιτυχημένης επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Μια πρωτότυπη ιδέα και το παραγόμενο προϊόν δεν είναι όμως βέβαιο ότι θα τύχουν και της αποδοχής εκ μέρους των καταναλωτών. Μπορεί για παράδειγμα, απλά η αγορά να μην είναι έτοιμη να δεχτεί κάτι εντελώς καινούργιο. Από την άλλη πλευρά μια δοκιμασμένη ιδέα ενδέχεται να τύχει καλύτερης μεταχείρισης, διότι προϋπάρχει η εμπειρία που θα τη βοηθήσει να υλοποιηθεί κάτω από καλύτερες συνθήκες.

-Ο μύθος του σίγουρου επιχειρηματικού σχεδιασμού

Για το στήσιμο μιας επιχείρησης είναι αναγκαίος ο προσεκτικός, αναλυτικός, επιστημονικός σχεδιασμός της. Σχετικές έρευνες όμως αποδεικνύουν ότι η επιβίωση μιας επιχείρησης δεν εξαρτάται απόλυτα από την μελέτη και τον σχεδιασμό της. Η διαίσθηση, η τόλμη και ο αυτοσχεδιασμός του επιχειρηματία είναι ικανά να αναπληρώσουν ένα πολυέξοδο επιχειρηματικό σχέδιο.

- Ο μύθος της έλλειψης απαραίτητων γνώσεων και ικανοτήτων

Ιδανική συνθήκη είναι να διαθέτει κάποιος πολλές τεχνικές και διοικητικές γνώσεις, ικανότητες και ταλέντα, αλλά μια καλή λύση για εκείνον που δεν έτυχε τέτοιων ευνοϊκών συνθηκών είναι η εμπειρία. Η απασχόληση σε παρόμοιο τομέα θα βοηθήσει ένα άτομο να μάθει πώς δουλεύουν οι επιχειρήσεις, να βρει ιδέες και να αποκτήσει γνωριμίες, ώστε να κτίσει τη δική του επιχείρηση.

- Ο μύθος του ρίσκου

Αναπτύσσοντας μια επιχειρηματική δραστηριότητα ο επαγγελματίας ζει σε μια συνεχή ανασφάλεια λόγω της έκθεσής του στον κίνδυνο της αποτυχίας ή μιας πιθανής οικονομικής δυσμενούς εξέλιξης. Η επιχειρηματικότητα είναι ενσωματωμένη στον κοινωνικό και οικονομικό ιστό, το οποίο σημαίνει ότι υπάρχει μια αλληλένδετη σχέση μεταξύ του επιχειρηματία, των χρηματοδοτών του, των προμηθευτών του, των εργαζομένων του, και των πελατών του.

Επομένως, ο κίνδυνος μοιράζεται σε ένα ευρύ ανθρώπινο δίκτυο συνεργατών. Παρ' όλα αυτά, η αποτυχία αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής, της καθημερινότητας, οπότε πάντοτε ελλοχεύει ο κίνδυνος αυτής της πιθανότητας, δίχως αυτό να σημαίνει ότι η αποτυχία αποτελεί και τον κανόνα.

- Ο μύθος της μικρής ελληνικής αγοράς

Οι δυνατότητες της ελληνικής οικονομίας να δεχτεί πολλές επιχειρηματικές δραστηριότητες είναι περιορισμένες. Μια άποψη που δεν φαίνεται να ευσταθεί, λαμβανομένων υπ' όψιν: των

νέων κλάδων που αναπτύσσονται, των παραδοσιακών που μεταλλάσσονται και της νεανικής δημιουργικότητας η οποία οδηγεί σε νέα προϊόντα και υπηρεσίες με αποτέλεσμα να προβάλλουν νέες ευκαιρίες.

- Η διάκριση των φύλων

Δεν πρόκειται αυτή τη φορά για κάποιον μύθο, αλλά για κοινή διαπίστωση. Το φύλο φαίνεται να επηρεάζει τις επαγγελματικές αξίες των ανθρώπων. Οι άνδρες έχουν την τάση να ενδιαφέρονται περισσότερο για οικονομικές ανταμοιβές, ανεξαρτησία, κύρος και δυνατότητα εξέλιξης στη δουλειά τους.

## **1.7 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

Η δραστηριότητα του επιχειρηματία είναι πάρα πολύ σημαντική για την εύρυθμη λειτουργία και ανάπτυξη της οικονομίας γιατί βοηθά αποτελεσματικά στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και επιπρόσθετου εισοδήματος. Για το λόγο αυτό τα τελευταία χρόνια οι κυβερνήσεις, οι διάφορες οργανώσεις και ενώσεις και τα πανεπιστημιακά ιδρύματα των προηγμένων κρατών έχουν στρέψει την προσοχή τους στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.

Η οικονομία που δεν αναπτύσσει την επιχειρηματικότητα δεν θα μπορέσει να εκμεταλλευτεί προς όφελός της τα διάφορα τεχνολογικά και άλλου είδους επιτεύγματα. Πλούτος σε μία οικονομία δεν είναι μόνο οι παραγωγικοί πόροι αλλά και οι ιδέες των ανθρώπων. Σημαντικό μέρος αυτών των ιδεών αποτελούν και οι επιχειρηματικές ιδέες που μόνο όταν μπορέσουν να εφαρμοσθούν και να αξιολογηθούν από την αγορά, συμβάλλουν αποφασιστικά όχι μόνο στην οικονομική ανάπτυξη αλλά και στη διόρθωση των ανισορροπιών της οικονομίας.

Αν θέλουμε να, εμπνεύσουμε την επιχειρηματικότητα στους νέους θα πρέπει να κατευθύνουμε με κατάλληλο τρόπο τις διάφορες παραμέτρους του γενικού περιβάλλοντος στο οποίο δημιουργείται και αναπτύσσεται η επιχειρηματικότητα. Αλλά για να καταλήξουμε σε μια ωφέλιμη και δημιουργική στρατηγική θα πρέπει να προηγηθεί η ανάληψη ειδικών

εμπειρικών μελετών, ώστε να αξιολογηθούν οι σημαντικοί παράγοντες που επιδρούν στην επιχειρηματικότητα.

Συγκεκριμένα, πέραν των λόγων που έχουν αναφερθεί παραπάνω, από διάφορες εμπειρικές έρευνες έχει διαπιστωθεί ότι οι σημαντικότεροι λόγοι για τους οποίους αναλαμβάνεται μια επιχειρηματική δραστηριότητα είναι:

- ◆ Η ανάγκη καταξίωσης του επιχειρηματία,
- ◆ Το αναμενόμενο εισόδημα,
- ◆ Η ανεργία,
- ◆ Οι επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Όσον αφορά τους παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας αυτοί είναι:

- ◆ Η προηγούμενη επαγγελματική ενασχόληση,
- ◆ Οι οικογενειακές σχέσεις,
- ◆ Η εκπαίδευση,
- ◆ Η ηλικία

Αν επιθυμούμε να αναπτύξουμε στη χώρα μας την επιχειρηματικότητα θα πρέπει όχι μόνο να βελτιώσουμε το εκπαιδευτικό μας σύστημα αλλά και να διαμορφώσουμε μια οικονομική πολιτική που να ευνοεί την εξάσκηση αυτής της δραστηριότητας.

## **1.8 ΝΕΟΙ ΘΕΣΜΟΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Κατά το παρελθόν η πολιτεία ενίσχυσε τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων μέσω των γενικών επενδυτικών προγραμμάτων (βλέπε κίνητρα επενδύσεων) χωρίς ωστόσο να διαθέτει κάποιο εξειδικευμένο φορέα/υπηρεσία που θα είχε την υπευθυνότητα και την αντίστοιχη αρμοδιότητα για την οργανωμένη και αποτελεσματική υποστήριξη της νέας επιχειρηματικής δράσης. Αυτό το κενό έρχονται να καλύψουν οι νέοι θεσμοί ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, όπως Κέντρα Υποδοχής Επενδυτών (έναρξη λειτουργίας το έτος 2003) καθώς και η δημιουργία των Θυρίδων Νεανικής Επιχειρηματικότητας από την Γενική

Γραμματεία Νέας Γενιάς, οι οποίες σύμφωνα με τον θεσμικό τους ρόλο μπορούν να παρέχουν πολύτιμες υπηρεσίες και να σταθούν αρωγοί πλάι σε κάθε νέο επιχειρηματικό ξεκίνημα.

Οι Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας είναι δομές πληροφόρησης και παροχής βοήθειας, βασικής και ολοκληρωμένης μορφής, προς όλους τους ενδιαφερόμενους νέους που θέλουν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά ή να επεκτείνουν την επιχείρησή τους. Οι Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας απευθύνονται σε φοιτητές, σπουδαστές, αποφοίτους της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, μαθητές των δημοσίων και ιδιωτικών ΙΕΚ και των άλλων σχολών αρχικής επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης, καθώς και σε μαθητές και αποφοίτους των ΤΕΕ.

Τέλος, απευθύνονται σε εν δυνάμει επιχειρηματίες καθώς και σε επιχειρήσεις νέων που βρίσκονται στο αρχικό τους στάδιο. Βασικοί στόχοι των Θυρίδων Νεανικής Επιχειρηματικότητας είναι:

- ◆ Η δημιουργία επιχειρηματικής κουλτούρας στους νέους, μέσα από διαδικασίες ενημέρωσης και παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών.
- ◆ Η ενθάρρυνση των νέων να στραφούν προς την επιχειρηματικότητα και την αυτοαπασχόληση.

Οι υπηρεσίες που παρέχονται από τις Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα:

1. Πληροφορίες για χρηματοδότηση
2. Πληροφορίες για την αγορά εργασίας
3. Πληροφορίες για υπηρεσίες άλλων φορέων
4. Πληροφορίες δικτύωσης
5. Πληροφορίες εκπαίδευσης
6. Υποστήριξη στην αξιολόγηση της επιχειρηματικής ιδέας.
7. Υποστήριξη στην ανάπτυξη Επιχειρηματικού Σχεδίου
8. Υποστήριξη στην ανάπτυξη πλάνου Marketing
9. Συμβουλευτική - τεχνική βοήθεια
10. Εμπύχωση
11. Ενημερωτικό υλικό άλλων συνεργαζόμενων φορέων
12. Δικτύωση
13. Ενίσχυση της επιχειρηματικής αντίληψης

Ανάλογη δράση ή ρόλο έχουν και τα νεοϊδρυθέντα Παρατηρητήρια Επιχειρηματικότητας, τα οποία συνίστανται στη συλλογή, έρευνα και ανάλυση μικροοικονομικών και μακροοικονομικών μεγεθών και στοιχείων σε σχέση με την προώθηση της επιχειρηματικότητας και στην παροχή επεξεργασμένης και τυποποιημένης πληροφορίας σε κάθε ενδιαφερόμενο. Το Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας στοχεύει στη δικτύωση των Θυρίδων Νεανικής Επιχειρηματικότητας με τους φορείς άσκησης πολιτικής στον τομέα της απασχόλησης και της επιχειρηματικότητας.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>Ο</sup> Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

---

### 2.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

Η κυρίαρχη άποψη των ειδικών σήμερα είναι ότι οι επιχειρηματίες γίνονται μέσα από τις εμπειρίες της ζωής τους και μάλιστα σε κάθε στιγμή αυτής. Τονίζουν ότι το μεν ταλέντο και η προδιάθεση είναι έμφυτα, χρειάζεται όμως να υπάρχουν και οι απαραίτητες συνθήκες για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.

Στην αρχή της προσπάθειάς τους οι επιχειρηματίες έχουν το όραμα να ιδρύσουν μια επιχείρηση, που θα τους ανήκει και θα την διευθύνουν. Πρόκειται λοιπόν για ένα τρίπτυχο δημιουργίας – ιδιοκτησίας – διοίκησης, που προϋποθέτει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, γνώσεις και δεξιότητες.

Σε όλη τη διάρκεια του ταξιδιού τους αυτού και Ιδιαίτερα μπροστά στη λήψη αποφάσεων και την επιλογή ανάμεσα σε εναλλακτικές λύσεις, οι επιχειρηματίες πρέπει να συνδυάζουν τέσσερα στοιχεία:

- Την ικανότητα να «ακούν» και να «βλέπουν» τις συλλογικές ανάγκες και να είναι δεκτικοί στο καινούργιο,
- Τη δυνατότητα να συνθέτουν τις υπάρχουσες γνώσεις και τις νέες ιδέες, προκειμένου να ανταποκριθούν στις επερχόμενες συλλογικές ανάγκες,
- Τη καλλιέργεια της διαίσθησής τους που θα τους επιτρέψει να σταθμίζουν τα δεδομένα πέρα από τις όποιες αναλύσεις και να «μπαίνουν στη φωτιά» και
- Τη πρακτικότητά τους που θα τους εφοδιάζει με τα απαραίτητα εργαλεία και μέσα για την εφαρμογή των στόχων που βάζουν.

Στα κοινά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών περιλαμβάνονται ο κατά τεκμήριο ευφάνταστος και δημιουργικός χαρακτήρας τους, η επιθυμία τους για ανεξαρτησία και

αυτοπραγμάτωση, η αποφασιστικότητά τους για σκληρή και πειθαρχημένη εργασία και η ετοιμότητά τους για ανάληψη ρίσκου.

Οι επιχειρηματίες είναι πρόσωπα που αντιλαμβάνονται μια ευκαιρία και δημιουργούν μια οργάνωση για να την κυνηγήσουν. Έχουν την ικανότητα να μαθαίνουν από τις εμπειρίες του πραγματικού κόσμου και να μετασχηματίζουν αυτή τη γνώση σε νέες καταστάσεις, προϊόντα και υπηρεσίες.

Χαρακτηρίζονται από καινοτομικές ιδέες και τρόπο σκέψης που τους επιτρέπει να συσχετίζουν τις προσωπικές τους γνώσεις με πρακτικές εφαρμογές, που ανταποκρίνονται σε υπαρκτές ανάγκες και επιλύουν πρακτικά προβλήματα. Είναι επίμονοι και αποφασιστικοί στο κυνήγι των στόχων τους και στην αντιμετώπιση και επίλυση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν κατά τη διάρκεια του αγώνα τους.

Είναι ακόμη δημιουργικοί με έναν δικό τους ιδιαίτερο τρόπο, που τους επιτρέπει να επικεντρώνουν και να αξιοποιούν τα ισχυρά τους σημεία, παρά να εγκλωβίζονται στις αδυναμίες τους.

Οι επιχειρηματίες έχουν μάθει να παίρνουν την εξέλιξη της καριέρας τους στα ίδια τους τα χέρια. Έτσι πολλές φορές, ενώ σκέφτονται μια ιδέα τους, δεν διστάζουν να κάνουν άλλες δουλειές – συχνά άσχετες – που τους εξασφαλίζουν στο μεταξύ χρόνο και χρήμα.

Από την άλλη, σαν άνθρωποι της πράξης, είναι έτοιμοι να αναλάβουν το ρίσκο να εγκαταλείψουν την ασφάλεια της σταθερής τους εργασίας, όταν νοιώσουν ότι είναι έτοιμοι να κυνηγήσουν το στόχο τους, ή ακόμα κι όταν αισθανθούν ότι η δουλειά τους αυτή είναι ανιαρή, τους «πνίγει» και δεν τους οδηγεί πουθενά παραπέρα.

Έχουν επίσης τη δυνατότητα να ανοίγουν νέους δρόμους, έχοντας μεγάλη αυτοπεποίθηση και εμπιστοσύνη στις ικανότητές τους, γεγονός όμως που συχνά τους οδηγεί στη παγίδα της ψευδαίσθησης ότι «ξέρουν καλύτερα απ' τον καθένα» να κάνουν κάτι. Γι αυτό και σχεδόν πάντα επιζητούν και αναγνωρίζουν ένα άτομο έμπιστο, για να παίξει το ρόλο του μέντορά τους.

Είναι ακόμη ευέλικτοι, όχι κατ' ανάγκη ιεραρχικοί, ενθουσιώδεις και εξωστρεφείς και δίνουν μεγάλη σημασία στην αξιοποίηση της δυναμικής των ομάδων, γι αυτό και είναι έντονα συνεργατικοί. Όπως προαναφέρθηκε, το μεν ταλέντο και η προδιάθεση είναι έμφυτα σε έναν/μία επιχειρηματία, χρειάζεται όμως να υπάρχουν και οι απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για την επιτυχή έκβαση της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Οι επιχειρηματίες δεν απαιτείται να γνωρίζουν σε βάθος τις επιστήμες αλλά σε εύρος, προκειμένου να είναι σε θέση να σχηματίσουν μια γενική ιδέα και μια συνολική εικόνα, παρά να διαμορφώσουν μια εξειδικευμένη άποψη για κάτι συγκεκριμένο.

Επίσης, δεν χρειάζονται ιδιαίτερα ερευνητικές ικανότητες για να αναλύσουν στοιχεία, αλλά μάλλον επικοινωνιακές και κοινωνικές δεξιότητες για να έρθουν σε επαφή με ανθρώπους.

Έτσι, οι απαραίτητες γνώσεις τους αφορούν:

- Τη λειτουργικότητα του προϊόντος τους
- Την ικανοποίηση των πελατών τους
- Τη δυναμική της αγοράς στην οποία απευθύνονται
- Τα στοιχεία marketing του προϊόντος τους
- Τα χρηματοδοτικά ιδρύματα με τα οποία συνεργάζονται
- Την απόδοση της λειτουργίας της επιχείρησής τους και
- Το νομικό σύστημα μέσα στο οποίο λειτουργούν

Επίσης, οι απαραίτητες δεξιότητές τους αφορούν:

- Την ικανότητα διοίκησης του έργου που αναλαμβάνουν
- Την ικανότητά τους να αντιλαμβάνονται δεδομένα προϋπολογισμών
- Την ικανότητα επικοινωνίας και κινητοποίησης των ανθρώπων
- Τις διαπραγματευτικές τους ικανότητες
- Τη σαφήνεια και τη διεισδυτικότητα των παρουσιάσεών τους και
- Τη χρήση των νέων τεχνολογιών (H/Y κλπ)

Η έννοια του επιχειρηματία λοιπόν, ξεδιπλώνεται παράλληλα με αυτήν της επιχειρηματικότητας, παίρνοντας κάθε φορά τη μορφή που ταιριάζει στις διάφορες φάσεις του περιβάλλοντος μέσα στο οποίο κινείται.

Η αποκωδικοποίηση της προσωπικότητας ατόμων με επιχειρησιακό ένστικτο δεν είναι κάτι απλό. Το γεγονός αυτό οφείλεται στον πολυδιάστατο χαρακτήρα που διαθέτουν, με τα θετικά αλλά και τα αρνητικά στοιχεία που αυτός μπορεί να περιλαμβάνει.

Ένα χαρακτηριστικό γνώρισμά τους, είναι η δυνατότητα του να μπορούν να οραματίζονται τους στόχους τους, ανακαλύπτοντας ή ακόμη και δημιουργώντας ευκαιρίες. Σαφώς μέχρι αυτό το στάδιο πολλοί άνθρωποι μπορεί να φτάσουν.

Η διαφορά του επιχειρηματία όμως, είναι ότι δεν θα διστάσει να προχωρήσει στην υλοποίηση των σχεδίων του παρόλο που τίποτα δεν του εξασφαλίζει επιτυχία. Αν και η παρορμητικότητα δεν οδηγεί πάντα στα επιθυμητά αποτελέσματα, δεν εγκαταλείπει εύκολα το στόχο του, αφού είναι επίμονος, υπομονετικός και προσηλωμένος πάντα σε αυτόν. Είναι προφανές πως είναι ένα άτομο σίγουρο για τον εαυτό του, που στηρίζεται στις δικές του δυνάμεις. Είναι ενθουσιώδης και εξιτάρεται ακόμη και με τη σκέψη της δημιουργίας κάτι νέου που έχει πλάσει με τη φαντασία του. Ένα ακόμη χαρακτηριστικό του είναι το ανεξάρτητο πνεύμα που τον διακατέχει. Αδυνατεί να λειτουργήσει με περιορισμούς και να δουλέψει πάνω σε συγκεκριμένα πρότυπα. Ένα μυστικό της επιτυχίας είναι η πνευματική και σωματική εγρήγορση στην οποία βρίσκεται. Δεν καθησυχάζει με μια πρώτη καλή εικόνα της πορείας της επιχείρησής του. Αντιθέτως, προσπαθεί συνεχώς να διαφοροποιείται και να προσαρμόζεται στις ανάγκες της αγοράς. Τέλος, η έντονη κοινωνικότητα που τον διακρίνει, δημιουργεί τις κατάλληλες προϋποθέσεις για μελλοντικές συνεργασίες.

Φυσικά, η κάθε επιχείρηση, ανάλογα με το είδος και το μέγεθός της, απαιτεί διαφορετικές γνώσεις καθώς και αντιμετώπιση. Οι μικρομεσαίες αποτελούν την πλειοψηφία των επιχειρήσεων, παρόλα αυτά, έως και τη δεκαετία του '90 ήταν πολύ υποτιμημένες.

«Ο ορισμός της μικρομεσαίας επιχείρησης σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Ένωση είναι μια επιχείρηση που απασχολεί λιγότερους από 250 υπαλλήλους και έχει ένα ετήσιο κύκλο εργασιών, όχι περισσότερο από 50 εκατομμύρια ευρώ.»

Σε τέτοιου είδους, συνεπώς, επιχειρήσεις η προσωπικότητα του επιχειρηματία αποτελεί πρωταρχικό παράγοντα, που μπορεί να συμβάλει, στο να ευδοκιμήσει ή όχι, η επιχείρηση.

Έχοντας ήδη αναφέρει τα στοιχεία εκείνα που βοηθούν στην ανάπτυξη της επιχείρησης, πιο κάτω παρατίθενται ορισμένα που είναι υπεύθυνα για ενδεχόμενη αποτυχία της.

Αρκετές φορές, συναντάμε τον επιχειρηματία να υπερεκτιμά τις ικανότητές του, με αποτέλεσμα να προβαίνει σε απερίσκεπτες ενέργειες. Ένας από τους βασικότερους παράγοντες που μπορεί να οδηγήσει ακόμα και σε κατάρρευση του επιχειρηματικού σχεδίου είναι η απουσία μορφωτικού υπόβαθρου και βασικής εκπαίδευσης. Αδυνατώντας να κατασταλάξουν σε κάποια άλλη μορφή απασχόλησης, προχωρούν στη δημιουργία επιχείρησης, καταλήγοντας να συμβουλευούνται πιθανώς ακατάλληλα άτομα. Επιπροσθέτως, η προσκόλλησή τους σε τεχνικές και απόψεις του παρελθόντος τους εμποδίζει να καινοτομήσουν.

## **2.2 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ**

Αναφορικά με τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία, προφανώς δεν μπορούμε να προσδιορίσουμε με απόλυτη σαφήνεια τα στοιχεία εκείνα που διακρίνουν ή πρέπει να διακρίνουν έναν επιχειρηματία. Ωστόσο, μπορούμε να αναφέρουμε ορισμένες παραμέτρους που βρίσκονται πολύ κοντά στο προφίλ ενός επιχειρηματία ή ενός ατόμου που θέλει να αναπτύξει επιχειρηματικές δραστηριότητες. Ως τέτοιες λοιπόν μπορούμε να αναφέρουμε τις παρακάτω.

♦ Μεγάλη προδιάθεση για επιτυχία. Άτομα που διακατέχονται από υψηλό βαθμό ανάγκης για επιτυχία αρέσκονται να επιδιώκουν κάποιο πρότυπο απόδοσης και προτιμούν να είναι προσωπικά υπεύθυνοι για τις εργασίες που είναι να εκτελέσουν. Φαίνεται δε αυτή η παρόρμηση για επιτυχία να είναι έντονη στα άτομα που διακατέχονται από τη φιλοδοξία να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση και να την οδηγήσουν στο δρόμο της ανάπτυξης.

♦ Επιθυμία ανάληψης κινδύνων. Οι κίνδυνοι που αναλαμβάνει ένας επιχειρηματίας κατά το ξεκίνημα και τη λειτουργία της επιχείρησής του είναι πολυποίκιλοι. Ένας κίνδυνος βεβαίως είναι ο οικονομικός, το πιθανό χάσιμο χρημάτων που επενδύθηκαν στην επιχείρηση.

Επιπλέον, το στρες που βιώνουν οι επιχειρηματίες και ο χρόνος που απαιτείται για το ξεκίνημα και τη λειτουργία της επιχείρησης συχνά δημιουργούν κινδύνους και γενικότερα προβλήματα στην προσωπική και στην οικογενειακή τους ζωή. Μπορεί όμως να βιώνεται έντονα και η αίσθηση του ψυχολογικού κινδύνου εξαιτίας της πιθανότητας αποτυχίας του εγχειρήματος.

◆ Αυτοπεποίθηση. Τα άτομα που έχουν αυτοπεποίθηση πιστεύουν ότι μπορούν να αντιμετωπίσουν τις διάφορες προκλήσεις. Έχουν μια ιδιαίτερη ικανότητα αντιμετώπισης και επίλυσης των διάφορων προβλημάτων που αντιμετωπίζουν. Αρκετές μελέτες έχουν δείξει ότι οι περισσότεροι πετυχημένοι επιχειρηματίες βλέπουν τα προβλήματα, κατά το ξεκίνημα ενός εγχειρήματος, βασίζονται όμως στον εαυτό τους να τα ξεπεράσουν.

◆ Ανάγκη για ανεύρεση «καταφυγίου». Πολλοί άνθρωποι ανοίγουν επιχειρήσεις για να ωφεληθούν από τις σχετικές ανταμοιβές, αλλά άλλοι γίνονται επιχειρηματίες, διότι θέλουν να «δραπετεύσουν» από κάτι συνηθισμένο, καθημερινό και να αναλάβουν μια πολυσχιδή δραστηριότητα με συνεχείς εναλλαγές και διαφοροποιήσεις.

### **2.3 ΟΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ**

Οι δραστηριότητες που αναλαμβάνει ένας επιχειρηματίας, οι λειτουργίες που ασκεί, 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 απ' αυτές είναι:

◆ Η ανάληψη κινδύνων . Ορισμένοι ερευνητές έχουν υποστηρίξει την άποψη ότι αυτή, δηλαδή η ανάληψη των 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 υπολογισθούν, τους αντιμετωπίζει ο επιχειρηματίας.

◆ Ο εντοπισμός των ευκαιριών κέρδους. Ο επιχειρηματίας, έχοντας ειδικές γνώσεις και λαμβάνοντας πληροφορίες από την αγορά, προσπαθεί να εντοπίσει τις διάφορες ευκαιρίες κέρδους, οι οποίες συνήθως δεν είναι φανερές στους πολλούς.

◆ Η εισαγωγή καινοτομιών. Ο επιχειρηματίας προσπαθεί να χρησιμοποιήσει και να αξιοποιήσει τις διάφορες επιστημονικές και τεχνολογικές ανακαλύψεις για παραγωγικούς και κερδοσκοπικούς σκοπούς.

◆ Ο σχεδιασμός. Εδώ αναφερόμαστε στις αποφάσεις για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που θα παρέχει η επιχείρηση και τις αγορές που θα εξυπηρετεί, για τον τόπο εγκατάστασης της επιχείρησης, για τις μεθόδους παραγωγής και τις πηγές χρηματοδότησής της, όπως επίσης και για το σχεδιασμό των δραστηριοτήτων της, όταν αρχίσει να λειτουργεί.

◆ 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.

◆ Ο έλεγχος. Η λειτουργία του ελέγχου είναι σημαντικότερη καθ' 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.

◆ 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.

## 2.4 ΤΑ ΕΦΟΔΙΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

Σε κάθε περίπτωση, ο μελλοντικός επιχειρηματίας, όπως και κάθε υποψήφιος εργαζόμενος, οφείλει να γνωρίζει τις δυνατότητες, τις αντοχές, τις επιθυμίες και τα όριά του, έτσι ώστε είτε να επιτύχει το μέγιστο της απόδοσής του είτε να αποφύγει δυσχερείς επενδύσεις είτε να καλλιεργήσει κάποια γνωρίσματά του, τα οποία επιδέχονται επεμβάσεων. Δηλαδή να αποκτήσει «Αυτοεπίγνωση», γνώση της προσωπικότητάς του.

Τα στοιχεία που συνθέτουν την εικόνα της προσωπικότητας είναι τα εξής:

- τα προσωπικά χαρακτηριστικά

Δηλαδή, τα ατομικά εκείνα στοιχεία, τα οποία είναι μοναδικά για κάθε άνθρωπο και που σχετίζονται με τον τρόπο που σκέφτεται, συμπεριφέρεται, το πώς νιώθει, αντιδρά και αντιμετωπίζει διάφορες καταστάσεις.

- προτερήματα – μειονεκτήματα.

Οι ιδιαίτερες κλίσεις, τα ταλέντα ενός ατόμου, αλλά και οι μειονεξίες του είναι επίσης ιδιαίτερα χαρακτηριστικά.

Σε κάποιες δραστηριότητες που αναλαμβάνει κάποιος στην πορεία της ζωής του, αντιλαμβάνεται ότι τα καταφέρνει καλύτερα, οι επιδόσεις του δηλαδή είναι υψηλές, ενώ σε κάποιες άλλες αισθάνεται μειονεξία, οι επιδόσεις του αντιλαμβάνεται ότι είναι μέτριες. Με αυτόν τον τρόπο εντοπίζει και συνειδητοποιεί τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία του. Είναι σημαντικό επίσης να γνωρίζει ότι ένα χαρακτηριστικό του, π.χ. αυθορμητισμός, σε κάποια στιγμή της ζωής του μπορεί να αποτελέσει πλεονέκτημα και να τον βοηθήσει, ενώ σε άλλη περίπτωση μπορεί να αποτελέσει τροχοπέδη στην εξελικτική του πορεία.

-ενδιαφέροντα

Ενδιαφέρον είναι ό,τι προκαλεί σε ένα άτομο ιδιαίτερη εντύπωση, ό,τι προσέχει περισσότερο, χωρίς να ξέρει να αιτιολογήσει ακριβώς το «γιατί;».

Είναι όλα αυτά, με τα οποία του αρέσει να ασχολείται, χωρίς να υπάρχει ανάγκη να απολογηθεί για αυτά ή να χρειάζεται να τεκμηριώσει τις προτιμήσεις του.



- σημαντικά ή αδιάφορα

Αυτά συνίστανται στα «κρυμμένα κριτήρια», με τα οποία κάποιος κατανοεί και ερμηνεύει τις συμπεριφορές των ανθρώπων και τις καταστάσεις γύρω του καθώς και τη σημασία που δίνει στα διάφορα γεγονότα ή πράγματα, τα οποία καθορίζουν τις προσωπικές του αξίες και τις φιλοδοξίες του, με αποτέλεσμα να αξιολογεί καλύτερα τις επιλογές του (προσωπικές, εκπαιδευτικές και επαγγελματικές).

Ό,τι τον ελκύει περισσότερο και ό,τι εκτιμά ως σημαντικό, θα αποτελέσει την πυξίδα του για την αναζήτηση των επιλογών του.

Σε αυτήν την κατηγορία ανήκουν επομένως και οι επαγγελματικές αξίες, οι οποίες δεν είναι τίποτε άλλο παρά οι «αμοιβές» που αναζητούν οι άνθρωποι από την επαγγελματική τους δραστηριότητα.

Τα παραπάνω αναφέρονται στα έμφυτα χαρίσματα του κάθε ανθρώπου, τα οποία αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της προσωπικότητάς του και βέβαια είναι μόνιμο απόκτημα, είτε τα διαθέτει κάποιος είτε δεν τα διαθέτει.

Αντιθέτως, τα επίκτητα χαρακτηριστικά ενός ατόμου, οι λεγόμενες δεξιότητες, επιδέχονται βελτίωσης με συστηματική προσπάθεια και άσκηση και επιδρούν στον τρόπο που λειτουργεί το άτομο και αντιμετωπίζει διάφορα θέματα στην προσωπική και κοινωνική του ζωή.

Οι δεξιότητες που βοηθούν στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας είναι αυτές της:

- Επικοινωνίας
- Προσαρμοστικότητας
- Ανεκτικότητας – Ευρύτητας πνεύματος
- Αποδοχής της διαφορετικότητας
- Συνεργασίας
- Γρήγορης αντίδρασης σε προκλήσεις
- Ευρηματικότητας
- Ανάλυσης πρωτοβουλιών και λήψης απόφασης
- Διαχείρισης επιλογών και ιεράρχησης προτεραιοτήτων

## 2.5 Ο ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ ΚΑΙ ΤΑ «ΡΙΣΚΑ»

Η επιχειρηματική δραστηριότητα, εξ' ορισμού είναι μια δραστηριότητα η οποία έχει σαν τελικό σκοπό το κέρδος (για την κλασική οικονομική σκέψη την «μεγιστοποίηση του κέρδους») για τα άτομα ή τις ομάδες που την ασκούν, έτσι η ανταμοιβή του επιχειρηματία, το κέρδος είναι πάντα συνάρτηση του «ρίσκου» δηλαδή του κινδύνου που αυτός είναι διατεθειμένος να αναλάβει.

Η λογική της *μεγιστοποίησης του κέρδους* στηρίζεται συνήθως στις παρακάτω προϋποθέσεις:

- α) Μόνο ο επιχειρηματίας είναι εκείνος που καθορίζει την συμπεριφορά της επιχείρησης.
- β) Ο επιχειρηματίας έχει πλήρη πληροφόρηση ως προς τη συμπεριφορά όλων των μεταβλητών του οικονομικού συστήματος μέσα στο οποίο δρά.
- γ) Όλοι οι δρώντας και διαπραγματευόμενοι στην καπιταλιστική κοινωνία επιδιώκουν αποκλειστικά και μόνο στην μεγιστοποίηση οικονομικών πλεονεκτημάτων και αυτό ισχύει κατά κύριο λόγο για την συμπεριφορά του επιχειρηματία, όπου τα οικονομικά οφέλη είναι εννοιολογικά ταυτόσημα με την έννοια του κέρδους.
- δ) Η συμπεριφορά του επιχειρηματία είναι ορθολογική, ο λόγος δηλαδή του πραγματοποιηθέντος στόχου και της ανάλωσης των συντελεστών παραγωγής μεγιστοποιείται, ενώ η αποδοχή της ορθολογικής συμπεριφοράς προϋποθέτει ότι ο επιχειρηματίας γνωρίζει όλες τις εναλλακτικές λύσεις του προβλήματος και το αποτέλεσμα κάθε λύσης έτσι ώστε να επιλέξει εκείνη που είναι πιο συμφέρουσα για αυτόν (μεγιστοποιεί τον στόχο του)

Στην πραγματικότητα, όλες οι προϋποθέσεις οι οποίες στηρίζουν την αποδοχή της μεγιστοποίησης του κέρδους είναι εκτός επιχειρησιακής συμπεριφοράς, επειδή σε όλες ο βαθμός αυθαιρεσίας είναι μεγάλος, ενώ από την άλλη και με δεδομένου, ότι στόχος κάθε βιολογικού οργανισμού –άρα και της επιχείρησης - είναι η επιβίωση, μόνο με βάση αυτό μπορεί κάποιος να ερευνήσει τα κίνητρα της επιχειρηματικής συμπεριφοράς.

Με αυτή την λογική ο κάθε επιχειρηματίας, επιδιώκει την υλοποίηση καθορισμένων στόχων, που είναι συνάρτηση της θέσεως του από άποψη επιβίωσης, αφενός και των συνθηκών που υπάρχουν στο περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται, από την άλλη, ενώ για να γίνει

αυτό πάντα υπάρχει η ανάγκη ύπαρξης ενός – μικρότερου ή μεγαλύτερου – πλεονάσματος από την δραστηριότητα του.

Ο επιχειρηματίας και οι προσωπικοί του στόχοι, απόψεις, αντιλήψεις, αρχές, προσωπικοί περιορισμοί, αναστολές και φόβοι, είναι εκείνοι που καθορίζουν και τους στόχους της επιχείρησης – άρα και το επίπεδο «επιτυχίας» του, που τις περισσότερες φορές, λανθασμένα, αυτή εκφράζεται με την ποσότητα «χρήματος» που μπορεί να συσσωρεύσει, γιατί πράγματι, υπάρχει διάχυτη ή αίσθηση ότι το μέτρο της επιτυχίας κάποιου άτομο, είναι το χρήμα και αυτό εξ' αιτίας του σεβασμού που αυτό προκαλεί.

### Ο «κίνδυνος»

Το σημείο εκκίνησης για την επιχειρηματική ιδέα, αρκετές φορές βρίσκεται στο μυαλό του επιχειρηματία, και όχι τόσο στην αγορά, ή κάποιο εργαστήριο ή ακόμα περισσότερο σε ένα επιχειρηματικό σχέδιο, το μέγεθος της επιτυχίας του είναι ανάλογο με τον κίνδυνο που αυτός και μόνο είναι διατεθειμένος να αναλάβει, ενώ αρκετές φορές το ύψος της όποιας επιτυχίας είναι ανάλογο με τις παραχωρήσεις που αυτός και μόνο αυτός είναι διατεθειμένος να κάνει σε αρχές και διάφορες προσωπικές ή και κοινωνικές αναστολές.

Όμως τι είναι κίνδυνος και πώς μπορούμε να γνωρίζουμε το επίπεδο κινδύνου που ο καθένας μας είναι διαθέσιμος να αναλάβει;

Με τον όρο «κίνδυνο» υποθέτουμε ότι αυτός που αποφασίζει –στην περίπτωση μας ο επιχειρηματίας- γνωρίζει από τα πριν τις πιθανότητες εμφάνισης των διαφόρων καταστάσεων της φύσης και μπορεί να προσδιορίσει το αποτέλεσμα κάθε εναλλακτικής λύσης, από αυτές που έχει στην διάθεση του. Αυτές οι πιθανότητες είναι συνήθως αντικειμενικές, όταν ο υπολογισμός στηρίζεται σε αντικειμενικά κριτήρια, ή υποκειμενικές όποτε ο υπολογισμός τους βασίζεται στην υποκειμενική κρίση, διαίσθηση και πείρα αυτού που αποφασίζει.

Έτσι ο «κίνδυνος» δεν είναι τίποτα άλλο παρά η πιθανότητα να μην εμφανιστεί η επιλογή που αυτός διαλέγει, αλλά κάποια άλλη, με αποτέλεσμα να υπάρχουν «δυσάρεστες επιπτώσεις» στον επιχειρηματία, κάτι που μας οδηγεί στο συμπέρασμα, ότι στην ουσία του, ο «επιχειρηματικός κίνδυνος» δεν είναι τίποτα άλλα παρά η διάθεση (ή η μη διάθεση) του κάθε ατόμου να εμπλακεί σε καταστάσεις που κατά την γνώμη του έχουν ένα αυξημένο (για

αυτόν) βαθμό αποτυχίας και κατ' επέκταση η διάθεση του (*ή η μη διάθεση του*) να υποστεί τις συνέπειες.

Κίνδυνος ως προς το αποτέλεσμα μιας συγκεκριμένης επιχείρησης εμφανίζεται όταν το αποτέλεσμα αυτό δεν εμφανίζεται με τέλεια βεβαιότητα. Οι διευθυντές των επιχειρήσεων έχουν στην διάθεση τους διαφορετικές πορείες δράσης για την πραγματοποίηση του σκοπού τους, κάθε μια από τις οποίες συνοδεύεται από ένα διαφορετικό ύψος κινδύνου για την βέβαια εκπλήρωση.

Ο κίνδυνος επομένως συνδέεται με την ποικιλία των αναμενόμενων αποτελεσμάτων μιας ενέργειας. Όσο μικρότερο είναι το ύψος των αναμενόμενων αποτελεσμάτων τόσο μικρότερο είναι και το ύψος του κινδύνου και αντίθετα.

Μπορούμε να ορίσουμε τον κίνδυνο σαν την κατάσταση στην οποία κάθε εναλλακτική πορεία δράσης της επιχείρησης οδηγεί σε ένα σύνολο συγκεκριμένων αποτελεσμάτων, κάθε ένα από τα οποία είναι με κάποια πιθανότητα γνωστό στον λήπτη της απόφασης.

Ο ορισμός αυτός συνδέεται άμεσα με το ύψος του κινδύνου με την πιθανότητα πραγματοποίηση ενός αποτελέσματος που είναι σε θέση να γνωρίζει ο επιχειρηματίας.

Ένα βασικό αξίωμα της οικονομικής σκέψης, είναι ότι ο άνθρωπος είναι «ον ορθολογικό» έτσι επιλέγει και αποφασίζει -πάντα με γνώμονα την πλήρη γνώση των αποτελεσμάτων της κάθε επιλογής του- εκείνη την συμπεριφορά που μεγιστοποιεί τα οφέλη του. Πάνω σε αυτή την σκέψη έχουν δομηθεί όλες σχεδόν οι οικονομικές θεωρίες και μοντέλα και ενδεχομένως, επειδή ακριβώς δεν είναι έτσι, όλα αυτά κάποια στιγμή καταρρέουν.

Στην πραγματικότητα τα πράγματα είναι πιο περίπλοκα, η επιλογή που προϋποθέτει πλήρη γνώση των αποτελεσμάτων, άρα και του μέλλοντος είναι αδύνατη, γιατί ακριβώς είναι αδύνατο να υπάρχει πλήρης γνώση του μέλλοντος, κάτι για το οποίο άλλωστε έχουν χρησιμοποιηθεί οι πλέον απίθανες λύσεις. Μαντεία και θυσίες, όνειρα και προφητείες, όλα αυτά και πολλά άλλα χρησιμοποιήθηκαν κατά καιρούς προκειμένου η αγωνία και ο φόβος του άγνωστου να δαμαθεί, οι ανθρώπινες κοινωνίες όμως λειτουργούν σε συνθήκες αβεβαιότητας.

## 2.6 ΠΩΣ ΓΙΝΕΤΑΙ ΚΑΠΟΙΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ ;

Αρκετοί επιστήμονες όπως οι Faris Cohen και Jacobwitz ισχυρίζονται ότι η ανάπτυξη επιχειρηματικότητας από κάποιο άτομο οφείλεται σε γενετικούς παράγοντες, αναγνωρίζοντας ότι η επιχειρηματική συμπεριφορά είναι στατική, δηλαδή δεν μεταβάλλεται ούτε στον χρόνο ούτε από τις εμπειρίες.

Σύμφωνα με τους Sapigo και Ajzen το επιχειρηματικό πνεύμα στηρίζεται στην αλληλεπίδραση μεταξύ προσωπικών χαρακτηριστικών, προσδοκιών, αξιών, πιστεύω, υπόβαθρου και περιβάλλοντος.

Όμως, οι περισσότεροι επιστήμονες ισχυρίζονται πως οι επιχειρηματίες δεν γεννήθηκαν τέτοιοι, αλλά «έμαθαν για να γίνουν». Σύγχρονα προγράμματα σπουδών κολεγίων και πανεπιστημίων παρέχουν αυτή τη δυνατότητα, δηλ. η επιχειρηματικότητα σήμερα διδάσκεται επιτυχώς.

Αρκετές έρευνες δείχνουν ότι ορισμένοι νέοι οδηγούνται στην αυτοαπασχόληση, για να είναι ανεξάρτητοι και ευέλικτοι ενώ άλλοι λόγω έλλειψης ευκαιριών για εύρεση εργασίας ή λόγω εμποδίων στην αγορά εργασίας και άλλοι για λόγους οικογενειακούς.

Ο Sunter υποστηρίζει πως «ένας επιχειρηματίας γίνεται» λέγοντας μεταξύ άλλων πως οποιοσδήποτε μπορεί να ανοίξει μια μικρή επιχείρηση βάζοντας το μυαλό του σε αυτή. Το τελευταίο μέρος της πρότασης αποτελεί το σημαντικότερο προσόν.

Ο προσανατολισμός του σχολείου δεν βοηθάει καθόλου την κατάσταση. Είναι ακόμη τέτοιος σαν να είναι τα πάντα στατικά – σίγουρα στην κοινωνία. Το κλασικό εκπαιδευτικό παράδειγμα – πρότυπο είναι: σκληρή δουλειά και υψηλοί βαθμοί που επιβραβεύονται από μια όμορφη 9.00' με 17.00' καριέρα, πέντε ημέρες την εβδομάδα για σαράντα χρόνια.

Εν κατακλείδι Δεν υπάρχει ιδεώδες προφίλ για τον επιτυχημένο επαγγελματία..

Η ολική αφοσίωση του επιχειρηματία σε αυτό που κάνει, το διαρκές πάθος για τη δουλειά του, η εργατικότητα, η τάξη και το νοικοκυριό φαίνεται να είναι τα πρωτεύοντα χαρακτηριστικά που διακρίνουν έναν επιτυχημένο επιχειρηματία με συνοδοιπόρο τις ιδέες και την τύχη και μετά όλα τα άλλα.

## 2.7 ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ-ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΙ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ.

Πριν το ξεκίνημα μιας επιχειρηματικής δράσης σκόπιμο είναι ο υποψήφιος επιχειρηματίας να υποβάλει τον εαυτό του σε αυτοκριτική σχετικά με την καταλληλότητά του ως προς τα στοιχεία που προδιαγράφουν την ύπαρξη ή όχι της απαιτούμενης επιχειρηματικότητας. Για τον σκοπό αυτό επιχειρήθηκε από τον Ελληνικός Οργανισμός Μικρο - Μεσαίων Επιχειρήσεων & Χειροτεχνίας (ΕΟΜΜΕΧ) ένα ενδεικτικό φυλλάδιο - ερωτηματολόγιο με απλές βασικές ερωτήσεις, που διερευνούν εμπειρικά σ' ένα αρχικό στάδιο το βαθμό καταλληλότητας του *επιχειρηματία*:

Είσαι κατάλληλος για επιχειρηματίας;

Πριν ξεκινήσεις μία δικιά σου επιχείρηση θα πρέπει να δεις αν είσαι κατάλληλος για επιχειρηματίας. Τα παρακάτω σημεία θα σου φανούν αρκετά χρήσιμα προκειμένου να πάρεις την απόφασή σου:

- ◆ Έχεις τις ικανότητες, την ενεργητικότητα και την επιμονή που χρειάζεται για να βάλεις μπροστά μια επιχείρηση και να την κάνεις να προοδεύσει;
- ◆ Έχεις ποτέ ζητήσει από τους δικούς σου να σου πουν την αντικειμενική τους γνώμη για το αν πραγματικά μπορείς να προχωρήσεις σε δικιά σου δουλειά;
- ◆ Είσαι προετοιμασμένος να δουλέψεις σκληρά και πολλές ώρες για το στήσιμο της επιχείρησής σου;
- ◆ Είναι η υγεία σου όσο χρειάζεται καλή για να αντέξει στις απαιτήσεις της δουλειάς σου;
- ◆ Είσαι ο τύπος που του αρέσει να αναλαμβάνει ευθύνες και κινδύνους;
- ◆ Μπορείς να παίρνεις μόνος σου αποφάσεις;
- ◆ Έχεις σκεφτεί ποτέ πού χωλαίνεις; Και αν ναι, θα ήσουν διατεθειμένος να συνεταιριστείς με κάποιον που έχει τις ικανότητες που σου λείπουν;

- ◆ Θεωρείς τον εαυτό σου συνεργάσιμο άτομο;
- ◆ Μπορείς να καθοδηγήσεις και να παρακινήσεις τους άλλους;
- ◆ Μπορείς να τελειώσεις κάτι που αρχίζεις;
- ◆ Είσαι έτοιμος να παρατήσεις τη δουλειά σου ως μισθωτός;
- ◆ Έχεις τον αέρα του νικητή
- ◆ Τέλος έχεις αρκετές οικονομίες για να μπορέσεις να ζήσεις την οικογένειά σου και να ξεκινήσεις την επιχείρησή σου;
- ◆ Τι κεφάλαια θα χρειαστείς;  
Ξέρεις πόσα θα χρειαστείς για το ξεκίνημα της επιχείρησης; Έχεις υπολογίσει την αποδοτικότητα και την απόσβεση της επένδυσης; Προετοίμασε έναν προϋπολογισμό λαμβάνοντας υπόψη τα παρακάτω:

Τι ποσά θα χρειαστείς πριν ξεκινήσεις την επιχείρηση για:

- ◆ Κτίρια (αγορά, ενοικίαση, διαμόρφωση)
- ◆ Μεταφορικά
- ◆ Πρώτες ύλες
- ◆ Κεφάλαιο κίνησης
- ◆ Γενικά έξοδα
- ◆ Θέρμανση, ηλεκτρισμό, καθαριότητα
- ◆ Αμοιβές προσωπικού και επιχειρηματία
- ◆ Τόκους
- ◆ Διαφήμιση
- ◆ Ασφάλιση της επιχείρησης

Αφού έχεις προσδιορίσει το σύνολο των χρημάτων που θα χρειαστείς υπολόγισε πόσα δικά σου κεφάλαια μπορείς να βάλεις στην επιχείρηση. Έχεις άλλα περιουσιακά στοιχεία που θα μπορούσες να πουλήσεις ή να χρησιμοποιήσεις σαν εγγύηση για δάνειο; Έχεις βάσιμο λόγο

να είσαι σίγουρος ότι θα πάρεις το δάνειο που πρόκειται να ζητήσεις και γνωρίζεις τις διαδικασίες που απαιτούνται;

Γνωρίζεις τις προθεσμίες αποδέσμευσης των επιχορηγήσεων που μπορείς ενδεχομένως να ζητήσεις; Υπολόγισες τι πιστώσεις θα μπορούσες να εξασφαλίσεις από τους προμηθευτές; Γνωρίζεις τις άλλες πηγές χρηματοδότησης που υπάρχουν όπως κοινοτικά προγράμματα, επιδοτήσεις κλπ;

Ποια κατάσταση επικρατεί στην αγορά (έρευνα αγοράς);

Αν έχεις καταλήξει στο είδος της επιχείρησης που θέλεις να ξεκινήσεις, προσπάθησε να βάλεις την ιδέα σου σε εφαρμογή. Σε αυτό το στάδιο οι βασικές ερωτήσεις που πρέπει να απαντηθούν είναι:

- ◆ Ποιοι είναι οι υποψήφιοι πελάτες σου;
- ◆ Πόσοι είναι αυτοί;
- ◆ Αγοράζουν ήδη το προϊόν ή την υπηρεσία που σκοπεύεις να πουλήσεις;
- ◆ Πώς μπορείς να τους προσεγγίσεις;
- ◆ Έχεις παρατηρήσει πώς ενεργούν οι ανταγωνιστές σου για να έρθουν σε επαφή με τους πελάτες;
  
- ◆ Ποια είναι η τιμή που μπορείς να πουλήσεις το προϊόν σου;
  
- ◆ Ποιοι είναι οι ανταγωνιστές σου; Μειονεκτήματα και πλεονεκτήματα αυτών.

Προσπάθησε να τους επισκεφθείς ενδεχομένως παρουσιαζόμενος και σαν πελάτης. Μην αγνοήσεις την ύπαρξη εμμέσων ανταγωνιστών (δεν ασκούν το ίδιο επάγγελμα αλλά πουλάνε στους πιθανούς σου πελάτες). Τοποθέτησε κάθε προϊόν από αυτά που σκοπεύεις να πουλήσεις σε σχέση με αυτά των ανταγωνιστών σύμφωνα με τα ακόλουθα κριτήρια (βαθμός ανανέωσης, ηλικία, επίπεδο τιμών, ποιότητα, τοποθέτηση σε σειρά προϊόντων). Αν μια ιδέα για ένα προϊόν είναι καινούργια ίσως χρειάζεται να το δοκιμάσεις στην αγορά. Μπορεί οι ανταγωνιστές σου να θελήσουν να σε αντιγράψουν σύντομα. Αν αυτό συμβεί, μπορείς να προστατευτείς από αυτή την αντιγραφή; Εξέτασες την περίπτωση πιθανής συνεργασίας με την επιχείρηση στην οποία εργάζεσαι τώρα; Ίσως μπορείς να γίνεις υπεργολάβος του σημερινού σου εργοδότη.



- ◆ Θα σε εμπιστευτούν τα άτομα με τα οποία συνεργάζεσαι σήμερα αν κάνεις κάτι από μόνος σου;
- ◆ Μίλησες με κάποιο άτομο που έχει ήδη δημιουργήσει δική του επιχείρηση;
- ◆ Έχεις παρατηρήσει το σημερινό σου εργοδότη για να δεις προσεχτικά πώς διοικεί την επιχείρησή του;
- ◆ Έχεις ερευνήσει την περίπτωση αγοράς μιας επιχείρησης που ήδη υπάρχει ή την περίπτωση του φραντζάιζινγκ;

Για την τελευταία περίπτωση πρέπει να διαθέτεις επαρκή κεφάλαια για να αναλάβεις μια υπάρχουσα επιχείρηση και επιπλέον να έχεις σημαντική εμπειρία για να διαπραγματευθείς με τους ανθρώπους που θέλουν να δώσουν την επιχείρησή τους. Αν αυτό που θέλεις να κάνεις είναι αρκετά μικρό, τότε ίσως μπορείς να βρεις τις απαντήσεις στις παραπάνω ερωτήσεις μόνος σου. Αν όχι, τότε η έρευνα αγοράς από επαγγελματίες θα μπορέσει να σε βοηθήσει. εντοπίσει τα αδύνατα σημεία ή τι πρέπει να βελτιωθεί. Σε κάθε περίπτωση, πληροφορίες μπορείς να συγκεντρώσεις από ειδικευμένους φορείς, βιβλιοθήκες, στατιστική υπηρεσία, επιμελητήρια, κλαδικά ινστιτούτα, κλαδικά έντυπα, εκθέσεις, χρυσό οδηγό, τοπικές εφημερίδες.

Πού θα εγκατασταθεί η επιχείρηση;

Η επιλογή του σωστού τόπου εγκατάστασης απαιτεί χρόνο και προσπάθεια. Ο τόπος εγκατάστασης παίζει σημαντικό ρόλο στην επιτυχία της επιχείρησης και αν κάνεις λάθος μπορεί να έχει σημαντικές συνέπειες .

Πρέπει να μελετήσεις τα παρακάτω :

- ◆ Αν θα δουλέψεις από το σπίτι, το μαγαζί, το γραφείο, το εργαστήριο ή το εργοστάσιο.
- ◆ Τη συνολική επιφάνεια του χώρου εγκατάστασης και αν επαρκεί για μελλοντική επέκταση.
- ◆ Τη διαθεσιμότητα ηλεκτρισμού, νερού, αποχέτευσης.
- ◆ Τις απαιτούμενες ειδικές άδειες εγκατάστασης και λειτουργίας.

♦ Αν θα χτίσεις ή θα νοικιάσεις τους χώρους που χρειάζεσαι. Πρέπει να συγκρίνεις τι θα κόστιζε το ένα και τι το άλλο.

♦ Τους χώρους στάθμευσης αυτοκινήτων για φόρτωμα, ξεφόρτωμα κλπ.

♦ Εάν εντάσσεται ο χώρος σε ένα περιβάλλον σύμφωνο με την εικόνα που θέλεις να δώσεις στην επιχείρηση.

Η τελική σου επιλογή εξαρτάται από τα χρήματα που μπορείς να διαθέσεις.

Τι προϊόν θα παραχθεί ή τι είδους υπηρεσία θα προσφερθεί;

Η επιλογή της ορθότερης παραγωγικής διαδικασίας και του κατάλληλου εξοπλισμού αποτελούν σημαντικό παράγοντα επιτυχίας της επιχείρησής σου.

♦ Γνωρίζεις με σαφήνεια τα προϊόντα που επιθυμείς να παράγεις ή να δώσεις σε υπεργολαβία;

♦ Έχεις μελετήσει την παραγωγική διαδικασία;

♦ Έχεις καταγράψει όλα τα μέσα (π.χ. μηχανολογικό εξοπλισμό, πρώτες ύλες κ.λ.π ) που θα σου επιτρέψουν να πραγματοποιήσεις τον όγκο της παραγωγής σου στο επίπεδο της ποιότητας, των τιμών και των αναγκαίων προθεσμιών;

♦ οι δυνατότητες παραγωγής σου θα είναι σύμφωνες με τον προβλεπόμενο τζίρο και λαμβάνουν υπόψη τον εποχιακό χαρακτήρα της δραστηριότητας; (εφ' όσον υπάρχει εποχικότητα)

♦ Ο όγκος της προβλεπόμενης παραγωγής σου, υπολογίστηκε με ακρίβεια ή είναι αποτέλεσμα στατιστικών πληροφοριών ;

Τι προσωπικό θα απασχολήσω και πώς θα το επιλέξω;

Η σωστή επιλογή και αξιοποίηση του προσωπικού της επιχείρησής σου συνδέεται άμεσα με την παραγωγικότητά της:

♦ Γνωρίζεις τις ειδικότητες που απαιτούνται για τη λειτουργία της επιχείρησής σου;

♦ Έχεις προσδιορίσει το προφίλ των ατόμων που θέλεις να προσλάβεις;

♦ Έχεις διαμορφώσει ένα οργανόγραμμα της επιχείρησής σου;

♦ Έχεις άτομα να προσλάβεις για να καλύψουν όλες τις λειτουργίες της επιχείρησης και τα δικά σου αδύνατα σημεία;

♦ Γνωρίζεις τις διαδικασίες που πρέπει να ακολουθήσεις για την πρόσληψη προσωπικού;

♦ Γνωρίζεις τις υποχρεώσεις του εργοδότη προς τους εργαζομένους;

Τι θα γίνει με την τιμή του προϊόντος;

Χρειάζεται να προσδιορίσεις τις τιμές που θα χρεώνεις ώστε να καλύπτεις το κόστος και να σου μένει και κέρδος. Κάθε απόφαση που έχει σχέση με τις τιμές πωλήσεων βασίζεται σε δύο σκέλη: Η κρίσιμη ερώτηση είναι: Ποια τιμή συμφέρει περισσότερο την επιχείρηση να χρεώνει; Για να απαντηθεί η ερώτηση αυτή θα πρέπει να ζυγιστεί το κόστος με τη ζήτηση. Ένας τρόπος για να γίνει αυτό είναι να δημιουργήσεις μόνος σου μια σειρά από προβλέψεις για τις πωλήσεις. Εφοδιασμένος με όσο μπορείς καλύτερες πληροφορίες, να προσπαθήσεις να προβλέψεις πόσες θα μπορούσαν να είναι οι πωλήσεις σου, αν χρεώνεις διάφορες τιμές. Μπορεί μετά να συσχετίσεις τις προβλέψεις σου αυτές με το κόστος που απαιτείται για να παραχθούν διάφορες ποσότητες προϊόντος.

Οι προβλέψεις για τις πωλήσεις και για το συνολικό κόστος παραγωγής μπορούν στη συνέχεια να τοποθετηθούν συγχρόνως σε ένα απλό διάγραμμα, (γνωστό σαν διάγραμμα του νεκρού σημείου) που μπορείς εύκολα να το ερμηνεύσεις. Θα πρέπει πρώτα να θυμάσαι ότι η τιμή πώλησης που τελικά θα διαλέξεις για να πουλάς το προϊόν, δεν είναι αναγκαστικά αυτή που θα σου επιτρέψει να πουλήσεις πιο πολλά, αλλά αυτή που θα σου αφήνει το μεγαλύτερο κέρδος. Μερικές φορές μια επιχείρηση μπορεί να δικαιολογήσει μία μεγαλύτερη τιμή στη βάση της ποιότητας του προϊόντος ή της υπηρεσίας και γρηγορότερη παράδοση και καλύτερο service μετά την πώληση.

Πώς και με ποιους μηχανισμούς θα προωθήσω το προϊόν;

Ο σχεδιασμός του τρόπου προώθησης των πωλήσεων και η επιλογή των κατάλληλων μέσων θα ανοίξουν τις αγορές για τα προϊόντα σου. Έχοντας εντοπίσει μία ζήτηση για το προϊόν σου και αφού το έχεις τιμολογήσει πρέπει να σκεφτείς πώς θα ενημερώσεις τους υποψήφιους πελάτες σου. Ο τρόπος προώθησης του προϊόντος σου εξαρτάται από την περιοχή και το μέγεθος της αγοράς που απευθύνεσαι. Εγκαταστάσεις, οχήματα, διαφημιστικά έντυπα, όλα στέλνουν μηνύματα και η πρώτη εντύπωση είναι σημαντική. Η καλύτερη και φθηνότερη μορφή διαφήμισης είναι η σύσταση της επιχείρησής σου σε νέους πελάτες από ήδη ικανοποιημένους πελάτες. Άλλοι τρόποι που μπορείς να σκεφθείς είναι οι παρακάτω:

- ◆ Διανομή διαφημιστικών φυλλαδίων στην περιοχή σου ή αποστολή ενημερωτικών επιστολών σε υποψηφίους πελάτες.
- ◆ Διαφήμιση σε τοπικές εφημερίδες, περιοδικά, κλαδικά φυλλάδια, κινηματογράφους, τοπικό ραδιόφωνο, θα κάνουν γνωστή την επιχείρησή σου σε μεγαλύτερο κοινό. Να θυμάσαι ότι μόνο μία μεμονωμένη διαφημιστική ενέργεια δεν έχει τα ίδια αποτελέσματα μιας οργανωμένης και συντονισμένης διαφημιστικής καμπάνιας.
- ◆ Συμμετοχή της εταιρείας σε κλαδικές εκθέσεις σου επιτρέπει να συναντήσεις προσωπικά τους υποψήφιους πελάτες.
- ◆ Ανάπτυξη των δημοσίων σχέσεων για να προσελκύσεις τα κατάλληλα πρόσωπα (π.χ. δημοσιογράφοι), τα οποία μπορούν να συμβάλουν στην προώθηση των πωλήσεών σου.
- ◆ Μην ξεχνάς να μετρήσεις την επιτυχία όποιας διαφημιστικής μεθόδου χρησιμοποιήσεις με το να ρωτάς τους πελάτες σου πού έμαθαν για την επιχείρησή σου.

#### Προγραμματισμός των ταμειακών ροών της επιχείρησης

Δεν αρκεί να βρίσκεις μόνο τις πηγές χρηματοδότησης. Πρέπει οι εισροές των κεφαλαίων (από χρηματοδοτήσεις και πωλήσεις) να συγχρονίζονται με την εκροή των εξόδων της επένδυσης, του κόστους παραγωγής και άλλων εξόδων (διοίκησης, διάθεσης κλπ.).

Το ταμειακό πρόγραμμα καταγράφει τις εισπράξεις και τις πληρωμές μίας περιόδου. Θα γίνει η βάση για να υπολογίσεις τι ποσόν χρειάζεσαι για να ιδρύσεις και να διατηρήσεις την επιχείρησή σου. Θα σε βοηθήσει να δεις μακριά στο μέλλον και να σκεφτείς τον τρόπο αντιμετώπισης της κατάστασης.

Μερικά ερωτήματα που πρέπει να απαντήσεις:

- ◆ Τι επιπλέον χρήματα απαιτούνται και από πού θα τα βρεις στο χρόνο που τα χρειάζεσαι;
- ◆ Τι πιστωτικούς όρους μπορείς να δώσεις στους πελάτες σου;
- ◆ Πώς πρέπει να διαπραγματευθείς τους πιστωτικούς όρους με τους προμηθευτές σου;
- ◆ Τι πρέπει να κάνεις αν έχεις λιγότερες πωλήσεις από τις αναμενόμενες ή τα γενικά έξοδα αυξηθούν;
- ◆ Έχεις σκεφτεί όλους τους δυνατούς τρόπους χρηματοδότησης για να χρησιμοποιήσεις σε κάθε περίπτωση τον πιο ευνοϊκό;
- ◆ Σε περίπτωση ύπαρξης σημαντικού πλεονάσματος μετρητών, έχεις σκεφτεί την καλύτερη δυνατή χρήση τους εντός ή εκτός της επιχείρησης ώστε να μην παραμένουν ανεκμετάλλευτα;

## Διαμόρφωση και εκπόνηση του Επενδυτικού Σχεδίου (Business Plan)

Όσο καλύτερα προετοιμαστείς τόσο καλύτερα θα προετοιμάσεις το μέλλον σου. Αφού αξιολογήσεις όλους τους προαναφερθέντες παράγοντες θα μπορούσες να προχωρήσεις στην υλοποίηση της ιδέας σου. Αρχικά θα πρέπει να συμβουλευτείς κάποιο φοροτεχνικό σύμβουλο για τη μορφή της επιχείρησης, αν θα είναι δηλαδή Ατομική/ Ο.Ε./Ε.Ε./Ε.Π.Ε./Α.Ε. και το είδος των λογιστικών βιβλίων που πρέπει να τηρείς. Μα αποφύγεις να βασίσεις την επιλογή της νομικής υπόστασης της επιχείρησής σου σε ένα μόνο κριτήριο (για παράδειγμα το φορολογικό καθεστώς). Μία λάθος επιλογή μπορεί να αποτελέσει την απαρχή πολύ σοβαρών προβλημάτων. Επιπλέον χρειάζεται να ελέγξεις αν για την επιχείρηση που θέλεις να ξεκινήσεις μπορείς να πάρεις άδεια εγκατάστασης και λειτουργίας στον συγκεκριμένο χώρο ή εάν απαιτείται κάποια άλλη ειδική άδεια.

Επίσης πρέπει να γνωρίζεις την σχετική νομοθεσία για την πρόσληψη προσωπικού, την πληρωμή ΙΚΑ, τις διαδικασίες για άνοιγμα λογαριασμού στην τράπεζα ή την λήψη δανείου, καθώς και τις διατυπώσεις για παραγγελίες πελατών, αποστολή παραγγελιών κ.λ.π. Μην ξεχνάς ότι θα πρέπει να αξιοποιήσεις το μέγιστο των ικανοτήτων σου, να διαθέτεις απεριόριστο χρόνο, να έχεις τα αναγκαία ίδια κεφάλαια για την υλοποίηση του σχεδίου σου και τη λειτουργία της επιχείρησης.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup> Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

---

### 3.1 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Μέχρι τις αρχές του 20ου αιώνα αυτό που απασχολούσε κυρίως τους επιχειρηματίες ήταν να ακολουθούν τα ταχύτερα βήματα με τα οποία η τεχνολογία αναπτυσσόταν και προσπαθούσαν να συμβαδίζουν σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερο βαθμό με αυτά.

Η μετέπειτα περίοδος όμως χαρακτηρίζεται από έντονη διαφοροποίηση της παραγωγής. Τα τεχνολογικά επιτεύγματα, σταμάτησαν πλέον να εξελίσσονται με τόσο έντονο ρυθμό. Η πληθώρα των προϊόντων και υπηρεσιών που είχε δημιουργηθεί για την κάλυψη των αναγκών των καταναλωτών κατέστησε αναγκαία την εισαγωγή καινοτομικών λύσεων σε όλους τους κλάδους της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Με τον τρόπο αυτό, ο κάθε επιχειρηματίας εδραιώνει τη θέση της επιχείρησής του στην αγορά, κατοχυρώνοντας το απαραίτητο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των υπολοίπων.

Δύο κύριοι παράγοντες που συντέλεσαν στην επιτακτική ανάγκη για χρήση καινοτομίας είναι η γνώση και η πληροφορία. Λόγω της παγκοσμιοποίησης και με τη βοήθεια της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών, διευκολύνεται η απόκτηση των δύο παραπάνω στοιχείων και η πρόσβαση σε αυτά, προκειμένου να χρησιμοποιηθούν κατάλληλα και αποτελεσματικά στην πορεία, από την ίδια την επιχείρηση.

Κατά τον P. Drucker (1995) ο επιτυχημένος επιχειρηματίας είναι ταυτόχρονα manager και καινοτόμος. Η καινοτομία ως διαδικασία αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της δουλειάς του επιχειρηματία, δίνοντας του το έναυσμα να δημιουργήσει νέες, διαφοροποιημένες ιδέες στις οποίες θα στηριχθεί η παραγωγή των προϊόντων ή υπηρεσιών. Με αυτόν τον τρόπο μπορεί να πετύχει, αφενός τη βιωσιμότητα και αφετέρου την κερδοφορία της επιχείρησής του.

Η καινοτομία μπορεί να δημιουργηθεί και να επηρεαστεί τόσο από το εσωτερικό όσο και από το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης. Στοιχεία του χαρακτήρα του ίδιου του επιχειρηματία αλλά και κοινωνικοοικονομικοί παράγοντες του περιβάλλοντος μέσα στο

οποίο κινείται, αποτελούν κατευθυντήριες γραμμές, στην πορεία εφαρμογής της καινοτομικής σκέψης.

Παρά το γεγονός που θέλει την καινοτομία να λειτουργεί ως λύση των ενδεχόμενων προβλημάτων που μπορεί να παρουσιαστούν, πολλές φορές μπορεί να οδηγήσει στη δημιουργία νέων, σε περίπτωση που δεν γίνει ορθή χρήση της εφαρμογής της.

Συνηθέστερα προβλήματα μπορούν να θεωρηθούν τα ακόλουθα:

ΎΜπορεί να δοθεί υπέρ του δέοντος έμφαση στο τμήμα της επιχείρησης που είναι υπεύθυνο για την καινοτομία, με αποτέλεσμα να παραμεληθούν εξίσου σημαντικής βαρύτητας και ζωτικής σημασίας για την επιχείρηση τμήματα, όπως αυτό του marketing και των πωλήσεων.

ΎΕνα ακόμη σφάλμα, στο οποίο ενδέχεται να υποπέσει ο επιχειρηματίας, είναι το να εκλάβει την καινοτομία ως μια μονομερή ιδέα, αγνοώντας τον πολύπλευρο χαρακτήρα της και μη αξιοποιώντας την πλήρως,

ΎΤέλος, μέγιστο λάθος θεωρείται η αντίληψη πως η καινοτομία είναι εφαρμόσιμη μόνο από μεγάλες επιχειρησιακές μονάδες, όπως επίσης και ότι οι παράγοντες που την επηρεάζουν προέρχονται μόνο από το εξωτερικό περιβάλλον. Επομένως, κατά την άποψη του επιχειρηματία, δεν είναι εφικτός ο έλεγχός τους.

Συμπερασματικά, ένας επιχειρηματίας- manager οφείλει να περιορίσει στο ελάχιστο την μονομανή πλευρά του χαρακτήρα του και να εστιάσει σε όλα εκείνα τα στοιχεία, συνδυάζοντάς τα δημιουργικά, ώστε να έχει το επιθυμητό αποτέλεσμα. Ταυτόχρονα, αποφεύγοντας τα προαναφερθέντα λάθη θα είναι σε θέση να ελαχιστοποιήσει το ενδεχόμενο αποτυχίας και να εφαρμόσει επιτυχώς τις καινοτομικές του ιδέες, εκμεταλλευόμενος το κυριότερο χάρισμά του, αυτό της διορατικότητας.

### 3.2 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Με τον όρο **καινοτομία** εννοείται η νέα και πρωτοποριακή ιδέα για την υλοποίηση κάποιου πράγματος ή η νέα διαδικασία αυτής της υλοποίησης, καθώς επίσης και η εφαρμογή νέων εφευρέσεων ή ανακαλύψεων για την πραγματοποίηση κάποιου αποτελέσματος. Συχνά ο όρος χρησιμοποιείται σε οικονομικό/επιχειρηματικό/εμπορικό πλαίσιο.

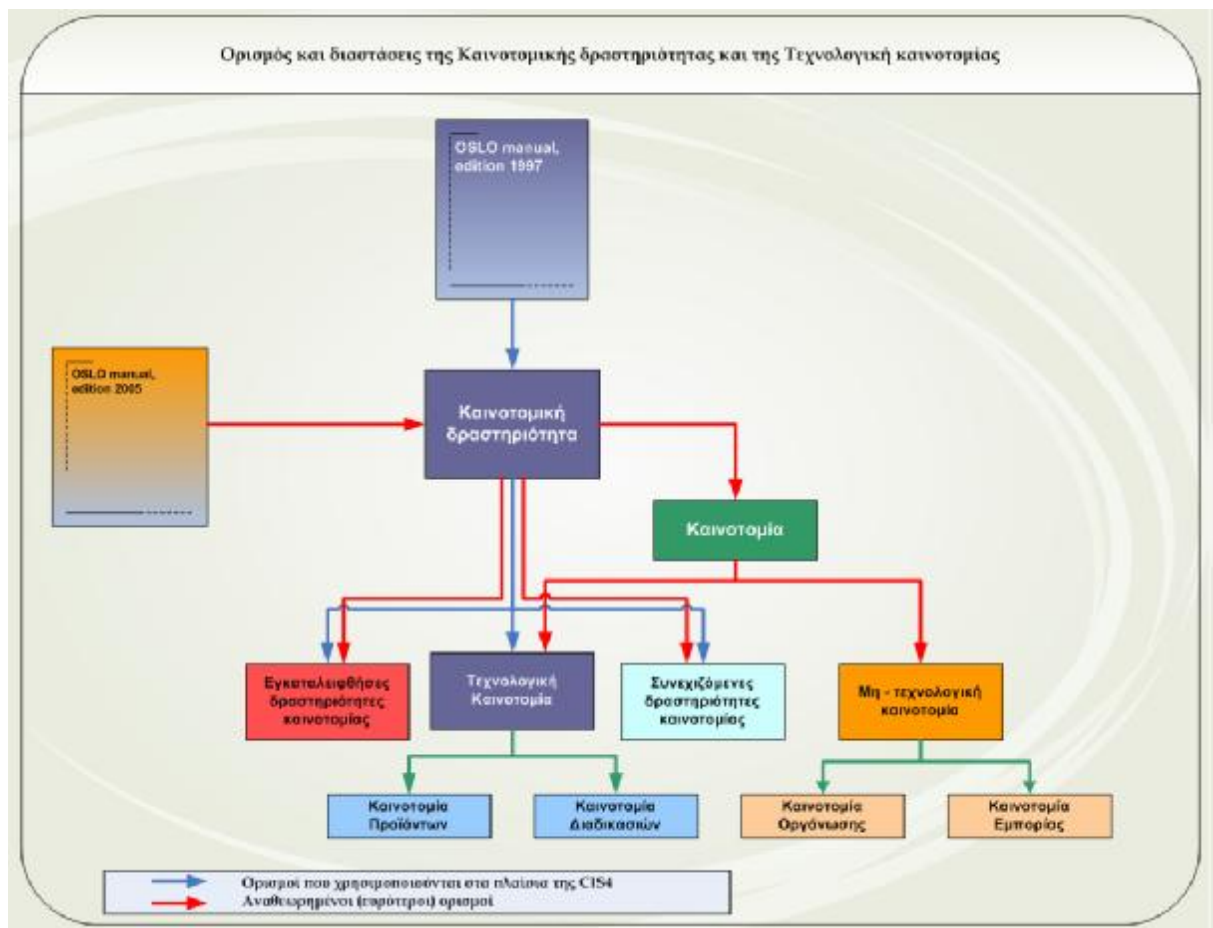
Σύμφωνα με τον ορισμό της καινοτομίας, που προτείνει ο ΟΟΣΑ στο «εγχειρίδιο Frascati», πρόκειται για την μετατροπή μιας ιδέας σε εμπορεύσιμο προϊόν ή υπηρεσία, λειτουργική μέθοδο παραγωγής ή διανομής - νέα ή βελτιωμένη - ή ακόμα σε νέα μέθοδο παροχής κοινωνικής υπηρεσίας. Με τον τρόπο αυτόν ο όρος αναφέρεται στην διαδικασία. Από την άλλη μεριά, όταν με τη λέξη «καινοτομία» υποδηλώνεται ένα νέο ή βελτιωμένο προϊόν, εξοπλισμός, η υπηρεσία που διαχέεται επιτυχώς στην αγορά, η έμφαση δίνεται στο αποτέλεσμα της διαδικασίας.

Συνδέεται με την έρευνα και την ανάπτυξη, ειδικά στο χώρο των επιχειρήσεων, με τα αντίστοιχα τμήματα (R&D, Research and Development). Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η καινοτομία είναι επιτεύξιμος στόχος μέσω ευρωπαϊκών προγραμμάτων συνεργασίας μεταξύ διακρατικών εταιρών. Η καινοτομία στην Ε.Ε. μετράται με το Innovation Scorecard, που ξεκίνησε σαν θεσμός το 2006. Η καινοτομία μετράται με δείκτες, οι οποίοι συσταδοποιούνται σε κατηγορίες. Συνάφεια με εμπειρία, μάθηση και ανάπτυξη.

Είναι σημαντικό να γίνει διάκριση μεταξύ της τεχνολογικής καινοτομίας προϊόντων και διαδικασιών και της μη τεχνολογικής καινοτομίας (οργάνωσης και εμπορίας). Για παράδειγμα, τα πιστοποιητικά ISO ή η εισαγωγή συστημάτων διαχείρισης και ελέγχου ποιότητας είναι τεχνολογική καινοτομία μόνο όταν συνδέονται άμεσα με την εισαγωγή νέων ή σημαντικά βελτιωμένων διαδικασιών. Η δημιουργία μίας απλής ιστοσελίδας με πληροφορίες, χωρίς on-line νέες και πρωτότυπες υπηρεσίες δεν αποτελεί καινοτομία. Αν υπάρχουν οι πρωτότυπες υπηρεσίες τότε αποτελεί παράδειγμα μη τεχνολογικής καινοτομίας. Επίσης, οι οργανωτικές καινοτομίες θεωρούνται τεχνολογικές μόνο στην περίπτωση που βασίζονται σε νέες τεχνολογικές εφαρμογές και επιφέρουν μετρήσιμες αλλαγές στην απόδοση, για παράδειγμα αύξηση στην παραγωγικότητα ή στις πωλήσεις.



Ένα σημαντικό κριτήριο για όλα τα είδη καινοτομίας είναι ότι πρέπει να περιέχουν μία σημαντική αλλαγή / διαφοροποίηση στα υπάρχοντα προϊόντα (αγαθά ή υπηρεσίες), τις διαδικασίες, τις μεθόδους εμπορίας ή τις οργανωτικές δομές και πρακτικές της επιχείρησης. Δεν είναι λοιπόν καινοτομία αλλαγές, οι οποίες έχουν μικρή σημασία ή εμβέλεια ή δεν επιφέρουν ικανό βαθμό νεωτερισμού στην επιχείρηση, όπως διακοπή χρήσης μίας διαδικασίας, μεθόδου εμπορίας ή εμπορικής εκμετάλλευσης ενός προϊόντος, αλλαγές προερχόμενες αποκλειστικά από μεταβολές των τιμών των παραγωγικών συντελεστών, απλή αντικατάσταση ή αναβάθμιση ενός προϊόντος ή διαδικασίας ή συσκευασίας, παραγωγή επί παραγγελία, εποχιακές και άλλες κυκλικές μεταβολές.



### **3.3 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΙ ΜΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ**

#### **3.3.1 Τεχνολογική καινοτομία προϊόντων και διαδικασιών**

Ως τεχνολογική καινοτομία ορίζεται :

- Η εισαγωγή στην αγορά ενός νέου ή σημαντικά βελτιωμένου σε σχέση με τα βασικά του χαρακτηριστικά, τις τεχνικές προδιαγραφές, το ενσωματωμένο λογισμικό ή άλλα μη υλικά συστατικά, προτιθέμενες χρήσεις ή τη φιλικότητα προς τον χρήστη, προϊόντος (υλικού αγαθού ή υπηρεσίας) ή
- Η εισαγωγή στην επιχείρηση μίας νέας ή σημαντικά βελτιωμένης διαδικασίας παραγωγής, μεθόδου παροχής και διανομής ή διαδικασίας υποστήριξης για τα αγαθά ή τις υπηρεσίες. Το αποτέλεσμα (της διαδικασίας) θα πρέπει να είναι σημαντικό σε σχέση με τον όγκο της παραγωγής, την ποιότητα των προϊόντων ή το κόστος παραγωγής και διανομής. Καθαρά οργανωτικές ή διοικητικές μεταβολές δεν περιλαμβάνονται στην τεχνολογική καινοτομία.

Επιπρόσθετα, η τεχνολογική καινοτομία πρέπει να βασίζεται στα αποτελέσματα νέων τεχνολογικών εξελίξεων, νέων συνδυασμών υπαρχουσών τεχνολογιών ή στη χρησιμοποίηση άλλου είδους γνώσεων που αποκτήθηκαν από την επιχείρηση. Οι μεταβολές καθαρά αισθητικής φύσεως δεν περιλαμβάνονται.

#### **Παραδείγματα τεχνολογικών καινοτομιών**

##### **♦ Βιομηχανία-Παραγωγή**

- Νέες μέθοδοι στην παρασκευή τελικών και άλλων προϊόντων / υπηρεσιών με νέες πρώτες ύλες
- Χρήση νέων φιλικών προς το περιβάλλον υλικών
- Προϊόντα βιοτεχνολογίας
- Νέες ενεργειακές τεχνολογίες στον πρωτογενή τομέα
- Φάρμακα βιολογικής βάσης
- Νέες διαγνωστικές μέθοδοι στην ιατρική ή στην παραγωγή

- Τεχνολογίες αισθητήρων
- Προϊόντα για την παροχή προστασίας του χρήστη ή περιβάλλοντος
- Συστήματα ολικής διαχείρισης απορριμμάτων ή αποβλήτων
- Αξιοποίηση απορριμμάτων / αποβλήτων.
- Μείωση ενεργειακής κατανάλωσης ανά μονάδα προϊόντος / υπηρεσίας
- Ενσωμάτωση «πράσινων» τεχνολογιών στην παραγωγική / παροχή υπηρεσιών
- Μέθοδος μέτρησης και ελέγχου διαδικασιών ή/και ποιότητας των προϊόντων με αισθητήρες
- Συστήματα που μετρούν και ελέγχουν τα αποθέματα των προϊόντων
- Εισαγωγή μεθόδων που στηρίζονται σε ψηφιακές τεχνολογίες για την ανάπτυξη της παραγωγής (π.χ. αυτοματοποιημένη γραμμή παραγωγής)
- Εισαγωγή προγραμμάτων προσομοίωσης για τον έλεγχο και τη βελτιστοποίηση των τελικών ή και των ενδιάμεσων μεθόδων της παραγωγής και των προϊόντων

#### ♦ Εμπόριο-Χονδρικό Εμπόριο

- Εισαγωγή οικολογικών προϊόντων στη σειρά των αγαθών
- Νέα είδη υπηρεσιών πιστοποίησης
- Εισαγωγή επιπρόσθετων υπηρεσιών: συνδυασμένες υπηρεσίες (π.χ. τεχνικές και συμβουλευτικές υπηρεσίες, εξέταση και πιστοποίηση υπηρεσιών)
- Πώληση απευθείας στον πελάτη - Ηλεκτρονική ανταλλαγή προϊόντων
- Μείωση ενεργειακού «αποτυπώματος» παραγωγικών διαδικασιών
- Μέθοδοι εντοπισμού και ελέγχου των φορτίων
- Ψηφιακός χειρισμός προϊόντων
- Εισαγωγή καναλιών άμεσης επανατροφοδότησης μεταξύ πελάτη-παραγωγού
- Ηλεκτρονικοί κατάλογοι (π.χ. σε οπτικούς δίσκους)
- Κέντρα εξυπηρέτησης πελατών για συντονισμό όλων των απαιτήσεων των πελατών

### **3.3.2 Μη τεχνολογική καινοτομία προϊόντων και διαδικασιών**

Οργανωτική μη τεχνολογική καινοτομία είναι η εφαρμογή νέων μεθόδων ή μεταβολών των μεθόδων, όσον αφορά τη δομή ή τη διοίκηση της επιχείρησης, που αποσκοπούν στη βελτίωση της χρήσης των γνώσεων στην επιχείρηση, της ποιότητας των αγαθών και των υπηρεσιών ή της αποτελεσματικότητας των ροών εργασίας.

Μη τεχνολογική καινοτομία εμπορίας είναι η εφαρμογή νέων ή βελτιωμένων σχεδίων ή μεθόδων πώλησης που αποσκοπούν στην αύξηση της ελκυστικότητας των αγαθών και των υπηρεσιών ή στην είσοδο σε νέες αγορές.

### **ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΤΟΥ ΤΙ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΜΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ**

Είναι σημαντικό να γίνει διάκριση μεταξύ της τεχνολογικής καινοτομίας προϊόντων και διαδικασιών και της μη τεχνολογικής καινοτομίας (οργάνωσης και εμπορίας). Για παράδειγμα:

- Τα πιστοποιητικά ISO ή η εισαγωγή συστημάτων διαχείρισης και ελέγχου ποιότητας είναι τεχνολογική καινοτομία μόνο όταν συνδέονται άμεσα με την εισαγωγή νέων ή σημαντικά βελτιωμένων διαδικασιών.
- Η δημιουργία μίας απλής ιστοσελίδας με πληροφορίες, χωρίς on-line νέες και πρωτότυπες υπηρεσίες δεν αποτελεί καινοτομία. Αν υπάρχουν οι πρωτότυπες υπηρεσίες τότε αποτελεί παράδειγμα μη τεχνολογικής καινοτομίας
- Οι οργανωτικές καινοτομίες θεωρούνται τεχνολογικές μόνο στην περίπτωση που βασίζονται σε νέες τεχνολογικές εφαρμογές και επιφέρουν μετρήσιμες αλλαγές στην απόδοση, για παράδειγμα αύξηση στην παραγωγικότητα ή στις πωλήσεις.

### **3.3.3 Τι δεν είναι καινοτομία οποιασδήποτε μορφής**

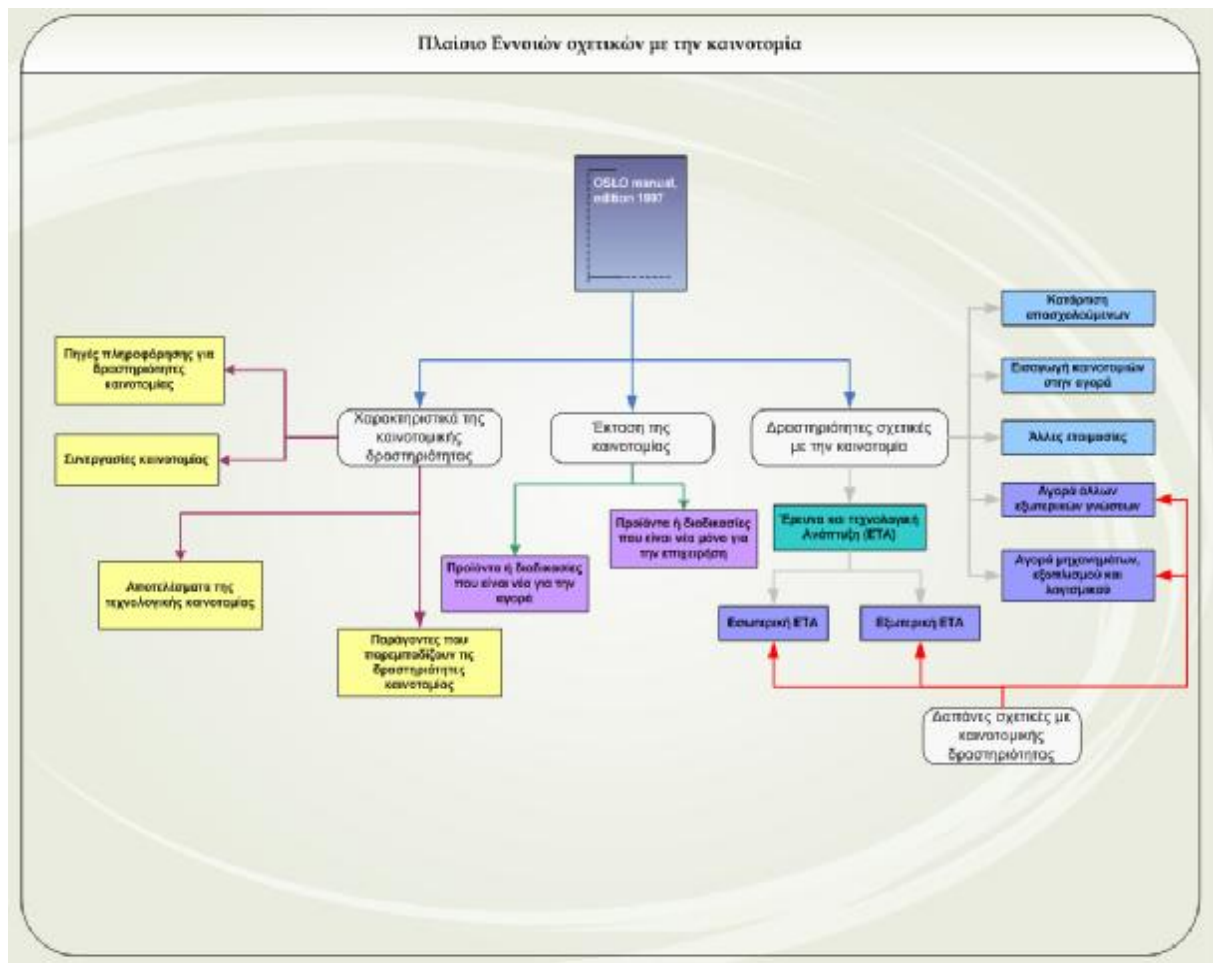
Ένα σημαντικό κριτήριο για όλα τα είδη καινοτομίας είναι ότι πρέπει να περιέχουν μία σημαντική αλλαγή / διαφοροποίηση στα υπάρχοντα προϊόντα (αγαθά ή υπηρεσίες), τις διαδικασίες, τις μεθόδους εμπορίας ή τις οργανωτικές δομές και πρακτικές της επιχείρησης. Δεν είναι λοιπόν καινοτομία αλλαγές οι οποίες:

**έχουν μικρή σημασία ή εμβέλεια ή δεν επιφέρουν ικανό βαθμό νεωτερισμού στην επιχείρηση όπως:**

- διακοπή χρήσης μίας διαδικασίας, μεθόδου εμπορίας ή εμπορικής εκμετάλλευσης ενός προϊόντος,
- αλλαγές προερχόμενες αποκλειστικά από μεταβολές των τιμών των παραγωγικών συντελεστών,
- απλή αντικατάσταση ή αναβάθμιση ενός προϊόντος ή διαδικασίας ή συσκευασίας
- παραγωγή επί παραγγελία
- εποχιακές και άλλες κυκλικές μεταβολές.

### **3.3.4 Άλλες περιπτώσεις καινοτομίας**

- Ανάπτυξη εφαρμογών λογισμικού για καινοτόμες εφαρμογές (π.χ. αγροτικό τομέα)
- Ανάπτυξη ευέλικτου και φιλικού προς το χρήστη λογισμικού
- Υπηρεσίες βιομηχανικού σχεδιασμού πρωτότυπου προϊόντος / διεργασίας / παροχής υπηρεσίας.
- Ανάπτυξη και παροχή υπηρεσιών εξομοίωσης και μοντελοποίησης.
- Εξ' αποστάσεως συντήρηση λογισμικού και παροχή συμβουλών
- Παροχή νέων εφαρμογών και προγραμμάτων πολυμέσων
- Εφαρμογές εκπαίδευσης εξ αποστάσεως
- Εφαρμογή θερμογραφικών και μεθόδων / τεχνικών μη – καταστροφικών ελέγχων στην αποτίμηση τεχνικών συστημάτων.
- Εφαρμογές τηλεματικής και ψηφιακών συστημάτων μετάδοσης.
- Εφαρμογές τηλεϊατρικής



### 3.4 Η ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Κατά καιρούς γίνονται διάφορες καινοτομίες: κάποιος ξεκινά από μια υπάρχουσα ιδέα, μία έννοια ή ένα προϊόν και τη βελτιώνει. Ακόμη πιο αξιοθαύμαστο όμως είναι να καταφέρει κανείς να σκεφτεί πέρα απ' όσα υπάρχουν και να δημιουργήσει μία εντελώς καινούρια έννοια.

Γιατί είναι η καινοτομία τόσο σημαντική στις μέρες μας; Γιατί ο ρυθμός των αλλαγών που συντελούνται αυξάνεται με αλματώδη ταχύτητα. Ο κόσμος μεταβαίνει από τη βιομηχανική Σε αυτό το διαρκώς μεταβαλλόμενο παγκόσμιο περιβάλλον, αποκτά κανείς στρατηγικό πλεονέκτημα μόνο όταν ηγείται των αλλαγών και όχι όταν απλά τις παρακολουθεί. Και ο μόνος τρόπος να αποκτήσει μια επίχειρηση ηγετική θέση είναι η καινοτομία.

Όλες οι επιχειρήσεις καλούνται να είναι καινοτόμες, καθώς η καινοτομία είναι η πηγή που τροφοδοτεί οποιαδήποτε μελλοντική εισροή εσόδων. Η αλήθεια όμως είναι πως οι περισσότερες εταιρείες, ιδίως οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) δυσκολεύονται να κατανοήσουν τι σημαίνει καινοτομία, πώς μπορεί κανείς να τη διαχειριστεί αποτελεσματικά καθώς και ότι η καινοτομία δεν αφορά μόνο τους τεχνολογικά προηγμένους βιομηχανικούς κλάδους. Οποιοδήποτε άτομο, οποιαδήποτε εταιρεία, σε οποιονδήποτε κλάδο μπορεί να καινοτομεί. Η καινοτομία αποτελεί διαδικασία και όχι προορισμό.

Έχουν διατυπωθεί πολλές θεωρίες σχετικά με την καινοτομία και με ερωτήματα όπως τι είναι η καινοτομία, ποια είναι τα κυριότερα χαρακτηριστικά και τα είδη της, πώς μπορούμε να τη διαχειριστούμε κλπ. Δεν έχουμε καταφέρει μέχρι στιγμής (και πιθανώς δεν θα καταφέρουμε) να καταλήξουμε σε μία και μοναδική θεωρία για την καινοτομία

Η επιτυχημένη καινοτομία συνδέεται άρρηκτα με την οικονομική απόδοση. Αποτελεί κινητήριο μοχλό της οικονομικής ανάπτυξης ενώ έχει ευρύτερα οφέλη για την κοινωνία. Οι νέες ιδέες και ανακαλύψεις βελτιώνουν την ποιότητα ζωής μας. Επιπλέον, η καινοτομία μπορεί να οδηγήσει σε βελτιωμένα πρότυπα ασφαλείας, βελτιωμένη ιατρική περίθαλψη, προϊόντα καλύτερης ποιότητας καθώς και προϊόντα και υπηρεσίες φιλικά προς το περιβάλλον. Η καινοτομία έχει αυξήσει την παραγωγικότητά μας σε επίπεδα πολύ υψηλότερα από εκείνα των προηγούμενων γενεών και έχει αλλάξει ριζικά τον τρόπο ζωής μας. Θα μπορούσαμε να πούμε πως η καινοτομία και η εκπαίδευση αποτελούν πλέον τα κύρια συστατικά επιτυχίας στην παγκόσμια οικονομία της γνώσης.

Ο ταχύτατα μεταβαλλόμενος κόσμος φέρει τις επιχειρήσεις αντιμέτωπες με προκλήσεις αλλά και ευκαιρίες. Η καινοτομία μπορεί να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να αξιοποιήσουν αυτές τις αλλαγές με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Οι μεταβαλλόμενες ανάγκες και προσδοκίες των πελατών, οι εξελισσόμενοι ανταγωνιστές, η μεταβαλλόμενη τεχνολογία, το εξελισσόμενο εξωτερικό νομικό περιβάλλον, καθώς και η αγορά με τον ολοένα εντεινόμενο παγκόσμιο και δυναμικό της χαρακτήρα – όλα τα παραπάνω γεννούν ευκαιρίες καινοτομίας. Η καινοτομία μπορεί να μειώσει το κόστος παραγωγής, να οικοδομήσει νέες αγορές και να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα. Επίσης μπορεί να αναδειχθεί σε κινητήριο μοχλό της απόδοσης ενισχύοντας την κερδοφορία, δημιουργώντας θέσεις απασχόλησης και αυξάνοντας το μερίδιο μιας επιχείρησης στην αγορά και την ανάπτυξη.

Το ακόλουθο σχήμα περιγράφει τα πλεονεκτήματα των καινοτόμων δράσεων στις εταιρείες.



Σχήμα: Πλεονεκτήματα των καινοτόμων δράσεων στις εταιρίες



### **3.5 ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΑΙ Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ**

Η καινοτομία αποτελεί παράγοντα κλειδί για την ανάπτυξη και την επέκταση της επιχείρησής σας σε έναν ταχύτατα μεταβαλλόμενο κόσμο. Επίσης είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την οικονομική απόδοση, καθώς, όταν γίνεται με επιτυχία έχει τη δυνατότητα να μειώσει το κόστος παραγωγής αγαθών ή υπηρεσιών, να δημιουργήσει νέες κερδοφόρες αγορές με εξειδικευμένα χαρακτηριστικά («αγορές φωλαιάς»), να εισάγει νέα προϊόντα ή υπηρεσίες οι οποίες αυξάνουν την κερδοφορία της επιχείρησής σας μακροπρόθεσμα. Οποιαδήποτε εταιρεία ή οποιοσδήποτε οργανισμός ακόμη και οποιοδήποτε άτομο μπορεί να καινοτομεί.

Η καινοτομία δεν περιορίζεται σε μεγάλες επιχειρήσεις οι οποίες διαθέτουν τους πόρους ώστε να προσλάβουν έναν υπεύθυνο καινοτομίας ή άλλα ικανά στελέχη με υψηλό βαθμό εξειδίκευσης. Και οι μικρές επιχειρήσεις αποτελούν πρόσφορο έδαφος για την ανάπτυξη της καινοτομίας. Μάλιστα πολλά από τα σημαντικότερα προϊόντα του περασμένου αιώνα γεννήθηκαν σε μικρές εταιρείες, ενώ ο τομέας αυτός εξακολουθεί να παράγει ριζικές καινοτομίες.

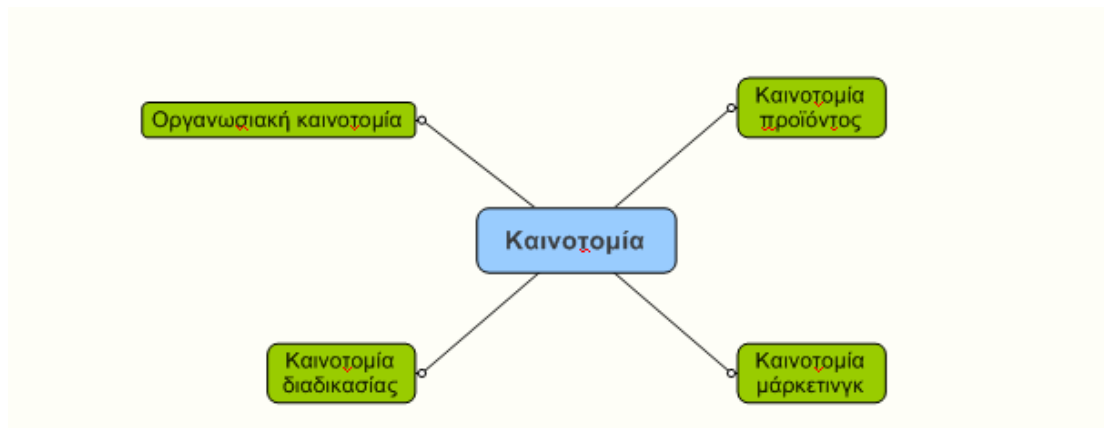
Η καινοτομία έχει ζωτική σημασία για τις μικρές επιχειρήσεις. Είναι πηγή ζωής για κάθε επιτυχημένη μικρή εταιρεία, πολύτιμος αρωγός στην άνθηση και την ανάπτυξή της!

### **3.6 ΤΕΣΣΕΡΑ ΚΥΡΙΑ ΕΙΔΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ (ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ)**

Οι καινοτομίες διαφέρουν ανάλογα με το αντικείμενό, το χρόνο ολοκλήρωσής και τον οργανωσιακό και κοινωνικό τους αντίκτυπο. Οποιαδήποτε ταξινόμηση σε κατηγορίες χαρακτηρίζεται από φαινόμενα αλληλοεπικάλυψης καθώς οι γραμμές που διαχωρίζουν τη μία κατηγορία από την άλλη συχνά συμπίπτουν. Σ' αυτό το σημείο θα δούμε εν συντομία τα κυριότερα είδη καινοτομίας βάσει μίας απλοποιημένης ταξινόμησης.

Θα πρέπει επίσης να επισημάνουμε ότι η ταξινόμηση των ειδών καινοτομίας δεν είναι αυστηρά επιστημονική. Μία καινοτομία μπορεί να τοποθετηθεί σε διαφορετικές κατηγορίες από κάθε επιχείρηση.

Διακρίνονται τέσσερα είδη καινοτομίας ανάλογα με το αντικείμενό τους: καινοτομία προϊόντος, καινοτομία διαδικασίας, καινοτομία μάρκετινγκ και οργανωσιακή καινοτομία.



**Καινοτομία προϊόντος (product innovation)** είναι η εισαγωγή ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας που είναι νέο/νέα ή σημαντικά βελτιωμένο/η ως προς τα γνωρίσματά του ή τις χρήσεις για τις οποίες προορίζεται. Αυτό το είδος καινοτομίας συνεπάγεται σημαντικές βελτιώσεις των τεχνικών προδιαγραφών, των συστατικών μερών και των υλικών, του ενσωματωμένου λογισμικού, του φιλικού χαρακτήρα προς το χρήστη ή άλλων λειτουργικών χαρακτηριστικών

**Καινοτομία διαδικασίας (process innovation)** είναι η εφαρμογή μίας νέας ή σημαντικά βελτιωμένης μεθόδου παραγωγής ή παράδοσης. Αυτό το είδος καινοτομίας εμπεριέχει σημαντικές αλλαγές στις τεχνικές, την τεχνολογία, τον εξοπλισμό και/ ή το λογισμικό

**Καινοτομία μάρκετινγκ (marketing innovation)** είναι η εφαρμογή μίας νέας μεθόδου μάρκετινγκ που περιλαμβάνει σημαντικές αλλαγές στο σχεδιασμό των προϊόντων ή τη συσκευασία τους, την τοποθέτηση, την προώθηση ή την τιμολόγησή τους.

Η καινοτομία μάρκετινγκ στοχεύει στην καλύτερη εξυπηρέτηση των αναγκών του πελάτη, ανοίγοντας νέες αγορές ή επανατοποθετώντας το προϊόν της εταιρείας στην αγορά με στόχο την αύξηση των πωλήσεων.<sup>20</sup> Το χαρακτηριστικό γνώρισμα της καινοτομίας μάρκετινγκ σε σύγκριση με άλλες αλλαγές στα εργαλεία μάρκετινγκ της εταιρείας είναι ότι στην περίπτωση της καινοτομίας εφαρμόζεται μία μέθοδος μάρκετινγκ που δεν έχει χρησιμοποιηθεί στο παρελθόν από την εταιρεία. Η μέθοδος αυτή θα πρέπει να αντικατοπτρίζει μία νέα αντίληψη

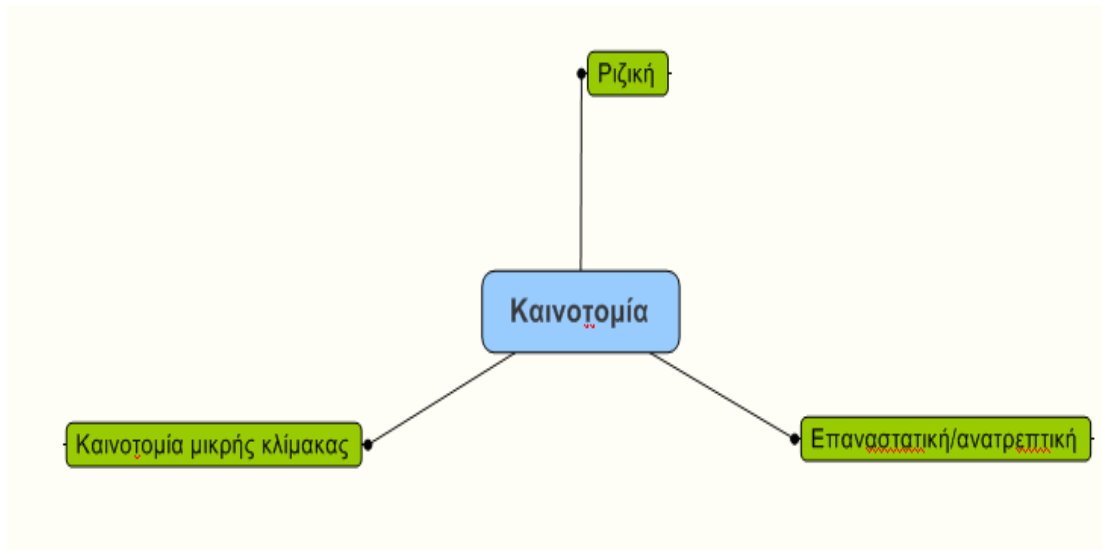
για το μάρκετινγκ και να σηματοδοτεί ένα ουσιαστικό βήμα πέρα από τις υπάρχουσες μεθόδους μάρκετινγκ της εταιρείας. Οι νέες μέθοδοι μάρκετινγκ μπορούν να χρησιμοποιηθούν τόσο για τα νέα όσο και για τα υπάρχοντα προϊόντα.

**Οργανωσιακή καινοτομία (organisational innovation)** είναι η εφαρμογή μίας νέας οργανωσιακής μεθόδου στις επιχειρησιακές πρακτικές της εταιρείας, στον εργασιακό χώρο, την οργάνωση ή τις εξωτερικές σχέσεις.

Η οργανωσιακή καινοτομία μπορεί να στοχεύει στην αύξηση της απόδοσης μέσω της μείωσης των διοικητικών ή συναλλακτικών δαπανών, τη βελτίωση της ικανοποίησης στον εργασιακό χώρο (και κατά συνέπεια την ενίσχυση της παραγωγικότητας), την απόκτηση πρόσβασης σε μη εμπορεύσιμα στοιχεία του ενεργητικού (όπως η μη κωδικοποιημένη εξωτερική γνώση) ή τη μείωση των δαπανών για προμήθειες.

Το χαρακτηριστικό γνώρισμα της οργανωσιακής καινοτομίας σε σύγκριση με άλλες οργανωσιακές αλλαγές σε μία εταιρεία είναι η εφαρμογή μίας οργανωσιακής μεθόδου η οποία δεν έχει χρησιμοποιηθεί στο παρελθόν από την εταιρεία

### 3.6.1 Ριζική, επαναστατική και μικρής κλίμακας καινοτομία



Σχήμα: Είδη καινοτομίας

**Η καινοτομία μικρής κλίμακας (Incremental innovation)** περιλαμβάνει την τροποποίηση, τελειοποίηση, απλοποίηση, εδραίωση και βελτίωση **υφιστάμενων** προϊόντων, διαδικασιών, υπηρεσιών και δραστηριοτήτων παραγωγής και διανομής.

Οι περισσότερες καινοτομίες ανήκουν σε αυτή την κατηγορία.

*Ορισμένα παραδείγματα καινοτομίας μικρής κλίμακας:*

- Το Walkman της Sony διατέθηκε σε πολλές παραλλαγές οι οποίες δεν ήταν πανομοιότυπες με το αρχικό προϊόν, ωστόσο όλα τα μοντέλα που ακολούθησαν το αρχικό σχεδιάστηκαν βάση μίας κοινής πλατφόρμας.
- Τα περισσότερα αυτοκίνητα, στα οποία γίνονται κάποιες μικρές αλλαγές ανά έτος με στόχο να βελτιωθούν τα προσφερόμενα πλεονεκτήματα σε σχέση με την ασφάλεια, και την απόδοση των οχημάτων καθώς και την άνεση των χρηστών.

**Η ριζική καινοτομία (radical innovation)** συνεπάγεται την εισαγωγή νέων προϊόντων ή υπηρεσιών που εξελίσσονται σε νέες μεγάλες επιχειρήσεις ή γεννούν νέους βιομηχανικούς κλάδους ή επιφέρουν σημαντικές αλλαγές στο σύνολο ενός βιομηχανικού κλάδου και κινούνται προς τη δημιουργία νέων αξιών.

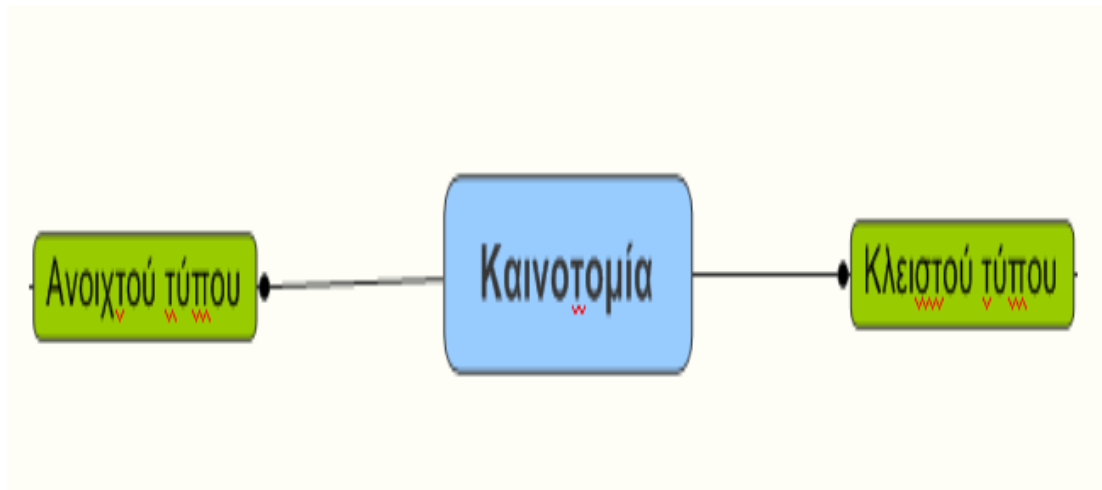
*Παράδειγμα ριζικής καινοτομίας: ο τραπεζικός τομέας υπέστη μία τουλάχιστον ήπια μεταμόρφωση με την εμφάνιση των μηχανημάτων ATM, που προσέφεραν τη δυνατότητα διάθεσης κεφαλαίου σχεδόν παντού ανά τον κόσμο με τη χρήση της κατάλληλης πλαστικής κάρτας.*

**Οι επαναστατικές/ ριζοσπαστικές καινοτομίες (breakthrough innovation)** εκπλήσσουν. Συναντώνται σπάνια και είναι προϊόν μιας ξεχωριστής επιστημονικής ή μηχανικής έμπνευσης. Αποκαλούνται «επαναστατικές» ("breakthroughs") επειδή επιτυγχάνουν αυτό που οι περισσότεροι δεν είχαν καν συνειδητοποιήσει ότι είναι δυνατό.

Οι επαναστατικές καινοτομίες παράγουν κάτι νέο ή ικανοποιούν μία ανάγκη που ήταν άγνωστη στο παρελθόν. Οι μεγάλες καινοτομίες αυτού του είδους έχουν συχνά εφαρμογές και συνέπειες οι οποίες ξεπερνούν κατά πολύ αυτό που είχαν στο μυαλό τους όσοι τις επινόησαν. Τέτοιου είδους καινοτομίες έχουν τη δύναμη να δημιουργήσουν νέους βιομηχανικούς κλάδους ή να μεταμορφώσουν τους ήδη υπάρχοντες. Μάλιστα είναι γνωστές και ως «Ανατρεπτικές Καινοτομίες».

### 3.6.2 Είδη καινοτομίας ανάλογα με τη στρατηγική

Η καινοτομία μπορεί να διακριθεί σε δύο κατηγορίες σε σχέση με τη στρατηγική καινοτομίας της αντίστοιχης εταιρείας: **ανοιχτού και κλειστού τύπου καινοτομία**



Με τις οποίες οι εταιρείες αποκτούν τεχνολογίες τις οποίες έχουν ανάγκη και αξιοποιούν τεχνολογίες που έχουν ήδη αναπτύξει. Στην περίπτωση του ανοιχτού τύπου καινοτομίας οι εταιρείες λαμβάνουν τεχνολογία από πολλαπλές πηγές. Οι στρατηγικές του ανοιχτού τύπου καινοτομίας επιδιώκουν να ενισχύσουν την αποδοτικότητα μέσω της οικοδόμησης αποτελεσματικών σχέσεων με άλλους εταίρους. Κανείς ποτέ δεν δημιούργησε μία επαναστατική καινοτομία με τη στρατηγική καινοτομίας ανοιχτού τύπου.

**Η κλειστού τύπου καινοτομία (close innovation)** ακολουθεί τη στρατηγική της πρόσληψης των ευφυέστερων επαγγελματιών ενός κλάδου. Σύμφωνα με την καινοτομία κλειστού τύπου μία εταιρεία θα πρέπει να αναπτύσσει τα δικά της νέα προϊόντα και υπηρεσίες και να είναι η πρώτη που τα διαθέτει στην αγορά. Η εταιρεία που πρωτοστατεί στις δαπάνες για E&A αποκτά τελικά και την ηγετική θέση στην αγορά. Τέλος, μία εταιρεία θα πρέπει να διαφυλάσσει με προσοχή την πνευματική της ιδιοκτησία ώστε οι ανταγωνιστές της να μην επωφελούνται από τις ιδέες της.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup> Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

---

## 4.1 Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΑΣΠΙΔΑ ΚΑΤΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Η ελληνική οικονομική κρίση έχει δημιουργήσει ένα νέο επιχειρηματικό περιβάλλον υψηλής αβεβαιότητας, όπου το μάνατζμεντ έχει δυσκολίες να προβλέψει και άρα να θέσει στόχους. Σε τέτοιες περιόδους ο καταναλωτής δίνει την ευκαιρία για ανάδειξη νέων brands, αφού προτιμάει συνήθως προϊόντα που προσφέρουν καλή ποιότητα και δίνουν πιο προσιτές λύσεις, αλλά σε χαμηλότερο κόστος –δηλαδή προϊόντα που προσφέρουν «value for money».

Ωστόσο, οι οικονομικές κρίσεις δημιουργούν πάντα και ευκαιρίες, αρκεί όμως οι επιχειρήσεις να έχουν την αναγκαία οργανωσιακή ετοιμότητα, την σωστή δημιουργικότητα και ένα ριζοσπαστικό φιλικό οικονομικό περιβάλλον. Βέβαια, στην Ελλάδα η δυνατότητα αυτή δυσχεραίνεται γιατί η έλλειψη ρευστότητας από το τραπεζικό σύστημα αποτρέπει σε μεγάλο βαθμό την αντοχή, την ανάπτυξη και την στρατηγική προσαρμογής των επιχειρήσεων.

Το ερώτημα είναι κατά πόσον οι ελληνικές επιχειρήσεις έχουν υψηλή ετοιμότητα και θα αντέξουν στην κρίση. Παρότι η «ικανότητα του μάνατζμεντ» στον ελληνικό ιδιωτικό τομέα είναι πάνω από τον ευρωπαϊκό μέσον όρο, συνήθως οι ελληνικές επιχειρήσεις δεν έχουν ισχυρή ανταγωνιστική θέση στις διεθνείς κλαδικές αλυσίδες αξίας και έχουν αρκετά απλοϊκά επιχειρηματικά μοντέλα. Παράλληλα, αντιμετωπίζουν ένα αρνητικό ρυθμιστικό και θεσμικό περιβάλλον λειτουργίας (ίσως το αρνητικότερο στην Ευρωπαϊκή Ένωση), που έχει δημιουργήσει κλαδικές διαστρεβλώσεις, απροθυμία νεοεισερχόμενων επενδυτών και συνήθεια στην χαμηλή παραγωγικότητα και συντήρηση του status quo.

Παρόλα αυτά υπάρχουν κάποιοι επιχειρηματικοί κλάδοι στην Ελλάδα που έχουν επιδείξει υψηλό επίπεδο ανταγωνιστικότητας, συνεχούς καινοτομίας και διεθνούς επέκτασης. Αυτοί οι κλάδοι προσφέρουν βέλτιστες πρακτικές προς μίμηση και είναι πιθανότερο να επιβιώσουν – κάτω, βέβαια, από συγκεκριμένες θεσμικές συνθήκες και στρατηγικές. Τα τέσσερα παρακάτω κλαδικά παραδείγματα σκιαγραφούν τις στρατηγικές επιχειρήσεων για το μέλλον, καθώς και το αναγκαίο εθνικό περιβάλλον και τις σχετικές δημόσιες πολιτικές για να αντιμετωπισθεί η οικονομική κρίση.

- Νέοι τεχνολογικοί κλάδοι με διεθνή κρίσιμη μάζα.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι ο νεοσύστατος (max 5 ετών) κλάδος των εφαρμογών κινητής τηλεφωνίας, με 50 ελληνικές επιχειρήσεις, 5.000 επιστήμονες/στελέχη και πωλήσεις 0,5 δισεκατ. ευρώ, που κυρίως αφορούν εξαγωγές. Οι καινοτόμες υπηρεσίες και τα λογισμικά εφαρμογών που προσφέρουν βασίζονται κυρίως σε ελληνικά στελέχη και ερευνητικά προγράμματα συνεργασίας επιχειρήσεων με ελληνικά ΑΕΙ. Οι κορυφαίες εταιρείες είναι ήδη εισηγμένες σε χρηματιστήρια του εξωτερικού και έχουν κέντρα διανομής σε πολλές χώρες. Η αναγκαία πολιτική εδώ είναι η βοήθεια, μέσω της διευκόλυνσης ίδρυσης και αξιοποίησης ερευνητικών αποτελεσμάτων, νέων μικρών επιχειρήσεων (από στελέχη του κλάδου και νέους επιστήμονες) να εξαπλωθούν με έδρα την Ελλάδα σε όλες τις διεθνείς αγορές, προσφέροντας τουλάχιστον 5.000 νέες θέσεις εργασίας σε μηχανικούς υψηλών προδιαγραφών και πάνω από 1 δισεκατ. ευρώ σε εξαγωγές σε λίγα χρόνια.

- Κλάδοι μεταποίησης με καινοτόμα και διεθνώς αναγνωρισμένα βιομηχανικά προϊόντα.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η βιομηχανία αλουμινίου στην Ελλάδα, που σε μέγεθος είναι στην 5η θέση στην Ευρώπη. Κατάφερε, εκμεταλλευόμενη την ποιότητα του ελληνικού βωξίτη, τις καινοτόμες επενδύσεις και την οξυδέρκεια των στελεχών της, να αποκτήσει εξωστρέφεια και σήμερα να έχει υψηλές επιδόσεις εκτός Ελλάδας.

- Κλάδος ειδών διατροφής.

Εντυπωσιακά είναι και τα επιτεύγματα της βιομηχανίας αυτής, η οποία, με εξαγωγές που ξεπερνούν τα 2 δισεκατ. ευρώ και περισσότερους από 100.000 εργαζόμενους, αναδεικνύεται ο κορυφαίος κλάδος μεταποίησης, με σημαντικές προοπτικές –αφού, όμως, επικρατήσει ως εθνικός στόχος για όλη την ελληνική επικράτεια. Εδώ η αναγκαία πολιτική είναι η ανάδειξη τουλάχιστον 1.000 μικρών εταιρειών (εθνικών πρωταθλητών) που εκμεταλλεύονται συγκεκριμένα τοπικά γεωγραφικά κτηνοτροφικά/ αγροτικά χαρακτηριστικά, αξιοποιούν παραγωγικές και προϊόντικές καινοτομίες και προσφέρουν ένα συνολικό διεθνές branding με έμφαση αποκλειστικά στις εξαγωγές. Η διεθνής επικράτηση της μεσογειακής διατροφής προσφέρει ένα σημαντικό βοήθημα στον εθνικό αυτόν στόχο, που σε συνάρτηση με τον τουρισμό μπορεί να γίνει πραγματικότητα.



•Οργανωμένο λιανεμπόριο τροφίμων με υψηλή συμβολή στο ΑΕΠ.

Τα τελευταία χρόνια αναδεικνύεται ως ο κλάδος με την υψηλότερη συμβολή στην ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας, με 7% συμβολή στην Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία, με 200.000 εργαζόμενους (ο μοναδικός που αύξησε την απασχόληση το 2011) και με 7 δισεκατ. ευρώ επενδύσεις την τελευταία δεκαετία. Παράλληλα, έχουν αναπτύξει βέλτιστες καινοτόμες διαδικασίες/ συστήματα στην αποθήκευση/διανομή προϊόντων, στο ηλεκτρονικό επιχειρείν και στην προσφορά αξίας στον τελικό καταναλωτή. Λειτουργεί, όμως, μέσα στο πιο αναχρονιστικό θεσμικό πλαίσιο στην Ευρώπη όσον αφορά στην δημιουργία και λειτουργία καταστημάτων και κέντρων διανομής, καθώς και στην διακίνηση προϊόντων. Στην ουσία, είναι ένα αρνητικό θεσμικό πλαίσιο που δημιουργεί διαστρεβλώσεις στην ανάπτυξη της αγοράς και στην αύξηση του τελικού κόστους. Εδώ, η αναγκαία πολιτική είναι η αναμόρφωση του εθνικού θεσμικού πλαισίου λειτουργίας του κλάδου στα ευρωπαϊκά πρότυπα που μπορεί να επιφέρει αύξηση κατά 25% στα 14 δισεκατ. ευρώ που ήδη προσφέρει ο κλάδος στην εθνική Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία.

Από τα παραπάνω αποδεικνύεται ότι δύο σημαντικοί παράγοντες αντιμετώπισης της κρίσης είναι η επιχειρηματική καινοτομία και το εθνικό περιβάλλον λειτουργίας της ιδιωτικής οικονομίας. Παρότι η Ελλάδα υστερεί σε δαπάνες στην έρευνα και ανάπτυξη, φαίνεται ότι στην ελληνική επιχειρηματική πρακτική υπάρχουν παραδείγματα επιτυχούς απορρόφησης, προσαρμογής και διάχυσης της τεχνολογίας/καινοτομίας. Το ελληνικό μάνατζμεντ έχει αποδείξει ότι είναι ανοικτό να αφομοιώνει, να προσαρμόζει και να δημιουργεί καινοτομία σε διαδικασίες, προϊόντα και επιχειρηματικά μοντέλα. Όμως, οι περιορισμένες αυτές βέλτιστες κλαδικές πρακτικές θα πρέπει να γνωστοποιηθούν ευρέως και να εδραιωθούν, έτσι ώστε να γίνει πιο μαζική η εφαρμογή και αξιοποίησή τους.

Το οικονομικό περιβάλλον, λόγω έλλειψης χρηματοοικονομικών πόρων θα είναι πιο δυσμενές στο μέλλον. Άρα θα πρέπει να βελτιωθεί άμεσα το θεσμικό πλαίσιο δημιουργίας, λειτουργίας και ανάπτυξης των επιχειρήσεων. Όχι όμως αόριστα και οριζόντια, αλλά εξειδικευμένα σε συγκεκριμένους καινοτόμους, εξωστρεφείς και σημαντικούς κλάδους για την εθνική οικονομία.

## **4.2 ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΜΟΧΛΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Η καινοτομία μπορεί να αποτελέσει τη βάση για σταδιακή οικονομική ανάπτυξη στην Ελλάδα, αλλά και σε Ιρλανδία και Πορτογαλία, παρότι οι τρεις χώρες έχουν διαφορετική αφετηρία. Αυτό επισημαίνεται σε πρόσφατη μελέτη της Deutsche Bank, σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Goethe της Φρανκφούρτης, για τις τρόπους επίτευξης οικονομικής ανάπτυξης στις τρεις χώρες.

Όπως επισημαίνεται στη μελέτη, εκτός από τις δομικές μεταρρυθμίσεις, τις ιδιωτικοποιήσεις, την απλοποίηση διαδικασιών και τη μείωση της γραφειοκρατίας, και δεδομένου ότι οι εν λόγω χώρες δεν μπορούν να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητα τους μέσω εξωτερικής υποτίμησης, προτείνεται να δοθεί βαρύτητα στις επενδύσεις στην καινοτομία και την τεχνολογία και στην παροχή κινήτρων για την ίδρυση εταιρειών υψηλής τεχνολογίας.

Η μελέτη λαμβάνει ως βάση, ότι η καινοτομία, η υψηλή τεχνολογία, η έρευνα και η εκπαίδευση, αποτελούν καθοριστικούς παράγοντες για την αύξηση της παραγωγικότητας, της ανταγωνιστικότητας και της εξωστρέφειας μιας οικονομίας. Επιτυχημένα παραδείγματα οικονομιών, που αναπτύχθηκαν βασιζόμενες στην τεχνολογική καινοτομία είναι η Ταϊβάν, το Ισραήλ, η ίδια η Ιρλανδία εν μέρει, αλλά εν μέρει και η Ανατολική Γερμανία, αφού ενσωματώθηκε και ενοποιήθηκε με τη Δυτική Γερμανία. Ωστόσο επισημαίνεται, ότι η επένδυση στην καινοτομία θα πρέπει να είναι μια μακροχρόνια στρατηγική, η οποία δεν μπορεί να φέρει άμεσα αποτελέσματα, αλλά μπορεί να δημιουργήσει θετικό επιχειρηματικό και επενδυτικό κλίμα και να ξανακερδίσει την εμπιστοσύνη των αγορών και των επενδυτών, η οποία είναι απολύτως απαραίτητη για την επανεκκίνηση των συγκεκριμένων οικονομιών.

Η μελέτη αναφερόμενη συνοπτικά στις αιτίες, για τις οποίες η κάθε μια από τις τρεις χώρες βρίσκεται σε οικονομική κρίση αναφέρει για την Ελλάδα, ότι αυτό οφείλεται κυρίως στο υψηλό δημόσιο χρέος και στο μοντέλο ανάπτυξης της οικονομίας της τα προηγούμενη έτη, η οποία ήταν βασισμένη κατά βάση στην κατανάλωση και όχι στην παραγωγή, χωρίς η χώρα να έχει εκμεταλλευτεί αυτή την περίοδο για διαρθρωτικές μεταρρυθμίσεις.

Όπως επισημαίνεται και σε ενημερωτικό έγγραφο της Πρεσβείας της Ελλάδος στο Βερολίνο σχετικά με τη μελέτη, και στις τρεις χώρες η εσωτερική οικονομική κρίση επιταχύνθηκε από την παγκόσμια οικονομική κρίση. Κοινό χαρακτηριστικό και των τριών οικονομιών είναι, ότι τα τελευταία χρόνια έχασαν σε μεγάλο βαθμό την ανταγωνιστικότητα τους ως οικονομίες. Αυτό μεταξύ άλλων συντελέστηκε από την ταχύτερη αύξηση του ονομαστικού μισθολογικού κόστους σε σχέση με την παραγωγικότητα ανά μονάδα εργασίας. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να κάνει τις εν λόγω χώρες λιγότερο ελκυστικές για ξένες άμεσες επενδύσεις σε σχέση με το παρελθόν, ήτοι πριν από την εισαγωγή του ευρώ.

Απαραίτητες προϋποθέσεις για την αποτελεσματική διάχυση των θετικών συνεπειών της καινοτομίας στην οικονομία είναι η ύπαρξη σύγχρονου και απλού θεσμικού πλαισίου λειτουργίας κέντρων καινοτομίας, επιχειρηματικών clusters και δυνατοτήτων δημιουργίας δικτύων συνεργασίας μεταξύ κέντρων καινοτομίας, ινστιτούτων, πανεπιστημίων και μεμονωμένων επιχειρήσεων. Η ανάπτυξη των δικτύων καινοτομίας δεν απαιτείται να γίνει απαραίτητο σε εθνικό επίπεδο, αλλά μπορεί να γίνει και σε περιφερειακό επίπεδο, δεδομένου ότι κάποιες περιφέρειες είναι πιο ελκυστικές για τη σύσταση τέτοιων κέντρων και κάποιες άλλες λιγότερο.

#### **4.3 Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Στην Ελλάδα το πλαίσιο λειτουργίας και ανάπτυξης της καινοτομίας έχει πολλές αδυναμίες και χρήζει πάρα πολλών βελτιώσεων. Η Ελλάδα σε αυτό τον τομέα έχει στηριχτεί για πολλά χρόνια σε εισαγόμενη και μη παραγόμενη στην Ελλάδα υψηλή τεχνολογία και τεχνογνωσία. Το ελληνικό κράτος αλλά και η πλειονότητα των ελληνικών επιχειρήσεων δεν έδωσαν βαρύτητα στην καινοτομία τα τελευταία χρόνια, σε αντίθεση με την Πορτογαλία, η οποία προσπάθησε περισσότερο, και με την Ιρλανδία η οποία προσέελκυσε επενδύσεις από αυτό τον τομέα. Γι' αυτό και δεν παρατηρείται βελτίωση των δεικτών καινοτομίας της ελληνικής οικονομίας τα τελευταία χρόνια.

Είναι χαρακτηριστικό να αναφερθεί, ότι οι δαπάνες του ελληνικού κράτους αλλά και των ελληνικών ιδιωτικών επιχειρήσεων σε έρευνα και τεχνολογία τα τελευταία χρόνια ήταν χαμηλότερο σε σχέση με τις δύο άλλες χώρες. Επίσης η Ελλάδα και οι ελληνικές επιχειρήσεις έχουν χαμηλό ποσοστό αιτήσεων ευρεσιτεχνίας. Εκτός αυτού αξίζει να αναφερθεί, ότι η καινοτομία παρατηρείται σε πολύ περιορισμένους κλάδους στην ελληνική οικονομία, όπως

πληροφορική, τηλεπικοινωνίες και φαρμακευτικός κλάδος, οι οποίες απορροφούν σχεδόν το 50% των πόρων έρευνας και τεχνολογίας σε επίπεδο εταιρειών.

Επιπλέον στην Ελλάδα είναι πολύ δύσκολο για τις μικρές ελληνικές εταιρείες η χρηματοδότηση των καινοτόμων επενδυτικών σχεδίων τους τόσο πριν την κρίση όσο και κυρίως την παρούσα περίοδο κρίσης. Το πρόβλημα της χρηματοδότησης θα μπορούσε να ξεπεραστεί μέσω των πόρων της ΕΕ. Ωστόσο ούτε αυτό έχει καταστεί εφικτό, αφού η απορροφητικότητα των κοινοτικών κονδυλίων στην Ελλάδα είναι εξαιρετικά χαμηλή.

Ένα κάποιο πλεονέκτημα της Ελλάδας, θα μπορούσε να είναι το υψηλού επιπέδου ανθρώπινο επιστημονικό δυναμικό. Αυτό προκύπτει και από τις πολυάριθμες δημοσιεύσεις Ελλήνων επιστημόνων σε εγνωσμένου κύρους επιστημονικά περιοδικά. Το εν λόγω επιστημονικό δυναμικό θα μπορούσε να αποτελέσει μια κινητήριο δύναμη για την ανάπτυξη της καινοτομίας στην Ελλάδα, αν υπάρξουν οι κατάλληλες συνθήκες. Επίσης σε επίπεδο επιστημονικού δυναμικού με μεταπτυχιακό δίπλωμα, η Ελλάδα βρίσκεται σε πολύ καλή θέση, ωστόσο υστερεί, αν λάβουμε υπόψη τους πτυχιούχους με βασικό πτυχίο.

Στην Ελλάδα απαιτείται βελτίωση του θεσμικού πλαισίου, επένδυση στην εκπαίδευση, σύνδεση της έρευνας με την εκπαίδευση, σύνδεση της ανώτατης εκπαίδευσης με την επιχειρηματική καινοτομία, η υποστήριξη σύστασης επιχειρηματικών και δικτύων καινοτομίας, η προσέλκυση ξένων επενδύσεων στον τομέα της τεχνολογίας, οι εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης τέτοιων σχεδίων όπως μέσω Venture Capital, η καλύτερη απορροφητικότητα των κοινοτικών κονδυλίων που έχουν σχέση με καινοτομία και τεχνολογία, η περιφερειοποίηση και διάχυση της καινοτομίας και όχι η συγκέντρωση της στα αστικά κέντρα, η αύξηση των δαπανών του κράτους και των εταιρειών σε έρευνα και τεχνολογία και η στροφή της ελληνικής οικονομίας σε πιο καινοτόμους κλάδους έντασης τεχνολογίας και καινοτομίας.

Τομείς στους οποίους η Ελλάδα έχει ήδη σχετικό συγκριτικό πλεονέκτημα με βάση τη μελέτη και άρα θα πρέπει να ξεκινήσει από αυτούς η επένδυση στην καινοτομία είναι εκτός από τον τουρισμό και τις μεταφορές, οι ιχθυοκαλλιέργειες, η καπνοβιομηχανία, η αγροτική παραγωγή, η παραγωγή τροφίμων, τα ενδύματα, οι εκτυπώσεις, τα χημικά και φαρμακευτικά, τα πλαστικά και οι μεταλλικές κατασκευές.

Με βάση την έρευνα, μεταξύ των τριών χωρών η Ελλάδα βρίσκεται χαμηλότερα σε σχέση με Ιρλανδία και Πορτογαλία και πολύ χαμηλότερα του μέσου κοινοτικού όρου, σε επίπεδο δεικτών καινοτομίας και υψηλής τεχνολογίας και είναι εκείνη, η οποία θα πρέπει να διανύσει τον μακρύτερο δρόμο και να προβεί στις περισσότερες βελτιώσεις, προκειμένου να κατορθώσει να ενσωματώσει τα πλεονεκτήματα της καινοτομίας, της έρευνας και της υψηλής τεχνολογίας στην ελληνική οικονομία. Η Ελλάδα σε αντίθεση με τις άλλες δύο χώρες δεν εκμεταλλεύτηκε την οικονομική της ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, προκειμένου να δώσει μεγαλύτερη βαρύτητα στην καινοτομία. Συνέχισε να στηρίζει παραδοσιακούς κλάδους της οικονομίας, οι οποίοι δεν είναι έντασης τεχνολογίας.

Όπως επισημαίνεται στη μελέτη, απαιτούνται μέτρα ανάπτυξης ταυτόχρονα με τα μέτρα δημοσιονομικής προσαρμογής όπως:

- Ειδικά επενδυτικά προγράμματα για συγκεκριμένους κλάδους έντασης τεχνολογίας και παροχή κινήτρων για δημιουργία επιχειρηματικών κέντρων καινοτομίας (Σύνδεση κέντρων επιχειρηματικότητα με Πανεπιστήμια και ερευνητικά προγράμματα).
- Αύξηση της απορροφητικότητας των κοινοτικών κονδυλίων που προορίζονται για καινοτομία, τεχνολογία και έρευνα.
- Προσέλκυση στρατηγικών και μικρότερων ξένων επενδύσεων έντασης τεχνολογίας.
- Βελτίωση και απλοποίηση του πλαισίου σύστασης εταιρειών τεχνολογίας.
- Διευκόλυνση χρηματοδότησης καινοτόμων επενδυτικών σχεδίων.

Βραχυπρόθεσμα, η Ελλάδα αλλά και η Πορτογαλία, στις οποίες ο κλάδος των εταιρειών υψηλής τεχνολογίας συνεισφέρει ακόμα πολύ λίγο στη συνολική οικονομία, θα πρέπει να προσελκύσουν περισσότερες ξένες επενδύσεις σε αυτό τον τομέα και να απλοποιήσουν αν όχι να υποστηρίξουν με κίνητρα την ίδρυση νέων καινοτόμων εταιρειών και τη σύσταση κέντρων καινοτομίας και δικτύων μεταξύ επιχειρήσεων, πανεπιστημίων και ινστιτούτων ενώ η Ιρλανδία σε αυτό τον τομέα βρίσκεται σε καλύτερο επίπεδο, αν και απαιτείται βελτίωση. Ταυτόχρονα η Ελλάδα και δευτερευόντως η Πορτογαλία θα πρέπει να εκσυγχρονίσουν τεχνολογικά τον δημόσιο τομέα τους.

Μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα και στις τρεις χώρες απαιτούνται σημαντικές βελτιώσεις σε όλα τα επίπεδα του εκπαιδευτικού συστήματος, ώστε η καινοτομία και η έρευνα να αποτελέσουν τμήματα τους. Επιπλέον κυρίως στις δύο πρώτες χώρες θα πρέπει να υπάρξει βελτίωση και εκσυγχρονισμός του θεσμικού πλαισίου για την καινοτομία και την τεχνολογία, ενώ θα πρέπει να γίνει πιο αποτελεσματικό το σύστημα χρηματοδότησης τέτοιων σχεδίων αλλά και αύξηση των δαπανών του κράτους και των εταιρειών σε έρευνα και τεχνολογία. Το επόμενο βήμα θα πρέπει να είναι να δοθεί λιγότερη έμφαση σε παραδοσιακούς κλάδους της βιομηχανίας και των υπηρεσιών και να υπάρξει στροφή σε πιο καινοτόμες μορφές παραγωγής αγαθών και παροχής υπηρεσιών. Με τη σταδιακή ενσωμάτωση της καινοτομίας στην οικονομία θα αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα και η παραγωγικότητα, οι οποίες με τη σειρά τους θα φέρουν την οικονομική ανάπτυξη.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>Ο</sup> ΜΕΤΡΑ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

---

### 5.1 ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Η πολιτική για τις ΜΜΕ στα κράτη-μέλη της Ε.Ε. περιλαμβάνει τον εντοπισμό και την ανταλλαγή ορθών πρακτικών ως έργο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Για πολλά χρόνια, η διαδικασία αυτή είχε τις ρίζες της στον Ευρωπαϊκό Χάρτη για τις Μικρές Επιχειρήσεις. Η μέθοδος αυτή έχει διευρυνθεί και συνεχίζει με τις προτεραιότητες της Small Business Act για την Ευρώπη. Μια βάση δεδομένων ορθών πρακτικών που προσδιορίζονται με τον τρόπο αυτό είναι διαθέσιμη.

Μια "καλή πρακτική" είναι γενικά αποδεκτό να απεικονίζει μια προσέγγιση που αξίζει την προσοχή και το ενδιαφέρον μεταξύ των άλλων φορέων χάραξης πολιτικής και των επαγγελματιών. Ο σκοπός τους είναι, να εμπνεύσουν περαιτέρω αλλαγές και «καλύτερη πρακτική» ώστε οι επαγγελματίες να κοιτάζουν πέρα από τις τοπικές συνθήκες και τα εθνικά σύνορα.

#### «Small Business Act»

Σκοπός του, η βελτίωση της συνολικής προσέγγισης της πολιτικής από τα κράτη – μέλη, όσον αφορά την επιχειρηματικότητα και συγκεκριμένα, την καθιέρωση της αρχής «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις». Αφορά στις νομοθετικές ρυθμίσεις και στις πράξεις των δημόσιων υπηρεσιών με στόχο την ανάπτυξη των ΜΜΕ μέσω της υποστήριξής τους για την αντιμετώπιση των προβλημάτων τους.

Ο νόμος για τις μικρές επιχειρήσεις της Ευρώπης, θεσπίζει 10 αρχές οι οποίες, πρέπει να υιοθετηθούν στο ύψιστο πολιτικό επίπεδο, καθώς και συγκεκριμένα μέτρα τα οποία θα διευκολύνουν τις μικρές επιχειρήσεις.

Οι 10 αρχές που προτείνει η Ευρωπαϊκή Ένωση έχουν ως εξής:

1. Δημιουργία περιβάλλοντος στο οποίο οι επιχειρηματίες και οι οικογενειακές επιχειρήσεις μπορούν να προοδεύσουν και στο οποίο η επιχειρηματικότητα ανταμείβεται.
2. Εξασφάλιση, ότι παρέχεται γρήγορα δεύτερη ευκαιρία στους έντιμους επιχειρηματίες σε περίπτωση πτώχευσης.
3. Καθορισμός κανόνων σύμφωνα με την αρχή «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις».
4. Μεγαλύτερη ανταπόκριση των δημόσιων διοικήσεων στις ανάγκες των ΜΜΕ.
5. Προσαρμογή των μέσων της πολιτικής στις ανάγκες των ΜΜΕ, διευκόλυνση της συμμετοχής των ΜΜΕ στις δημόσιες συμβάσεις και καλύτερη αξιοποίηση των δυνατοτήτων που προσφέρουν οι κρατικές ενισχύσεις για τις ΜΜΕ.
6. Διευκόλυνση της πρόσβασης των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση, δημιουργία νομικού και επιχειρηματικού περιβάλλοντος που να ευνοεί τις έγκαιρες πληρωμές στις εμπορικές συναλλαγές.
7. Υποστήριξη των ΜΜΕ για να επωφεληθούν περισσότερο από τις ευκαιρίες που προσφέρει η ενιαία αγορά.
8. Προώθηση της αναβάθμισης των δεξιοτήτων στις ΜΜΕ καθώς και όλων των μορφών καινοτομίας.
9. Παροχή δυνατότητας στις ΜΜΕ να μετατρέψουν τις περιβαλλοντικές προκλήσεις σε ευκαιρίες.
10. Ενθάρρυνση και υποστήριξη των ΜΜΕ ώστε να επωφεληθούν από την ανάπτυξη των αγορών.

Κατόπιν διαβούλευσης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με τις επιχειρήσεις και τους εκπροσώπους τους έχει θεσπιστεί νέα νομοθεσία σε τέσσερις τομείς οι οποίοι επηρεάζουν ιδιαίτερα τις ΜΜΕ:

- Πρώτον, ένα νέο γενικό κανονισμό απαλλαγής ανά κατηγορία, που αφορά τις κρατικές βοήθειες και αναμένεται να απλουστεύσει τις διαδικασίες και να μειώσει το κόστος. Συγκεκριμένα θα καταστήσει πιο εντατική τη βοήθεια για τις ΜΜΕ και θα τις διευκολύνει να επωφελούνται από τη βοήθεια για κατάρτιση, έρευνα και ανάπτυξη, προστασία του περιβάλλοντος και άλλες δράσεις.



- Δεύτερον, ένα νέο καθεστώς για την ευρωπαϊκή ιδιωτική εταιρεία που θα επιτρέψει σε μια «ευρωπαϊκή ιδιωτική επιχείρηση» (ΕΙΕ) να συσταθεί και να λειτουργήσει σύμφωνα με τις ίδιες ομοιόμορφες αρχές σε όλα τα κράτη μέλη.
- Τρίτον, μια νέα πρόταση ΦΠΑ που θα προσφέρει στα κράτη μέλη την επιλογή να εφαρμόζουν μειωμένα ποσοστά ΦΠΑ για τις υπηρεσίες που παρέχονται τοπικά, καθώς και για τις υπηρεσίες που απασχολούν μεγάλο αριθμό εργαζομένων, οι οποίες κυρίως παρέχονται από μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις.
- Τέλος, το 2009 προβλέπεται τροποποίηση της οδηγίας σχετικά με τις καθυστερημένες πληρωμές, η οποία θα βοηθήσει στην εξασφάλιση της πληρωμής των ΜΜΕ εντός της καθορισμένης προθεσμίας των 30 ημερών.

Εξελίξεις του Νόμου:

Σύμφωνα με τη γνωμοδότηση της Επιτροπής των Περιφερειών με θέμα "Ανασκόπηση της πρωτοβουλίας "Small Business Act" για την Ευρώπη" του 2012:

Αναγνωρίζονται τα αποτελέσματα που επιτεύχθηκαν μέχρι σήμερα χάρις την υλοποίηση των δραστηριοτήτων μέσω της SBA. Αλλά συνιστά ένθερμα να καταστεί η SBA περισσότερο δεσμευτική, από πολιτική άποψη, ούτως ώστε να μπορέσουν η Επιτροπή και τα κράτη μέλη να επιτύχουν τους στόχους τους, να εξασφαλιστούν υψηλότερα επίπεδα υλοποίησης και συμμόρφωσης και να ξεπεραστούν τα τρέχοντα εμπόδια που τίθενται στην πλήρη εφαρμογή της SBA.

Ειδικότερα :

Τονίζει, ότι η σημαντικότερη πρόκληση για τις ΜΜΕ είναι η πρόσβαση στη χρηματοδότηση και αυτό απαιτεί συντονισμένη δράση στα επόμενα στάδια της SBA. Επίσης, εκφράζει τη λύπη της, για το γεγονός ότι δεν έχει αναληφθεί η δέσμευση να ενσωματωθεί η SBA, ούτε στη Στρατηγική της Λισσαβόνας, ούτε στη στρατηγική "Ευρώπη 2020" και επομένως, έχει χαθεί η ευκαιρία να χρησιμοποιηθούν τα Εθνικά Προγράμματα Μεταρρυθμίσεων ως βασικό εργαλείο υλοποίησης της SBA. Ως εκ τούτου, απευθύνει για μια ακόμη φορά έκκληση για την άμεση ενσωμάτωση των αρχών και στόχων της SBA στη στρατηγική "Ευρώπη 2020" και στην υλοποίηση των ΕΠΜ.

## 5.2 ΕΥΡΩΠΑΙΚΟΣ ΧΑΡΤΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΙΚΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Σύμφωνα με τον Ευρωπαϊκό Χάρτη για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, τα Κράτη-Μέλη δεσμεύτηκαν:

- Να ενισχύσουν το καινοτόμο και επιχειρηματικό πνεύμα
- Να επιδιώξουν ένα ρυθμιστικό, φορολογικό και διοικητικό πλαίσιο που θα διευκολύνει την επιχειρηματική δραστηριότητα
- Να διασφαλίσουν την πρόσβαση σε αγορές βάσει ελάχιστων απαιτήσεων οι οποίες συνάδουν με τους στόχους των προτεραιοτήτων της δημόσιας πολιτικής
- Να διευκολύνουν την πρόσβαση στις καλύτερες μεθόδους έρευνας και τεχνολογίας
- Να βελτιώσουν την πρόσβαση σε χρηματοδοτικά μέσα, με συνέπεια τη βελτίωση και ανάπτυξη των επιδόσεων των μικρών επιχειρήσεων

Το πρόγραμμα αυτό αποσκοπεί:

- Να ενισχύσει την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα των μικρών επιχειρήσεων σε μια διεθνοποιημένη οικονομία της γνώσης
- Να προαγάγει το επιχειρηματικό πνεύμα, να απλουστεύσει και να βελτιώσει το διοικητικό και κανονιστικό περιβάλλον των επιχειρήσεων
- Να δημιουργήσει κίνητρα αλλά και πρόνοιες για τη χρηματοδότηση

Η βελτίωση του χρηματοδοτικού περιβάλλοντος των μικρών επιχειρήσεων αναμένεται να στηριχθεί:

- Με τη μορφή εγγυήσεων δανείων
- Με τη χορήγηση κεφαλαίων

- Με τη διευκόλυνση της πρόσβασης των επιχειρήσεων στις υπηρεσίες υποστήριξης, στα κοινοτικά προγράμματα και στα δίκτυα που αφορούν μια ευρύτερη πολιτική προαγωγής των σκοπών των μικρομεσαίων επιχειρήσεων για την εξυπηρέτηση όχι μόνο των τοπικών ή εθνικών οικονομιών, αλλά και για την εξυπηρέτηση του ευρύτερου Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου.

#### **«Small Business Act» στην Ελλάδα:**

- Ο τομέας ΜΜΕ είναι πιο σημαντικός για την Ελλάδα από τον μέσο όρο της ΕΕ γιατί οι ελληνικές ΜΜΕ τείνουν να είναι μικρότερες από τις αντίστοιχες της ΕΕ
- Η κρίση προκάλεσε ραγδαία μείωση του αριθμού των ελληνικών ΜΜΕ, η οποία εκτιμάται να αντιστοιχεί σε 90.000 χιλιάδες μονάδες μεταξύ του 2008 και του 2011
- Η Ελλάδα βρίσκεται κάτω από τον μέσο όρο της ΕΕ με σημαντική διαφορά σε πέντε από τους δέκα τομείς της SBA
- Πρόσφατα, λήφθηκαν σημαντικά μέτρα πολιτικής στους τομείς της SBA που αφορούν τη χρηματοδότηση, τη διεθνοποίηση, τη δεύτερη ευκαιρία, την ανταπόκριση της δημόσιας διοίκησης και τις δεξιότητες και την καινοτομία

#### **Το προφίλ της Ελλάδας όσον αφορά την SBA:**

Εμφανίζει ελαφρώς καλύτερη επίδοση από τον μέσο όρο μόνο στον τομέα της «δεύτερης ευκαιρίας», μέση επίδοση στον τομέα «περιβάλλον», «ενιαία αγορά» «επιχειρηματικότητα» και «δεξιότητες και καινοτομία», ενώ εμφανίζει ανησυχητικά χαμηλές επιδόσεις στους υπόλοιπους τομείς. Η τάση για την περίοδο 2007-2012 στους τελευταίους τομείς είναι επίσης ανησυχητική, με εξαίρεση τον τομέα «ανταπόκριση της δημόσιας διοίκησης», ο οποίος εμφανίζει βελτίωση και τον τομέα «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις», ο οποίος είναι σταθερός. Η επιδείνωση στον τομέα «χρηματοδότηση», έναν σημαντικό τομέα για την υγεία της οικονομίας, είναι ιδιαίτερα ανησυχητική, δεδομένης της τρέχουσας οικονομικής συγκυρίας. Είναι συνεπώς, ενθαρρυντικό ότι ο τομέας αυτός βρέθηκε στο επίκεντρο των προσπαθειών της πολιτικής τα τελευταία έτη. Οι άλλοι τομείς της SBA στους οποίους δόθηκε ιδιαίτερη προσοχή από τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής είναι οι τομείς

«διεθνοποίηση», «δεύτερη ευκαιρία», «ανταπόκριση της δημόσιας διοίκησης» και «δεξιότητες και καινοτομίας», ενώ στους υπόλοιπους δόθηκε λιγότερη προσοχή. Στο πλαίσιο αυτό, η ελληνική κυβέρνηση υλοποίησε το 2011, με τη συνεργασία 12 αρμόδιων υπουργείων, το σχέδιο δράσης «Ελλάδα φιλική προς τις επιχειρήσεις», μια ευρέως φάσματος δράση θεσμικών μεταρρυθμίσεων που καλύπτει τους περισσότερους τομείς της SBA.

### **5.3 Ο ΝΕΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΝΟΜΟΣ**

Ψηφίστηκε στις 19/1/2011 επί της αρχής, μετά από ορισμένες τροποποιήσεις της τελευταίας στιγμής.

Τροποποιήσεις του Νόμου:

Αύξηση του χρόνου διάρκειας των φοροαπαλλαγών από 6 χρόνια για τις υφιστάμενες επιχειρήσεις και 8 χρόνια για τις νέες, σε 8 και 10 χρόνια αντίστοιχα.

Επίσης, μείωση στο 50% του κατώτατου ύψους επενδυτικών σχεδίων «γενικής επιχειρηματικότητας» κατά κατηγορία επιχειρήσεων προκειμένου να γίνει πιο ελκυστικός για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να συμμετέχουν.

Ο κατώτατος προϋπολογισμός διαμορφώθηκε ως εξής:

- Για τις μεγάλες επιχειρήσεις από 1 εκατ. ευρώ κατώτατη επένδυση, διαμορφώθηκε στις 500.000 ευρώ,
- για τις μεσαίες από 500.000 ευρώ στις 250.000 ευρώ,
- στις μικρές από 300.000 ευρώ το κατώτατο ύψος επένδυσης έγινε 150.000 ευρώ και
- στις πολύ μικρές επιχειρήσεις, από 200.000 ευρώ διαμορφώθηκε στις 100.000 ευρώ.

Με βάσει τον εν λόγω νομοσχέδιο χρησιμοποιούνται οι φοροαπαλλαγές και όχι οι επιδοτήσεις ως βασικό μέτρο ενίσχυσης, με σχέση 3 προς 1.

Τα ποσοστά ενίσχυσης κάθε επενδυτικού σχεδίου, κατά ζώνη κινήτρων, είναι τα εξής:

- Στην Α΄ ζώνη (Νομοί Αττικής και Βοιωτίας), σε 15% για Μεγάλες επιχειρήσεις, 20% για Μεσαίες επιχειρήσεις και 25% για Μικρές και Πολύ Μικρές επιχειρήσεις.
- Στη Β΄ ζώνη (οι Νομοί με κατά κεφαλή ΑΕΠ μεγαλύτερο από το 75% του μέσου όρου της χώρας ), σε 30% για Μεγάλες επιχειρήσεις, 35% για Μεσαίες επιχειρήσεις και 40% για Μικρές και Πολύ Μικρές επιχειρήσεις.
- Στη Γ΄ ζώνη (οι Νομοί με κατά κεφαλή ΑΕΠ μικρότερο από το 75% του μέσου όρου της χώρας, η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, τα νησιά των Περιφερειών Νοτίου και Βορείου Αιγαίου και Ιονίων Νήσων, καθώς και οι παραμεθόριοι Νομοί της χώρας), σε 40% για Μεγάλες επιχειρήσεις, 45% για Μεσαίες επιχειρήσεις και 50% για Μικρές και Πολύ Μικρές επιχειρήσεις.

Ειδικότερα ο νέος Επενδυτικός Νόμος:

Προβλέπει 3 γενικές και 4 ειδικές κατηγορίες επενδυτικών σχεδίων και αντίστοιχα καθεστώτα επενδύσεων.

Συγκεκριμένα:

Τα γενικά καθεστώτα επενδύσεων, ενισχύουν ανταγωνιστικά και βιώσιμα επενδυτικά σχέδια με τεκμηριωμένες προοπτικές κερδοφορίας, στηρίζουν τις επενδύσεις στην τεχνολογική ανάπτυξη και την καινοτομία, προωθούν την περιφερειακή συνοχή και την πράσινη ανάπτυξη και βελτιώνουν την επιχειρηματικότητα και την ποιότητα των επενδυτικών αποφάσεων.

Τα ειδικά καθεστώτα επενδύσεων:

Αντιμετωπίζουν ειδικότερες προκλήσεις της αναπτυξιακής διαδικασίας και αντιστοιχούν σε τομείς που αφορούν τη νεανική επιχειρηματικότητα, τα μεγάλα επενδυτικά σχέδια, τα ολοκληρωμένα πολυετή επιχειρηματικά σχέδια για τον τεχνολογικό και οργανωτικό εκσυγχρονισμό επιχειρηματικών μονάδων και τις επενδύσεις συνέργειας και δικτύωσης (clusters).

## **5.4 Ο ΝΕΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΣ ΝΟΜΟΣ 3908/2011**

Ψηφίστηκε στις 14/04 /2011 ανοίγει την πόρτα σε επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται σε ένα εύρος κλάδων της αγοράς δύο φορές ανά έτος. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται σε Επιχειρήσεις Νέων έως 40 ετών, σε συνέργειες μεταξύ Μικρών και Μεσαίων επιχειρήσεων τοπικής εμβέλειας και σε τεχνολογικά καινοτόμες επιχειρήσεις.

Προβλέπει:

Δέσμη κινήτρων με συνδυασμό επιχορήγησης - επιδότησης leasing - φοροαπαλλαγής και χαμηλότοκα δάνεια μέσω ενός ειδικού Ταμείου στήριξης των επιχειρήσεων, του ΕΤΕΑΝ.

## **5.5 ΓΕΝΙΚΑ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΑ ΚΑΘΕΣΤΩΤΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ**

ΓΕΝΙΚΑ ΚΑΘΕΣΤΩΤΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ:

α. Γενική Επιχειρηματικότητα

Αφορά κάθε επιχειρηματία και προβλέπει το κίνητρο της φοροαπαλλαγής επί των προ-φόρων κερδών έως και 10 έτη. Υπολογίζεται ως ποσοστό επί του 100% των ενισχυόμενων δαπανών.

β. Τεχνολογική Ανάπτυξη

Αφορά επενδύσεις τεχνολογικού εκσυγχρονισμού των επιχειρήσεων με την εφαρμογή τεχνολογικών και οργανωτικών καινοτομιών.

Προβλέπει όλες τις δέσμες κινήτρων:

- Επιχορήγηση/Leasing 80% των ορίων σε παλιές επιχειρήσεις.
- Επιχορήγηση/Leasing 90% σε νέες επιχειρήσεις.

Το υπόλοιπο ποσοστό, 20% και 10% αντίστοιχα, συμπληρώνεται με κίνητρο φοροαπαλλαγής.

### γ. Περιφερειακή Συνοχή

Αφορά επενδύσεις που καλύπτουν τοπικές ανάγκες ή αξιοποιούν τοπικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.

Προβλέπει όλες τις δέσμες κινήτρων:

- Επιχορήγηση/Leasing 70% των ορίων σε υφιστάμενες επιχειρήσεις.
- Επιχορήγηση/Leasing 80% των ορίων σε νέες επιχειρήσεις.

Το υπόλοιπο ποσοστό, 30% και 20% αντίστοιχα, συμπληρώνεται με κίνητρο φοροαπαλλαγής.

## ΕΙΔΙΚΑ ΚΑΘΕΣΤΩΤΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

### α. Επιχειρηματικότητα Νέων

Αφορά νέους επιχειρηματίες έως 40 ετών οι οποίοι είναι αποκλειστικοί διαχειριστές Μικρών και Πολύ Μικρών επιχειρήσεων. Καλύπτει και λειτουργικές δαπάνες για τα 5 πρώτα έτη.

Προβλέπει κίνητρα βάσει του Γενικού Κανονισμού Απαλλαγής:

- Leasing έως 1 εκ. €
- Λοιπά κίνητρα έως 500 χιλ. €

### β. Μεγάλα Επενδυτικά Σχέδια

Αφορά επενδύσεις άνω των 50 εκ.€ και κατατίθενται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Προβλέπει όλες τις δέσμες κινήτρων:

- Επιχορήγηση/Leasing 60% της συνολικής ενίσχυσης.
- Το υπόλοιπο 40% συμπληρώνεται φοροαπαλλαγή.

### γ. Ολοκληρωμένα Πολυετή Επιχειρηματικά Σχέδια

- Αφορά 2-5ετή business plans ελάχιστου ύψους 2 εκ. € επιχειρήσεων με τουλάχιστον 5ετή παρουσία.

Προβλέπει κίνητρα βάσει του Γενικού Κανονισμού Απαλλαγής.

#### δ. Συνέργειας και Δικτύωσης (Clusters)

- Αφορά Κοινοπραξίες επιχειρήσεων (10 σε Αθήνα-Θεσσαλονίκη και 5 στην Επικράτεια) με συμμετοχή επιχειρήσεων κρατών-μελών της Ε.Ε

Προβλέπει κίνητρα βάσει του Γενικού Κανονισμού Απαλλαγής.

#### Υπαγόμενα Επενδυτικά Σχέδια:

Ο νόμος 3908/2011 απευθύνεται σε Φυσικά και Νομικά Πρόσωπα που δραστηριοποιούνται ή επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν σε ένα εύρος κλάδων και τομέων της αγοράς εντός της Ελληνικής Επικράτειας.

Ως επιλέξιμες δραστηριότητες επενδύσεων ενδεικτικά αναφέρονται οι εξής:

Πρωτογενής Τομέας (πλην εξαιρέσεων της ΕΕ)

Δευτερογενής Τομέας

Τριτογενής Τομέας (πλην εξαιρέσεων της ΕΕ)

#### Ενισχυόμενες Δαπάνες:

Τα επενδυτικά σχέδια σε εφαρμογή του Γενικού Κανονισμού Απαλλαγής ενισχύονται για τις ακόλουθες δαπάνες:

#### α. Για υλικά περιουσιακά στοιχεία:

α.ι Η κατασκευή, η επέκταση, ο εκσυγχρονισμός κτιριακών καθώς και οι άρρηκτα συνδεδεμένες με αυτές ειδικές και βοηθητικές εγκαταστάσεις καθώς και οι δαπάνες διαμόρφωσης περιβάλλοντος χώρου.

Όταν το οικόπεδο δεν ανήκει στην κυριότητα του φορέα της επένδυσης τότε πρέπει να:

- Έχει παραχωρηθεί από το Δημόσιο ή από φορέα του ευρύτερου δημοσίου τομέα.
- Έχει μισθωθεί για τον σκοπό της επένδυσης για χρονικό διάστημα τουλάχιστον 15 ετών από την ημερομηνία έκδοσης της Απόφασης Υπαγωγής.

Οι δαπάνες αυτές δεν μπορεί να υπερβαίνουν το 40% του συνόλου των επιλέξιμων δαπανών του επενδυτικού σχεδίου.



α.ii Η αγορά πάγιων στοιχείων ενεργητικού που συνδέονται άμεσα με μία παραγωγική μονάδα, εφόσον συντρέχουν σωρευτικά οι εξής προϋποθέσεις:

- Η μονάδα αυτή έχει παύσει τη λειτουργία της
- Το πάγιο αποκτάται από ανεξάρτητο επενδυτή
- Η σχετική συναλλαγή πραγματοποιείται υπό τους συνήθεις όρους της αγοράς
- Αφαιρούνται ενισχύσεις που έχουν ήδη χορηγηθεί πριν την αγορά

α.iii Η αγορά και εγκατάσταση καινούργιων σύγχρονων μηχανημάτων και λοιπού εξοπλισμού.

α.iv Τα μισθώματα του leasing καινούργιων σύγχρονων μηχανημάτων και λοιπού εξοπλισμού που αποκτώνται, εφόσον το leasing περιλαμβάνει την υποχρέωση αγοράς αυτών κατά τη λήξη της μίσθωσης.

β. Για άυλα περιουσιακά στοιχεία:

- Συστημάτων διασφάλισης και ελέγχου ποιότητας, πιστοποιήσεις
- Προμήθεια και εγκατάστασης λογισμικού και συστήματος οργάνωσης
- Μεταφορά τεχνολογίας μέσω της αγοράς δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας, αδειών εκμετάλλευσης, ευρεσιτεχνιών, τεχνογνωσίας και μη κατοχυρωμένων τεχνικών γνώσεων κ.ά.

Οι δαπάνες αυτές δεν μπορεί να υπερβαίνουν το 50% του συνόλου των επιλέξιμων δαπανών του επενδυτικού σχεδίου.

γ. Για έργα και προγράμματα Έρευνας, Ανάπτυξης και Καινοτομίας:

Πρέπει να σχετίζονται με τη δραστηριότητα, τα προϊόντα της επιχείρησης και να εκτελούνται από την επιχείρηση, είτε μόνη της, είτε σε συνεργασία με ερευνητικά ιδρύματα και φορείς και με Ανώτατα και Ανώτερα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα της Ελλάδας και της Ε.Ε.

δ. Για Μελέτες και Αμοιβές Συμβούλων:

Εγκρίνονται για επενδυτικά σχέδια νέων Μικρών και Μεσαίων επιχειρήσεων μέχρι ποσοστού 5% του κόστους του επενδυτικού σχεδίου και έως του ποσού των 50.000€

Είδη Ενισχύσεων:

α. Φορολογική Απαλλαγή:

Απαλλαγή από την καταβολή φόρου εισοδήματος επί των πραγματοποιούμενων προ-φόρων κερδών από το σύνολο των δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

Το ποσό της φορολογικής απαλλαγής υπολογίζεται ως ποσοστό επί της αξίας των ενισχυόμενων δαπανών του επενδυτικού σχεδίου ή και της αξίας του καινούριου μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού που αποκτάται με leasing και συνιστά ισόποσο αφορολόγητο αποθεματικό.

Για νέες επιχειρήσεις η φορολογική απαλλαγή μπορεί να καλύπτει έως 10 έτη, ενώ για υφιστάμενες έως 8 έτη (διαχειριστικές περιόδους).

Το ποσό της ενίσχυσης της φορολογικής απαλλαγής εμφανίζεται ως αφορολόγητο αποθεματικό, σε ειδικό λογαριασμό στα βιβλία της επιχείρησης και σχηματίζεται από το φόρο εισοδήματος επί των καθαρών προ-φόρων κερδών. Τα ποσά επιχορήγησης και επιδότησης leasing δεν αφαιρούνται από την αξία των επενδυτικών δαπανών και δαπανών leasing αντίστοιχα, προκειμένου να γίνει προσδιορισμός των φορολογητέων κερδών.

β. Επιχορήγηση:

Η δωρεάν παροχή από το Δημόσιο, χρηματικού ποσού για την κάλυψη τμήματος των ενισχυόμενων δαπανών του επενδυτικού σχεδίου και προσδιορισμός ως ποσοστό αυτών.

Μετά από πρόταση του Υπουργού Οικονομίας, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας που καθορίζονται με προεδρικό διάταγμα καθορίζεται ο τρόπος καταβολής της επιχορήγησης, η δυνατότητα χορήγησης προκαταβολής και εκχώρησης της επιχορήγησης.

γ. Επιδότηση leasing έως 7 έτη:

Η κάλυψη από το Δημόσιο τμήματος των καταβαλλόμενων δόσεων της σύμβασης leasing που συνάπτεται για την απόκτηση καινούριου μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού. Η επιδότηση leasing προσδιορίζεται ως ποσοστό επί της αξίας των παγίων που εμπεριέχεται στις καταβαλλόμενες δόσεις.

δ. Ευνοϊκά δάνεια μέσω του ΕΤΕΑΝ:

Η χρηματοδότηση του ποσού που προβλέπεται να καλυφθεί με τραπεζικό δανεισμό με δάνεια χαμηλού κόστους, από τις τράπεζες που συνεργάζονται με το ΕΤΕΑΝ. Η συμμετοχή των τραπεζών είναι διπλάσια από εκείνη του ΕΤΕΑΝ. Το τελικό επιτόκιο για τον επιχειρηματία θα κυμαίνεται γύρω στο 4% και η διάρκεια των δανείων 10ετής με περίοδο χάριτος έως 2 έτη.

## **5.6 Ο ΝΕΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΝΟΜΟΣ 3908/11, Β' ΚΥΚΛΟΣ ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2012**

### *Επιλέξιμοι Φορείς*

Οι υφιστάμενες ή υπό ίδρυση επιχειρήσεις που:

- είναι εγκατεστημένες στην Ελληνική Επικράτεια και έχουν τη μορφή ατομικής επιχείρησης, εμπορικής εταιρείας (Α.Ε., Ε.Π.Ε., Ο.Ε., Ε.Ε.) ή συνεταιρισμού,
- τηρούν βιβλία Β' ή Γ' κατηγορίας,
- πρόκειται να υλοποιήσουν επενδυτικά σχέδια στους επιλέξιμους κλάδους και τομείς οικονομικής δραστηριότητας.

### *Επιλέξιμες δαπάνες*

- Δαπάνες κατασκευής, επέκτασης, εκσυγχρονισμού κτιριακών ειδικών και βοηθητικών εγκαταστάσεων, καθώς και δαπάνες διαμόρφωσης περιβάλλοντα χώρου (έως 60% του προϋπολογισμού για υφιστάμενες επιχειρήσεις και έως 70% για νέες μικρομεσαίες επιχειρήσεις).
- Αγορά και εγκατάσταση καινούργιων σύγχρονων μηχανημάτων και λοιπού εξοπλισμού και τα μισθώματα της χρηματοδοτικής μίσθωσης κατά την χρήση τους.

- Άυλες δαπάνες (όπως δαπάνες συστημάτων και ελέγχου ποιότητας, πιστοποιήσεις, προμήθειας και εγκατάστασης λογισμικού και συστήματος οργάνωσης της επιχείρησης κ.ά.) μέχρι το 50% του κόστους του επενδυτικού σχεδίου.
- Δαπάνες για έργα και προγράμματα Έρευνας και Ανάπτυξης και Καινοτομίας που σχετίζονται με τη δραστηριότητα και τα προϊόντα της επιχείρησης:

I. Δαπάνες εφαρμοσμένης έρευνας (αμοιβές προσωπικού, έρευνα επί συμβάσει κλπ).

II. Δαπάνες για απόκτηση επικύρωση διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας και δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας (μόνο για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις)

- Αμοιβές συμβούλων για νέες μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις έως 5% του προϋπολογισμού και έως 50.000 ευρώ.
- Λειτουργικά έξοδα σε επενδυτικά σχέδια επιχειρηματικότητας των νέων

#### *Προϋπολογισμός επενδυτικών σχεδίων – Ίδια συμμετοχή*

Ανά κατηγορία επιχείρησης ως εξής:

- Μεγάλες επιχειρήσεις: 1.000.000€
- Μεσαίες επιχειρήσεις: 500.000€
- Μικρές επιχειρήσεις: 300.000€
- Πολύ μικρές επιχειρήσεις: 200.000€
- Ατομικές επιχειρήσεις :300.000€

Στα επενδυτικά σχέδια γενικής επιχειρηματικότητας, ο ελάχιστος επιλέξιμος προϋπολογισμός είναι το 50% των παραπάνω ποσών.

Η ίδια συμμετοχή του επενδυτή αναλύεται ως εξής:

- Το ποσοστό της ίδιας συμμετοχής (αύξηση μετοχικού κεφαλαίου ή χρήση φορολογηθέντων αποθεματικών) του επενδυτή στις επενδύσεις με τη μορφή της επιχορήγησης κεφαλαίου, δεν μπορεί να είναι κατώτερο του 25% των ενισχυόμενων δαπανών.
- Κατά το μέρος που τα επενδυτικά σχέδια ενισχύονται με επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης, δεν απαιτείται ίδια συμμετοχή.

- Για επενδύσεις φορολογικής απαλλαγής: ο δικαιούχος πρέπει να συνεισφέρει τουλάχιστον 25% του επενδυτικού κόστους, είτε μέσω ιδίων κεφαλαίων, είτε μέσω εξωτερικής χρηματοδότησης.
- Για επενδύσεις επιχειρηματικότητας των νέων: ο δικαιούχος πρέπει να συνεισφέρει τουλάχιστον 30% του επενδυτικού κόστους, είτε μέσω ιδίων κεφαλαίων, είτε μέσω εξωτερικής χρηματοδότησης.

*Ποσοστά ενισχύσεων:*

Τα μέγιστα ποσοστά ενισχύσεων κυμαίνονται από 15% έως 55%, ανάλογα με το νομό στον οποίον υλοποιείται η επένδυση και το μέγεθος της επιχείρησης.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6<sup>ο</sup> ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ ΠΑΝΩ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

---

## 6.1 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟΙ ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΙ

Τα ιδιωτικά κεφάλαια εξακολουθούν να αποτελούν τη βασική πηγή χρηματοδότησης των επιχειρήσεων και η επιλογή των κατάλληλων χρηματοδοτικών μέσων και εργαλείων είναι απαραίτητη για να καταστεί βιώσιμη μια μικρή ή μεσαία επιχείρηση.

### 6.1.1 ΔΗΜΟΣΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

#### Έμμεση υποστήριξη

Η πρόσβαση των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων στη χρηματοδότηση γίνεται μέσω των εξής φορέων:

#### **Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (ΤΕΜΠΜΕ)**

Εγγυήσεις και αντεγγυήσεις καλύπτοντας μέχρι ποσοστού 45-70% τους εμπορικούς και οικονομικούς κινδύνους τους μεταξύ 10.000€ και 400.000€ Αν η τράπεζα θεωρεί ότι η επιχείρησή είναι βιώσιμη αλλά επιθυμεί την εγγύηση του ΤΕΜΠΜΕ, προτείνει ένα από τα προϊόντα του Ταμείου. Στη συνέχεια υποβάλλονται οι απαραίτητες αιτήσεις οι οποίες αξιολογούνται από την ΤΕΜΠΜΕ.

#### **Ελληνικός Οργανισμός Μικρών Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας(ΕΟΜΜΕΧ)**

Παρέχει εγγυητικές επιστολές για τη διευκόλυνση της πρόσβασης των επιχειρήσεων στις δημόσιες προμήθειες. Το ανώτατο όριο τους ανά επιχείρηση είναι 220.000€ ενώ επιβαρύνονται με προμήθειες που κυμαίνονται μεταξύ 0,4-1,2%. Για τη χορήγηση της επιστολής υποβάλλεται στον ΕΟΜΜΕΧ αίτηση, η οποία αξιολογείται και αν η απόφαση είναι θετική, εκδίδεται εγγυητική επιστολή από την Τράπεζα

Αττικής, που είναι αρμόδια για την παρακολούθησή της και την είσπραξη των προμηθειών.

## **Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς 2007 - 2013**

Το 2011, δύο σημαντικές κοινοτικές πρωτοβουλίες της ΕΕ τίθενται σε εφαρμογή από το Υπουργείο Οικονομίας την άνοιξη του 2010:

- Η πρωτοβουλία JEREMIE που έχει σαν στόχο την ενίσχυση Μικρομεσαίων επιχειρήσεων ( με τη διάθεση 120 εκατ. €στην αγορά μέσω του Ταμείου JEREMIE - Συνολικά 360 εκατ. €
- Η δεύτερη είναι η πρωτοβουλία JESSICA που αφορά σε κοινή ευρωπαϊκή στήριξη για βιώσιμες επενδύσεις σε αστικές περιοχές σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ.

### **Άμεση υποστήριξη**

#### **Ταμείο Ανάπτυξης Νέας Οικονομίας**

Είναι η πρώτη εταιρεία στο χώρο της ανταγωνιστικής ανάπτυξης ταμείων επιχειρηματικού κινδύνου με προσανατολισμό τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Δημιουργήθηκε στο πλαίσιο του επιχειρησιακού πρόγραμματος "Ανταγωνιστικότητα".

### **Πρόσβαση στη χρηματοδότηση της ΕΕ**

#### **Επιχειρησιακά Προγράμματα ΕΣΠΑ 2007-2013**

Αποτελεί το έγγραφο αναφοράς για τον προγραμματισμό των Ταμείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε εθνικό επίπεδο για την περίοδο 2007-2013.

Το σύνολο των προκηρύξεων/προσκλήσεων που δημοσιοποιούνται στο πλαίσιο υλοποίησης των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) 2007-2013.

#### **Enterprise Europe Network (CIP-Hellas) - Ελλάδα**

Παρέχει επικαιροποιημένες πληροφορίες για τις προκηρύξεις προγραμμάτων της ΕΕ.

## **6.1.2 ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ**

### **Επιχειρηματικοί άγγελοι**

Πρόκειται για ιδιώτες επενδυτές που επενδύουν κεφάλαια, χρόνο και εμπειρία σε πολλά υποσχόμενες μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις.

- «Επιχειρηματικοί άγγελοι» - EOMMEX
- «Οι επιχειρηματικοί άγγελοι στην περιφέρεια Αττικής» - ΚΕΤΑ Αττικής
- «Επιχειρηματικοί άγγελοι» - ΚΕΤΑ Κεντρικής Μακεδονίας

### **Κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών**

#### **Ένωση Ελληνικών Εταιριών Επιχειρηματικών Κεφαλαίων**

Μια άλλη πηγή χρηματοδότησης είναι τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (venture capitals). Πρόκειται για ένα είδος ιδιωτικής επένδυσης που χορηγείται σε νέες και ελπιδοφόρες επιχειρήσεις με αντάλλαγμα ένα ποσοστό των μετοχών (γύρω στο 30%) και εκτείνεται σε διάστημα 3-7 χρόνων. Στην Ελλάδα υφίστανται περίπου 20 εταιρείες αυτού του είδους.

### **Θερμοκοιτίδες**

#### **Θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων**

Αναλαμβάνουν να υποστηρίξουν μια καινούργια επιχείρηση στο ξεκίνημά της, προσφέροντάς της στέγη, υποδομές και χρηματοδότηση.

#### **Ένωση Ελληνικών Τραπεζών**

Διαθέτουν προϊόντα χορηγήσεων (δάνεια) που απευθύνονται στους ελεύθερους επαγγελματίες και τις επιχειρήσεις, αφορούν χρηματοδότηση που προσφέρεται για κεφάλαιο κίνησης, αγορά επαγγελματικού εξοπλισμού και επαγγελματικής στέγης.



## **Νόμος για τη χρηματοδοτική μίσθωση(leasing)**

Αποτελεί μία σύγχρονη μέθοδο μεσομακροπρόθεσμης χρηματοδότησης επιχειρήσεων και επαγγελματιών για την απόκτηση παγίων στοιχείων (δηλαδή εξοπλισμού και ακινήτων) για επαγγελματική χρήση.

## **6.2 ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ, ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ, ΥΠΟΔΟΜΩΝ, ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΝ**

### **ΕΣΠΑ:ΕΘΝΙΚΟ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΝΑΦΟΡΑΣ**

Το ΕΣΠΑ είναι το έγγραφο αναφοράς για τον προσδιορισμό των Ταμείων της Ε.Ε για την περίοδο 2007-2013 σε εθνικό επίπεδο.

Διαμορφώθηκε από το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών σύμφωνα με πλήθος προτάσεων, κατευθύνσεων, πολιτικών επιλογών, ποσοτικών δεδομένων και μελετών σε Εθνικό και Ευρωπαϊκό επίπεδο. Η κοινοτικές κατευθυντήριες γραμμές και προτεραιότητες πρέπει να συμβαδίζουν με τα εθνικά προγράμματα μεταρρυθμίσεων ώστε να εξασφαλίζεται η πολιτική συνοχή της Ε.Ε με βάση την συνδρομή των Ταμείων. Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο τον Δεκέμβριο του 2005 αποφάσισε να διασφαλίσει έως το 2013 τους πόρους της Ευρωπαϊκής Πολιτικής Συνοχής για τη χώρα. Οι νέοι Κανονισμοί των Ταμείων της ΕΕ, οι Στρατηγικές Κατευθυντήριες Γραμμές για την Πολιτική Συνοχής, ήταν οι βασικές παράμετροι του αναπτυξιακού προγραμματισμού ώστε να καθοριστεί το ΕΣΠΑ.

### **ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗ**

Η αναθεώρηση της Στρατηγικής της Λισσαβόνας και του Εθνικού Προγράμματος Μεταρρυθμίσεων για την Ανάπτυξη και την Απασχόληση 2005-2008 συμβάλλουν στην αναπτυξιακή πολιτική του νέου ΕΣΠΑ σύμφωνα με σημαντικά έγγραφα της Ε.Ε που το αναφέρουν. Επίσης, ως γνώμονας στάθηκαν και έγγραφα στρατηγικά όπως η Εθνική Έκθεση Στρατηγικής για την Κοινωνική Προστασία και την Κοινωνική Ένταξη 2006-2008, η Ψηφιακή

Στρατηγική 2006-2013, το «Σχέδιο Ανάπτυξης Μεταφορών 2007-2013 και εικοσαετίας», Εθνική Λιμενική Πολιτική, το Εθνικό Σχέδιο Στρατηγικής Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας 2007-2013 κλπ. Το πλαίσιο χρηματοδότησης διαμορφώθηκε στη βάση των αποφάσεων του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου της 16ης Δεκεμβρίου 2005 και των προδιαγραφών - περιορισμών των νέων Κανονισμών και προέκυψε με βάση τις αναπτυξιακές ανάγκες ανά τομέα και Περιφέρεια στην επόμενη περίοδο, συνεκτιμώντας τις ανάγκες ολοκλήρωσης των συνεχιζόμενων έργων της προηγούμενης περιόδου και τις απαιτήσεις για δράσεις που εξυπηρετούν τη Στρατηγική της Λισσαβόνας. Βασική επιλογή ήταν η βέλτιστη αξιοποίηση των πόρων της νέας προγραμματικής περιόδου προς όφελος της ισόρροπης περιφερειακής ανάπτυξης της χώρας.

#### ΤΕΛΙΚΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗ – ΤΕΣΣΕΡΑ ΕΠΙΠΕΔΑ

- στο επίπεδο των στρατηγικών στόχων του ΕΣΠΑ,
- στο επίπεδο των θεματικών (5) και χωρικών (3) προτεραιοτήτων, όπως απαιτείται από το Γενικό Κανονισμό των Ταμείων,
- στο επίπεδο των Γενικών Στόχων (17), στους οποίους αναλύεται κάθε θεματική προτεραιότητα, και
- στο επίπεδο των ειδικών στόχων και των κύριων μέσων επίτευξης.

#### ΣΧΕΔΙΑ ΕΣΠΑ

- Strategic plan for the development of research, technology and innovation under the NSRF 2007-13
- Εγκύκλιος για την εξειδίκευση των επιχειρησιακών προγραμμάτων της περιόδου 2007-2013
- Μελέτη γραφείων διαμεσολάβησης
- Τελική μελέτη Venture Capital
- Μελέτη διερεύνησης τομέων προτεραιότητας ETA 2007-2013
- Τελικές θεματικές προτεραιότητες ETA 2007-2013
- Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς 2007-13
- Στρατηγικό Σχέδιο Ανάπτυξης της Έρευνας, Τεχνολογίας και Καινοτομίας στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2007-13 (Οκτώβριος 2007)

- Επιχειρησιακό Πρόγραμμα, Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα 2007-2013 (Εγκεκριμένο από την Ε.Ε.)
- Νέο Κοινοτικό Πλαίσιο Κρατικών Ενισχύσεων (Εναρξη Εφαρμογής 1/1/2007)
- Εφαρμοστικοί Κανονισμοί ΕΣΠΑ 2007-13
- Έκθεση της Εθνικής Επιτροπής για την Εξειδίκευση των Δράσεων του ΕΣΠΑ για θέματα Έρευνας, Τεχνολογικής Ανάπτυξης και Καινοτομίας
- Εγχειρίδια Διαχείρισης των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων 2007-2013

#### ΥΠΟ ΜΕΛΕΤΗ ΣΧΕΔΙΟ Ι :

##### Στρατηγικό Σχέδιο Ανάπτυξης της Έρευνας, Καινοτομίας και Τεχνολογίας

Στόχος του σχεδίου είναι η αναδιοργάνωση της ελληνικής οικονομίας σε προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας καθώς και η μετάβαση στην κοινωνία της γνώσης και στην επέκταση των εθνικών δικτύων.

Λόγοι που οφείλεται η στρατηγική αυτή για αναδιοργάνωση είναι η παγκοσμιοποίηση, η ανάγκη για σύγκλιση με την Ε.Ε., η ανοικτή καινοτομία στην αναθεώρηση της στρατηγικής της Λισσαβόνας.

Σημαντικό εργαλείο του σχεδίου είναι η χρήση δεικτών απόδοσης της χώρας σε Έρευνα, Τεχνολογία και Καινοτομία ώστε να καθοριστούν τα δυνατά και αδύνατα σημεία τόσο στον δημόσιο όσο και στον ιδιωτικό τομέα για την κατάσταση της χώρας αφού αποδέκτες είναι οι επιχειρήσεις, οι ομάδες επιχειρήσεων και δικτύων σε συνεργασία με πανεπιστήμια και ερευνητικά κέντρα.

Συγκεκριμένα, οι μικρές επιχειρήσεις και οι παραδοσιακοί κλάδοι ήταν από τα ασθενέστερα σημεία της καινοτομίας για αυτό έγιναν διορθωτικές κινήσεις και μελέτες που τελικά φάνηκαν να είναι ενθαρρυντικές στο διάστημα (1999-2003).

Μετά την ανανέωση του στρατηγικού προγράμματος, η προγραμματική περίοδος 2007-2013 καθορίζει τα εξής για τις ΜΜΕ.

- Συνεργασία σχηματισμών α/έντασης γνώσης (knowledge intensive clusters) και β/καινοτόμων (innovation clusters): οι συνεργασίες αυτές αφορούν πεδία με

ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα ώστε με την κοινή χρήση εγκαταστάσεων και την ανταλλαγή τεχνογνωσίας να αναπτύξουν γνώση και να συμβάλλουν στην μεταφορά τεχνολογίας.

- Δράση ενίσχυσης νέων και μικρών επιχειρήσεων : υποστήριξη αναγκών και παρακίνηση για E&T των ΜΜΕ με κοινά προβλήματα, νέων επιχειρήσεων έως 6 έτη λειτουργίας από την ίδρυση και για επιχειρήσεις ανεξαρτήτως μεγέθους που έχουν χρηματοδοτηθεί για έρευνα, η παροχή bonus θα δίνεται στις επιχειρήσεις με μονιμότερες δομές και δίκτυα συνεργασίας από την αξιολόγηση που θα γίνεται.
- Ενίσχυση προσφοράς και ζήτησης Υπηρεσιών Έρευνας , Καινοτομίας και Τεχνολογίας : υποστηρίζει τις τεχνολογικές ανάγκες των ΜΜΕ μέσω του voucher for SMEs για την αγορά συμβουλευτικών και υποστηρικτικών υπηρεσιών, την δικτύωση των ΜΜΕ με φορείς παροχής τεχνολογικών υπηρεσιών και με ειδικές προκηρύξεις για συνεργασία επιχειρήσεων και ερευνητικών φορέων.
- Ενίσχυση \_ Δημιουργία καινοτόμων επιχειρήσεων κυρίως υψηλής έντασης γνώσης (spin\_off και spin out): Αναμόρφωση με βάση το ΕΠΑΝ ώστε να δοθεί κίνητρο για χρηματοδότηση από κεφάλαια VC ή άλλα χρηματοπιστωτικά εργαλεία για τα VCs.

## ΣΥΝΔΕΣΗ ΔΡΑΣΕΩΝ ΕΤΑΚ ΜΕ ΕΠΑΝ ΙΙ

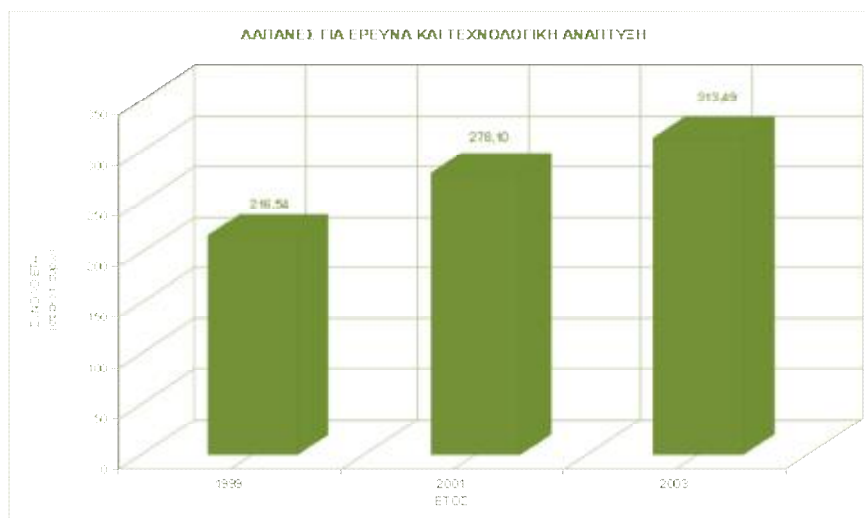
Το στρατηγικό σχέδιο (ΕΣΠΑ-ΕΤΑΚ) θα υλοποιηθεί μέσω των Τομεακών και Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) 2007-2013 και κυρίως μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος για την Επιχειρηματικότητα και την Ανταγωνιστικότητα, των Περιφερειακών Προγραμμάτων των πέντε περιφερειών μεταβατικής στήριξης, των ΠΕΠ Αττικής και Μακεδονίας-Θράκης, του Επιχειρησιακού Προγράμματος Παιδείας και δια βίου μάθησης, όπως και ψηφιακής σύγκλισης. Η δημόσια δαπάνη μέσω των διαφόρων Τομεακών και Περιφερειακών Προγραμμάτων του ΕΣΠΑ 2007-13 για δράσεις Έρευνας, Τεχνολογίας και Καινοτομίας θα ξεπεράσει τα 1.300 εκ.€ (Κοινοτική συνδρομή πάνω από 1000εκ.€ ποσοστό σχεδόν 5% της συνολικής κοινοτικής συνδρομής). Το κονδύλι αυτό ανταποκρίνεται στις εκτιμήσεις της ΓΓΕΤ προκειμένου οι ακαθάριστες δαπάνες για Έρευνα και Ανάπτυξη (ΑΕΔΕΤΑ) να προσεγγίσουν το έτος 2015, το 1,5% του Αναθεωρημένου ΑΕΠ, από τις οποίες το 40% θα προέρχεται από τον ιδιωτικό τομέα.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7<sup>Ο</sup> ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΜΜΕ

Ένα από τα ασθενέστερα σημεία του Ελληνικού συστήματος καινοτομίας – έρευνας και τεχνολογίας αποτελεί η μικρή κινητοποίηση των επιχειρήσεων και συνεπώς χρειάζεται μεγαλύτερη ανάλυση. Η χαμηλή συνεισφορά του στην ερευνητική δραστηριότητα μπορεί να αποδοθεί στις γενικότερες διαρθρωτικές αδυναμίες της ελληνικής παραγωγικής βάσης (πολλές μικρές επιχειρήσεις, παραδοσιακοί κλάδοι, πολύ μικρό δυναμικό σε τομείς που παράγουν τεχνολογική καινοτομία όπως φάρμακα κλπ, μεταφορά έτοιμης και ώριμης τεχνολογίας «με το κλειδί στο χέρι» και όχι ανάπτυξη RTD in house στις επιχειρήσεις, προσωπικό επιχειρήσεων χωρίς υψηλό επιστημονικό επίπεδο, επικρατούσες συμπεριφορές αποφυγής ανάληψης κινδύνου κα).

Όμως με βάση τα δεδομένα της πρόσφατης μελέτης «Μέτρηση των δραστηριοτήτων Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης των επιχειρήσεων – έτους 2003» οι τάσεις είναι ενθαρρυντικές:

§ Οι δαπάνες για ΕΤΑ για τις επιχειρήσεις αυξήθηκαν με αποτέλεσμα από 216,54 εκ. € το 1999 και 278,10 εκ. € το 2001 (αύξηση 28,4%) να ανέλθουν σε 313,49 εκ. € το 2003 (αύξηση 16,3%). Η συνολική αύξηση μεταξύ 1999 και 2003 ανήλθε σε 44,8% (Διάγραμμα 1).



Διάγραμμα 1: Εξέλιξη της δαπάνης ΕΤΑ των ελληνικών επιχειρήσεων (1999 – 2003)

§ Αν και οι δείκτες ΕΤΑ παρουσιάζουν ελαφρά πτωτικές τάσεις κατά τα έτη 1999 – 2003 ως ποσοστά του ΑΕΠ, η συμμετοχή των επιχειρήσεων εμφανίζεται σταθερή και ελαφρά αυξητική (Πίνακας 1).

Πίνακας 1

ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ			
	ΑΕΔΕΤΑ/ΑΕΠ	ΔΕΠΕΤΑ/ΑΕΠ	ΔΕΠΕΤΑ/ΑΕΔΕΤΑ
1999	0,67%	0,18%	27,23%
2001	0,63%	0,21%	33,05%
2003	0,63%	0,20%	32,16%

Είναι επίσης χρήσιμο να σημειωθεί ότι:

§ Ως προς την γεωγραφική κατανομή των επιχειρήσεων που εκτελούν ερευνητική δραστηριότητα, υπάρχει συντριπτική υπεροχή των επιχειρήσεων της Αττικής (75,41%) και σημαντική συμμετοχή των επιχειρήσεων της Β. Ελλάδας<sup>1</sup> (18,06%). Οι υπόλοιπες περιοχές (Περιφέρειες κατά NUTS 1) έχουν μικρή (Κεντρική Ελλάδα<sup>23</sup> 5,14%) έως ασήμαντη (Νησιά Αιγαίου – Κρήτη 1,39%) συμμετοχή (Πίνακας 7).

§ Με βάση τον αριθμό επιχειρήσεων κατά διψήφιο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας (Διάγραμμα 2), προηγείται με μεγάλη διαφορά ο κλάδος 72 «Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες» με ποσοστό συμμετοχής 23,56% και ακολουθούν οι κλάδοι:

Ø 74: Άλλες Επιχειρηματικές δραστηριότητες (υπηρεσίες) 15,23%

Ø 15: Βιομηχανία Τροφίμων και Ποτών 8,33%

Ø 24: Χημικές ουσίες και προϊόντα 7,47%

Ø 50, 51,52: Χονδρικό και λιανικό εμπόριο – Επισκευή Αυτοκινήτων κλπ 7,47%

Οι υπόλοιποι κλάδοι έχουν ποσοστό συμμετοχής < 5%

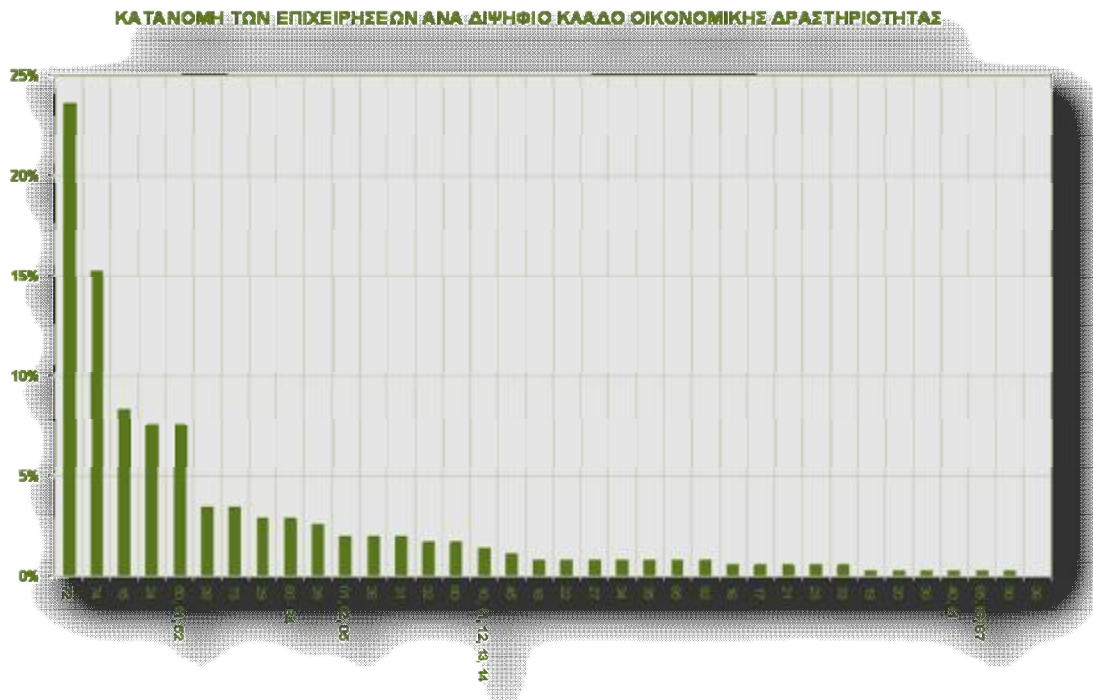
<sup>1</sup> Δ. Μακεδονία, Κεντρική Μακεδονία, Αν. Μακεδονία – Θράκη, Θεσσαλία

<sup>3</sup> Ηπειρος, Ιόνια Νησιά, Δ. Ελλάδα, Στερεά Ελλάδα, Πελοπόννησος

**ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΩΝ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΝΑ NUTS1  
(4 ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ)**

NUTS1	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΑΤΤΙΚΗ	75,41%
ΒΟΡΕΙΑ ΕΛΛΑΔΑ	18,06%
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	5,14%
ΝΗΣΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ- ΚΡΗΤΗ	1,39%

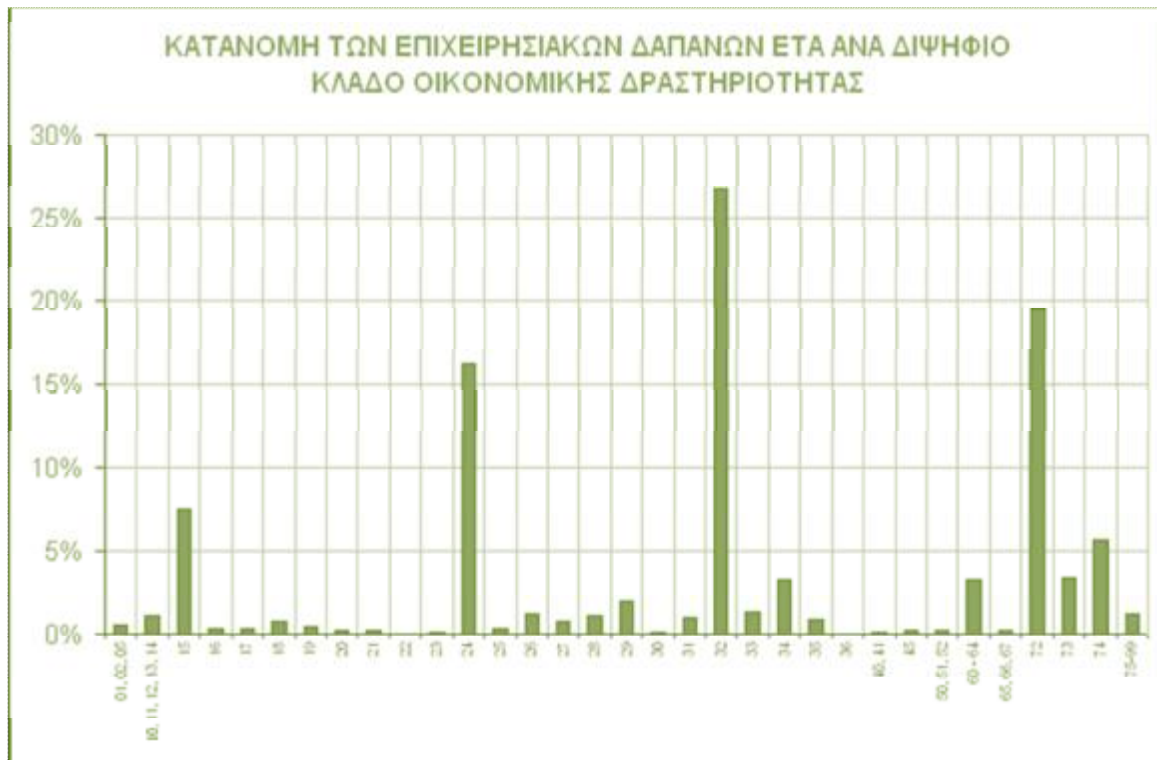
*Πίνακας 2*



*Διάγραμμα 2*

Αντίστοιχα, το Διάγραμμα 3 παρουσιάζει την κατανομή των δαπανών των επιχειρήσεων ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας. Σημαντικότερη δαπάνη εμφανίζει ο κλάδος των τηλεπικοινωνιών, ενώ ακολουθούν οι κλάδοι της πληροφορικής, της χημικής βιομηχανίας και των τροφίμων – ποτών.

§ Το 73,51% των επιχειρήσεων που δήλωσαν δαπάνες για έρευνα είναι μικρές και έχουν συνολικό προσωπικό λιγότερο από 50 άτομα. Οι μεγάλες επιχειρήσεις αποτέλεσαν το 10% του συνόλου και οι μεσαίες το 16,64%.



Διάγραμμα 3



ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΔΑΠΑΝΩΝ ΓΙΑ ΕΤΑ ΑΝΑ ΜΕΓΕΘΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ		
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ (ΑΤΟΜΑ)	ΕΤΑ (εκ. €)	ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΔΑΠΑΝΩΝ ΓΙΑ ΕΤΑ ΑΝΑ ΜΕΓΕΘΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ
ως 49 άτομα	59,94	19,13%
50-249 άτομα	104,97	33,48%
Περισσότερα από 250 άτομα	148,56	47,39%
ΣΥΝΟΛΟ	313,48	100%

Πίνακας 3

- § Παρόλα αυτά εκτιμάται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ενδο-επιχειρηματικών δαπανών προέρχεται από τις μεγάλες και μεσαίες επιχειρήσεις (Πίνακας 3). Πιο συγκεκριμένα, το 50% περίπου των 313,49 εκατομμυρίων € που δαπανήθηκε το 2003 για ΕΤΑ, προέρχεται από επιχειρήσεις με συνολικό προσωπικό περισσότερα από 249 άτομα. Επιπρόσθετα, για τις μεσαίες επιχειρήσεις, δηλαδή τις επιχειρήσεις με προσωπικό από 50 έως 249 άτομα, το ποσό για έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη η οποία διεξήχθη στο εσωτερικό τους, εκτιμάται ότι το 2003 ανήλθε στο ποσό των 104,97 εκατομμυρίων €. Το ποσό αυτό αποτελεί το 33,48% του συνολικού ποσού των ενδοεπιχειρηματικών δαπανών για το 2003. Τέλος, το μικρότερο ποσοστό των δαπανών στον τομέα της επιστημονικής και τεχνολογικής έρευνας (19,13%) ανήκει στις μικρές επιχειρήσεις.
- § Από τις επιχειρήσεις που διεξάγουν έρευνα το 45% διαθέτουν ειδικό τμήμα ΕΤΑ.
- § Το 40,33% των επιχειρήσεων που διεξάγουν έρευνα είναι σχετικά νέες (έτος ίδρυσης μετά το 1990).
- § Όσον αφορά την πηγή χρηματοδότησης της ΕΤΑ παρατηρείται ότι η αυτοχρηματοδότηση αποτελεί την σημαντικότερη πηγή άντλησης χρηματικών πόρων, υπάρχει όμως διαχρονικά σημαντική αύξηση των κρατικών πόρων (Πίνακας 9).

§ Οι αμοιβές προσωπικού αποτελούν το μεγαλύτερο ποσοστό των δαπανών για ΕΤΑ. Ακολουθούν (σχεδόν εξίσου) οι δαπάνες κεφαλαίου και οι άλλες τρέχουσες δαπάνες.

ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΤΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΠΗΓΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ	ΠΟΣΟ (εκ. €)	ΠΟΣΟΣ ΤΟ
Αυτοχρηματοδότηση	236,45	75,43%
Διαρθρωτικά προγράμματα συγχρηματοδοτούμενα από το ελληνικό κράτος (ΕΠΑΝ, Ν.2601/98 κ.α)	45,93	14,65%
Άλλες Πηγές Εσωτερικού		
Δημόσιες Επιχειρήσεις Εσωτερικού	1,05	0,34%
Ιδιωτικές Επιχειρήσεις Εσωτερικού	0,35	0,11%
Άλλες πηγές εσωτερικού	0,66	0,21%
Ελληνικά Ιδρύματα Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης	0,41	0,13%
Πηγές Εξωτερικού		
Πρόγραμμα Πλαίσιο ΕΕ (ανταγωνιστικά προγράμματα)	23,36	7,45%
Επιχειρήσεις εξωτερικού	2,65	0,85%
Αλλοδαπές Κυβερνήσεις	0,00	0,00%
Αλλοδαπά Ιδρύματα Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης	0,10	0,03%
Αλλοδαπά Ιδιωτικά ΝΠΙΔ μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα	0,00	0,00%
Διεθνείς Οργανισμοί	0,17	0,05%
Άλλες πηγές εξωτερικού.	2,35	0,75%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>313,49</b>	<b>100,00%</b>

Πίνακας 4

## ΥΠΟ ΜΕΛΕΤΗ ΣΧΕΔΙΟ ΙΙ

### Ανταγωνιστικότητα-Επιχειρηματικότητα 2007-2013

Στόχος του ΕΠ Ανταγωνιστικότητα-Επιχειρηματικότητα 2007-2013 είναι η επιχειρηματικότητα και η εξωστρέφεια των επιχειρήσεων και του παραγωγικού συστήματος της χώρας με έμφαση στην καινοτομία.

Η συγχρηματοδοτούμενη Δημόσια Δαπάνη του ΕΠΑΝ ΙΙ ανέρχεται στο ποσό των 1.519.000.000 ευρώ από τα οποία 1.291.000.000 ευρώ προέρχονται από πόρους του Ευρωπαϊκού Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και 228.000.000 ευρώ από πόρους του Ελληνικού Δημοσίου. Η ιδιωτική συμμετοχή αναμένεται να φθάσει το 1.410.565.249 ευρώ. Το πρόγραμμα ΕΠΑΝ ΙΙ εμπλουτίζει και συνεχίζει την επιτυχημένη δράση του 2000-2006.

### ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΕΡΓΩΝ ΤΟΥ ΕΠΑΝ ΙΙ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΝΤΑΓΜΕΝΩΝ ΕΡΓΩΝ ( ΜΕΧΡΙ ΚΑΙ 26/09/2012 ΚΑΤΑΧΩΡΗΜΕΝΑ ΣΤΟ ΟΠΣ )

Ε.Υ.Δ.Ε.Π : ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

ΤΙΤΛΟΣ ΕΡΓΟΥ	ΕΠΕΞΗΓΗΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ	ΚΡΑΤΙΚΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΡΑΞΗΣ ΔΔ ΔΑΠΑΝΗ ΕΝΤΑΞΗΣ
Δημιουργία νέων καινοτόμων επιχειρήσεων, κυρίως υψηλής έντασης γνώσης (spin – off – spin out)	Δημιουργία υποστήριξη ενίσχυση στα πλαίσια της πρόσκλησης	ΝΑΙ	8.963.845,13
Ενίσχυση επενδύσεων (εκτός τομέα τουρισμού) μέσω του αναπτυξιακού νόμου 3299/04, όπως αυτός	Κρατική ενίσχυση των επιχειρήσεων για επενδύσεις μέσω του νομού Ν.3299/2004.	ΝΑΙ	364.231.441,90

<p>ισχύει ή τροποποιείται.</p>			
<p>Ενίσχυση νέων και μικρομεσαίων επιχειρήσεων για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων ΕΤΑ</p>	<p>1. περιβαλλοντολογική ανάπτυξη  Ανάπτυξη μεθόδων αξιοποίησης απόβλητων όπως υδατικών, οινικών, τυροκομικών απόβλητων κ.α ανακύκλωση απόβλητων και απορριμμάτων. Επίσης χρήση τεχνολογιών για αντιρρυπαντικές διατάξεις αυτοκίνητων, ατμοσφαιρικής ρύπανσης καθώς εξοικονόμηση καυσίμων και εξοικονόμηση ενέργειας</p> <p>2. Τεχνολογική και Πληροφοριακή ανάπτυξη: Συστήματα και μελέτες διερεύνησης βιομοριακών αντιδράσεων, συστήματα διαχείρισης, ηλεκτρονικά πληροφοριακά συστήματα, λογισμικά, αποσύνθετα πολυμερικά υλικά, μηχανές αναζήτησης, συστήματα λήψης και αναπαραγωγής μέσω διαδικτυακού υλικού ,συστήματα υπηρεσιών προστιθεμένης αξίας ελληνικών προϊόντων, αξιοποίηση ψηφιακών τεχνολογιών τουριστικής και εκπαιδευτικής</p>	<p>ΝΑΙ</p>	<p>14.289.286,06</p>

	<p>ιστιοπλοϊκής περιήγησης, ανάπτυξη δεικτών μοριακού έλεγχου και αυθεντικότητας κ.α</p> <p>3. Οικολογική ανάπτυξη: βελτίωση ποιότητας προϊόντων και υποπροϊόν-ντων πρωτογενούς τομέα παράγωγης (ελιά, κρασί, πορτοκάλι, κρέας, ροδιά κ), βιολογικές καλλιέργειες, εξερεύνηση βιολογικών ιδιοτήτων και εξερεύνηση αιτιολογιών σήψης πυρηνοκαρπών κ.α</p>		
Επιχειρηματικά σχέδια μεσαίων επιχειρήσεων	ενίσχυση για μεταποίηση στις νέες συνθήκες, εξωστρέφεια και ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων	ΝΑΙ	37.482.143,58
Επιχειρηματικά σχέδια μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων	ενίσχυση για μεταποίηση στις νέες συνθήκες, ενίσχυση για νέα καινοτομική επιχειρηματικότητα και εξωστρέφεια - ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων.	ΝΑΙ	202.229.640,83
Κατάρτιση εργαζόμενων και προώθηση σύγχρονων τεχνικών δια βίου μάθησης στις επιχειρήσεις	3-Π., 8-Π., 2-Π. "Πρόγραμμα κατάρτισης/επανακατάρτισης για αυτοαπασχολούμενους και εργαζόμενους σε επιχειρήσεις σε όλους τους κλάδους της οικονομίας με στόχο την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας τους	ΟΧΙ	18.420.629,60

	<p>στις 3 περιφέρειες σταδιακής εξόδου", σε 8 περιφέρειες σύγκλισης και 2 περιφέρειες Σταδιακής Εισόδου", Κατάρτιση Μετεκπαίδευση των εργαζόμενων και εποχιακά άνεργων εμπειροτεχνών</p> <p>στον τουριστικό τομέα για εκσυγχρονισμό και αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιων_3, υπηρεσιων_8.</p> <p>Ενίσχυση του Ανθρώπινου Δυναμικού των ΜΜΕ σε Θέματα Εξωστρέφειας στις 2 Περιφέρειες Σταδιακής Εισόδου, στις 3 περιφέρειες σταδιακής εξόδου, σε 8 Περιφέρειες Σύγκλισης, δράση κατάρτισης ανθρώπινου δυναμικού σε θέματα τουρισμού στις 8 Περιφέρειες Σύγκλισης</p>		
Κουπόνια καινοτομίας μικρομεσαίες επιχειρήσεις (voucher for SMEs)	Κουπόνια καινοτομίας	ΝΑΙ	2.197.700,00
Ολοκληρωμένα προγράμματα ανάπτυξης επιχειρηματικότητας	Εθνικό Αποθεματικό Απροβλέπτων Δράση 1, Δράση 2 Ενίσχυση των επιχειρήσεων, Ενίσχυση επιχειρηματικότητας νέων και των γυναικών.	ΝΑΙ	128.273.209,75

Περιβαλλοντικά σχέδια επιχειρήσεων	Πράσινη ανάπτυξη	ΝΑΙ	2.945.646,36
Πράσινη Επιχειρηματικότητα	Πράσινες Υποδομές	ΝΑΙ	19.394.982,68
Πρόγραμμα ενίσχυσης και εκσυγχρονισμού τουριστικών επιχειρήσεων που δεν εντάσσονται στον Αναπτυξιακό Νομό	Πράσινος Τουρισμός	ΝΑΙ	13.150.646,42
Προώθηση συστημάτων ΑΠΕ – Αιολική ενέργεια	κρατική ενίσχυση για επένδυση νόμος Ν.3299/2004	ΝΑΙ	62.452.520,00
Προώθηση συστημάτων ΑΠΕ – Ηλιακή ενέργεια	κρατική ενίσχυση για επένδυση νόμος Ν.3299/2004	ΝΑΙ	29.358.086,90
Προώθηση συστημάτων ΑΠΕ – υδροηλεκτρική ενέργεια	κρατική ενίσχυση για επένδυση νόμος Ν.3299/2004	ΝΑΙ	2.405.514,00
Εκσυγχρονισμός των επιχειρηματικών υποδομών	Ένδυση και Υπόδηση – Νέες Προοπτικές	ΝΑΙ	1.781.098,99

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8<sup>ο</sup> ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ

---

### 8.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟ ΑΡΘΡΟ 5 Α(2) ΤΟΥ ΝΕΟΥ ΣΥΝΤΑΓΜΑΤΟΣ

Ο ορισμός της πληροφορίας είναι μάλλον δυσχερής. Από τους τέσσερις ορισμούς που απαντώνται στο Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας, Γ. Μπαμπινιώτη, Κέντρο Λεξικολογίας, Αθήνα 1998, οι τρεις, ή μάλλον ο συνδυασμός τους, μπορεί να αποδώσει με μερική προσέγγιση την έννοια. Ως «πληροφορία» νοείται α) κάθε στοιχείο που έχει ενδιαφέρον για κάποιον, β) κάθε στοιχείο που μεταδίδεται από μια πηγή σε κάποιον δέκτη και γ) το περιεχόμενο των σημάτων που διαβιβάζονται μέσω των διαφόρων μέσων επικοινωνίας και ενημέρωσης. Ενοποιώντας τα διάφορα στοιχεία ορισμού θα μπορούσαμε να πούμε ότι «πληροφορία» στα πλαίσια της ΚτΠ είναι κάθε στοιχείο που έχει ενδιαφέρον, το οποίο μεταδίδεται μέσω ηλεκτρομαγνητικών μέσων επικοινωνίας, από κάποιον πομπό προς κάποιον δέκτη.

### 8.2 ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ Ε.Ε

Μοχλός της επανάστασης των επικοινωνιών (κινητά τηλέφωνα, Διαδίκτυο, ψηφιακά συστήματα υψηλών ταχυτήτων) ήταν η τεχνολογία και οι δυνάμεις της αγοράς που έπαιξαν σημαντικό ρόλο στις εξελίξεις:

- Καθόρισαν τον ρυθμό ανοίγματος των αγορών,
- Δημιούργησαν για όλες τις επιχειρήσεις ίσες ευκαιρίες πρόσβασης
- Υπερασπίστηκαν τα συμφέροντα των καταναλωτών,
- Καθιέρωσαν τεχνικά πρότυπα.

Αποτέλεσμα ήταν πιο φθηνότερες, καλύτερες και πιο αξιόπιστες υπηρεσίες σε ιδιώτες και επιχειρήσεις. Επίσης, οι καταναλωτές έχουν μεγαλύτερη επιλογή όσον αφορά τόσο τις παροχές όσο και τις προσφερόμενες υπηρεσίες. Η ζήτηση για κινητά τηλέφωνα και η πρόσβαση στο Διαδίκτυο εκτινάχθηκε στα ύψη.



Θέσπιση κανόνων λόγω ανταγωνισμού:

Η σύγκλιση της τεχνολογίας επικοινωνιών με τη ραδιοηλεκτρονική τεχνολογία, μέσω της ψηφιοποίησης, ανάγκασε την ΕΕ να θεσπίσει το 2003 κανόνες ως προς τα εξής:

- Την κατοχύρωση του δικαιώματος πρόσβασης όλων των καταναλωτών σε ένα σύνολο βασικών υπηρεσιών σε προσιτές τιμές (τηλέφωνο, φαξ, πρόσβαση στο Διαδίκτυο, δωρεάν κλήση αριθμών έκτακτης ανάγκης), περιλαμβανομένου και του δικαιώματος των ατόμων με αναπηρίες για πρόσβαση στις υπηρεσίες αυτές,
- Τόνωση του ανταγωνισμού με περιορισμό της δεσπόζουσας θέσης που διατηρούσαν τα παλαιά μονοπώλια τηλεπικοινωνιών για ορισμένες υπηρεσίες, όπως η πρόσβαση σε Διαδίκτυο υψηλών ταχυτήτων.

Η εφαρμογή τους γίνεται από τις εθνικές αρχές κάθε κράτους μέλους και οι εθνικές ρυθμιστικές αρχές συντονίζουν τις πολιτικές τους σε επίπεδο ΕΕ, μεταξύ άλλων, συμμετέχοντας στον Φορέα Ευρωπαϊκών Ρυθμιστικών Αρχών για τις Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες, BEREC (πρώην Ομάδα Ευρωπαϊκών Ρυθμιστικών Αρχών (ERG), ο οποίος γίνεται ένας ενιαίος ευρωπαϊκός οργανισμός.

Προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης:

Σημαντικό μέρος της ευρωπαϊκής στρατηγικής για την οικονομική ανάπτυξη είναι οι τεχνολογίες πληροφοριών κυρίως του Ψηφιακού Θεματολογίου της ΕΕ, όπου χαράσσονται πολιτικές και μέτρα με σκοπό την μεγιστοποίηση για τα οφέλη της ψηφιακής επανάστασης.

Η επιτροπή συνεργάζεται με τις κυβερνήσεις των κρατών μελών, με οργανισμούς και επιχειρήσεις του κλάδου και οι ενδιαφερόμενοι συμμετέχουν σε μια ετήσια Σύνοδο για το Ψηφιακό Θεματολόγιο ώστε να αξιολογήσουν την επιτευχθείσα πρόοδο και τις προκλήσεις του μέλλοντος.

Γεφύρωση του ψηφιακού χάσματος:

Οι μισοί Ευρωπαίοι τουλάχιστον είναι τακτικοί χρήστες του Διαδικτύου και του κινητού τηλεφώνου, η ΕΕ επιθυμεί να αποκομίζουν όλοι τα μέγιστα δυνατά οφέλη από την κοινωνία της πληροφορίας.

Η οικονομία στην ΕΕ πρέπει να είναι αποδοτική και ανταγωνιστική:

- Οι επιχειρήσεις και οι πολίτες πρέπει να έχουν πρόσβαση σε υποδομές επικοινωνιών χαμηλού κόστους αλλά υψηλού επιπέδου, καθώς και σε ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών,
- Κάθε πολίτης πρέπει να αποκτά τις απαιτούμενες δεξιότητες, ώστε να ζει και να εργάζεται στην κοινωνία της πληροφορίας.

Ενέργειες της Ε.Ε για να επιτύχει τους στόχους της:

- Μεριμνά για χρέωση των εταιριών, ώστε να είναι λογικές οι τιμές για τη χρήση του κινητού τηλεφώνου σε άλλες χώρες της ΕΕ
- Στηρίζει την πρόσβαση στο Διαδίκτυο και τη διείσδυση των νέων ψηφιακών υπηρεσιών στις φτωχότερες περιφέρειες της Ευρώπης
- Προωθεί τη διάδοση της ευρυζωνικής σύνδεσης υψηλών ταχυτήτων στα νοικοκυριά
- Στηρίζει την επέκταση των υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου για τις επιχειρήσεις, καθώς και των διαδικτυακών δημόσιων υπηρεσιών

### **8.3 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ 2010: ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ( 1 ΙΟΥΝΙΟΥ 2005)**

Τομείς προτεραιότητας:

Α. Ολοκλήρωση ενός ενιαίου Ευρωπαϊκού χώρου πληροφορίας

Ενίσχυση της καινοτομίας και τόνωση των επενδύσεων σε έρευνα για τεχνολογίες και πληροφοριών και επικοινωνίας

Γ. Δημιουργία μιας ευρωπαϊκής κοινωνίας για όλους

Συγκεκριμένα στον Τομέα Β έχει ορίσει ως εξής :

- Αύξηση του 80% ως το 2010 σε ΤΠΕ για όλα τα κράτη μέλη σε κοινωνικό επίπεδο
- Προτεραιότητα για τεχνολογίες στις υπηρεσίες της γνώσης των περιεχόμενων και της δημιουργικότητας στα προηγμένα και ανοικτά δίκτυα επικοινωνιών σε ασφαλή αξιόπιστα λογισμικά, ενοποιημένα συστήματα και νανοηλεκτρονική
- Πρωτοβουλίες για δρομολόγηση των λύσεων και διορθώσεων των δυσλειτουργιών για ασφάλεια , αξιόπιστα και διαχείριση ταυτότητας
- Μετρά για την ενθάρρυνση ιδιωτικών επενδύσεων στην έρευνα και καινοτομία ΤΠΕ το 2006
- Συγκεκριμένες προτάσεις για την συνοχή 2007-2013 της κοινωνίας της πληροφορίας στα πλαίσια κοινοτικών στρατηγικών κατευθυντήριων γραμμών
- Πολιτικές στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου για την εφαρμογή τεχνολογιών, διορθωτικών και νομικών φραγμών για την υιοθέτηση ΤΠΕ με ιδιαίτερη έμφαση στις ΜΜΕ
- Ανάπτυξη εργαλείων για υποστήριξη νέων μοντέλων εργασίας, τα οποία ευνοούν την καινοτομία και προσαρμόζουν νέες ανάγκες των επιχειρήσεων

Κοινό ευρωπαϊκό δίκαιο των πωλήσεων (Βρυξέλλες, 11 Οκτωβρίου 2011) από Ευρωπαϊκή Επιτροπή:

Οι ΜΜΕ δεν αξιοποιούν πλήρως το δυναμικό μιας ενιαίας αγοράς 500 εκ. ανθρώπων, συγκεκριμένα:

- Το 44% των Ευρωπαίων δεν πραγματοποιούν αγορές στο εξωτερικό γιατί δεν είναι σίγουροι για τα δικαιώματά τους
- Το 55% των εξαγωγικών επιχειρήσεων υποστηρίζουν ότι οι διαφορές των δικαίων των συμβάσεων είναι το μεγαλύτερο εμπόδιο

Με βάση τα παραπάνω δεδομένα της μελέτης του Ευρωβαρομέτρου έχουν δημιουργηθεί προβλήματα μεταξύ των επιχειρήσεων των κρατών μελών της Ε.Ε ως προς τις πωλήσεις :

- Μόνο το 9,3% πραγματοποιεί διασυνοριακές πωλήσεις εντός Ε.Ε.

- Οι επιχειρήσεις είναι υποχρεωμένες να ακολουθήσουν 26 διαφορετικά εθνικά δίκαια συμβάσεων

Τα προβλήματα αυτά επιβαρύνουν άμεσα την οικονομία της Ε.Ε. καθώς το 99% του συνόλου των επιχειρήσεων το αποτελούν οι ΜΜΕ όπου:

- Δεν διαθέτουν τεχνογνωσία για τον χειρισμό διαφορετικών νομικών συστημάτων για το δίκαιο πωλήσεων
- Το κόστος εξαγωγών είναι μεγάλο σε σχέση με τον κύκλο εργασιών
- Το κόστος συναλλαγής μπορεί να ανέλθει το 7% του κύκλου εργασιών κάθε ΜΜΕ ετησίως
- Το κόστος για εξαγωγή σε 4 κράτη μέλη μπορεί να ανέλθει το 26% του κύκλου εργασιών ετησίως.

#### **8.4 ΠΩΣ ΕΠΩΦΕΛΟΥΝΤΑΙ ΟΙ ΜΜΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ**

Οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις αποκτούν την οικονομική δυνατότητα να επεκταθούν σε νέες αγορές. Το κόστος του διασυνοριακού ηλεκτρονικού εμπορίου μειώνεται αφού οι επιχειρήσεις δεν θα χρειάζεται πλέον να προσαρμόζουν τους ιστοτόπους τους στη νομοθεσία της εκάστοτε χώρας μέλους της ΕΕ στην οποία πραγματοποιούν πωλήσεις, έτσι δίνεται ώθηση στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου και γενικά στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες αποτελούν το 99% των επιχειρήσεων στην ΕΕ.

Συνολικά, το 71% των επιχειρήσεων ανέφερε ότι θα ήταν πολύ πιθανό να κάνει χρήση ενός ενιαίου δικαίου των συμβάσεων της ΕΕ για την πραγματοποίηση διασυνοριακών πωλήσεων στους καταναλωτές και το 70% για την πραγματοποίηση διασυνοριακών συναλλαγών με άλλες επιχειρήσεις

Σύμφωνα με δημοσίευση της Επιτροπής από μελέτες του Ευρωβαρομέτρου, οι επιχειρήσεις ανέφεραν ότι θα πραγματοποιούσαν περισσότερες εξαγωγές εάν υπήρχε ένα ενιαίο ευρωπαϊκό δίκαιο των συμβάσεων: οι μισές περίπου δήλωσαν ότι θα επέκτειναν τις

δραστηριότητές τους σε τουλάχιστον 3 επιπλέον χώρες (50% για πωλήσεις σε καταναλωτές και 48% για πωλήσεις σε άλλες επιχειρήσεις)

Το κοινό ευρωπαϊκό δίκαιο των πωλήσεων θα εξασφαλίζει στις επιχειρήσεις ασφάλεια δικαίου αφού θα βασίζονται σε ένα ενιαίο σύνολο κανόνων, το οποίο θα ίσχυε και στα 27 κράτη μέλη, για συμβάσεις πωλήσεων τόσο προς καταναλωτές όσο και προς άλλες επιχειρήσεις. Παρ' όλα αυτά η αρχή της ελευθερίας των συμβάσεων γίνεται σεβαστή διότι αμφοτέρωθεν τα μέρη θα πρέπει να συμφωνούν για την εφαρμογή της σύμβασης. Κανείς δεν υποχρεούται να χρησιμοποιήσει το κοινό Ευρωπαϊκό δίκαιο μόνον εφόσον τα οικονομικά πλεονεκτήματα είναι σημαντικότερα από το κόστος.

## **ΕΛΛΑΔΑ:**

Τ Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης:

Τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα του Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης 2000 - 2006 συγχρηματοδοτούνται από την Ευρωπαϊκή Ένωση, στο πλαίσιο των Δράσεων των Διαρθρωτικών Ταμείων, για την κοινωνική και οικονομική συνοχή και στοχεύουν στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας. Ενισχύονται επιχειρήσεις που επενδύουν αποκλειστικά σε τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών και θα ενισχυθούν επενδυτικά σχέδια ΜΜΕ - στους τομείς της Μεταποίησης, του Τουρισμού, της Εγνατίας Πληροφορικής καθώς και στο κλάδο του Τριτογενή Τομέα που αφορά Επιχειρήσεις Πληροφορικής - που αποσκοπούν:

- Στον εκσυγχρονισμό της διοίκησης των επιχειρήσεων και της διάθεσης των προϊόντων
- Στην αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών,
- Στην ανάπτυξη της καινοτομίας,
- Στη διαφοροποίηση και ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας.

Οι επενδυτικές προτάσεις των (ΜΜΕ) που θα ενταχτούν στα Μέτρα των οκτώ (8) Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων για επενδύσεις σε τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών, ενισχύονται με δημόσια επιχορήγηση, η οποία προέρχεται

κατά 30% από εθνικούς πόρους και κατά 70% από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (Ε.Τ.Π.Α.), Οι συνολικοί πόροι που θα διατεθούν από το Ελληνικό Δημόσιο και την Ευρωπαϊκή Ένωση ανέρχονται τα 11.158.000 €

Το Υπουργείο Οικονομίας, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας σε συνεργασία με τις Ψηφιακές ενισχύσεις Α.Ε δημιούργησαν το digi-content και το digi-retail.

Το digi-content που έχει ως στόχο την ενίσχυση της δημιουργίας ελληνικού ευρυζωνικού περιεχομένου (δυναμικού και πλούσιου), το οποίο να αξιοποιείται εμπορικά, ενισχύοντας τον τομέα των επιστημών, των εκδόσεων και της ενημέρωσης.

#### Σκοπός και Δράση:

- προϋποθέσεις για τεχνολογικό εκσυγχρονισμό ψηφιοποίησης περιεχομένου και ηλεκτρονικής διάθεσης υλικού από πολλαπλά κανάλια
- δυνατότητα βελτίωσης της ανταγωνιστικής τους θέσης αναφορικά με το περιεχόμενο και τις παρεχόμενες υπηρεσίες

Η δράση συμβάλλει γόνιμα στην επίτευξη των περισσότερων στόχων του ΕΠ «Ψηφιακή Σύγκλιση» και ιδιαιτέρως αυτών που συνδέονται με την στρατηγική της Λισσαβόνας και την agenda για την «Ευρώπη 2020».

Αναφέρεται στους κλάδους:

- Των εκδοτικών δραστηριοτήτων
- Των παροχών ενημερωτικού περιεχομένου
- Της διαχείρισης έντυπου
- Της διαχείρισης και εμπορικής διάθεσης οπτικοακουστικού αρχείου και υλικού.

**Κατηγορίες** ενεργειών που ενισχύονται :

Α. : Συστήματα, υπηρεσίες και εφαρμογές τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών για την ψηφιοποίηση και δημιουργία περιεχομένου(μέχρι 40% του επενδυτικού σχεδίου)

Β. : Υπηρεσίες και εφαρμογές επεξεργασίας, εμπλουτισμού, διαχείρισης και μετατροπής ευρυζωνικού πολυμεσικού περιεχομένου (μέχρι 30% του επενδυτικού σχεδίου)

Γ. : Συστήματα, υπηρεσίες και εφαρμογές ηλεκτρονικής διάθεσης ευρυζωνικού πολυμεσικού υλικού σε πολλαπλά κανάλια (μέχρι 20% του επενδυτικού σχεδίου)

Δ. : Υπηρεσίες προβολής και ενημέρωσης του κοινού μέσω Διαδικτύου, μέσω κοινωνικής δικτύωσης και άλλων ηλεκτρονικών μέσων (μέχρι 15% του επενδυτικού σχεδίου)

Ε. : Υπηρεσίες για την αξιοποίηση και εκμετάλλευση του ευρυζωνικού περιεχομένου, όπως ενδεικτικά δημιουργία πλάνου εμπορικής εκμετάλλευσης, υπηρεσίες μέτρησης της διάχυσης-διάδοσης του περιεχομένου κλπ (μέχρι 10% του επενδυτικού σχεδίου)

Το *digit-retail* έχει ως στόχο, τη βελτίωση της οικονομίας με την υλοποίηση στοχευμένων επενδύσεων στον τομέα του λιανικού εμπορίου. Με την αξιοποίηση των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών από τις επιχειρήσεις του κλάδου λιανικής, την βελτίωση των εσωτερικών διαδικασιών, αυξάνοντας την παραγωγικότητα, και ενίσχυση του κύκλου εργασιών του με το να απευθυνθούν σε μεγαλύτερο πλήθος δυνητικών πελατών.

Σκοπός και Δράση:

- Συνθήκες εξωστρεφούς ανάπτυξης και βελτίωσης της ανταγωνιστικής τους θέσης, με αξιοποίηση των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών,
- Δυνατότητα διαφοροποίησης του παρεχόμενου προϊόντος έναντι του ανταγωνισμού ώστε να δημιουργηθούν συνθήκες επέκτασης του κύκλου εργασιών τους, αξιοποιώντας προηγμένες τεχνολογίες και σχετικές υπηρεσίες,

- Ευκαιρίες βελτίωσης των πωλήσεων καθώς και προσωποποιημένης, σταθερής και ολοκληρωμένης προσέγγισης των πελατών, και
- Προϋποθέσεις μείωσης του κόστους λειτουργίας μέσω χρήσης τεχνολογιών πληροφορικής για την αυτοματοποίηση των διαδικασιών διαχείρισης αποθήκης, πωλήσεων, αγορών και εφαρμογής προωθητικών ενεργειών.

Αναφέρεται στους κλάδους:

- Επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου

**Κατηγορίες ενεργειών που ενισχύονται:**

**A.:** Αναδιοργάνωση και εξοικονόμηση πόρων, με αξιοποίηση τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών

**Ενδεικτικά Παραδείγματα:**

- Πλήρης αυτοματοποίηση και ηλεκτρονική παρακολούθηση προϊόντων και αποθεμάτων, με ηλεκτρονική έκδοση παραστατικών μέσω χρήσης φορολογικών μηχανισμών (ΕΑΦΔΣΣ)ή και φορολογικών εκτυπωτών (ΑΔΗΜΕ).

- Ηλεκτρονική τιμολόγηση (e-invoicing) ή/και έκδοση αποδείξεων λιανικής με ταυτόχρονη ηλεκτρονική αρχειοθέτηση σύμφωνα με την οδηγία 2001/115/ΕΚ της Ευρωπαϊκής Ένωσης και τον Ελληνικό ΚΒΣ

- Υπηρεσίες ηλεκτρονικών πληρωμών (e-payments)

- Αυτοματοποιημένη ανταλλαγή πληροφοριών για τη διακίνηση και διαθεσιμότητα προϊόντων μεταξύ υποκαταστημάτων, μέσω online επικοινωνίας

- Ηλεκτρονικός καθορισμός τιμών και σήμανσης (e-pricing) και δυναμική τιμολόγηση προϊόντων



- Ηλεκτρονική σήμανση ραφιοῦ (electronic shelf tags)
- Εφαρμογές RFID (π.χ. έξυπνο καλάθι προϊόντων κλπ)
- Υπηρεσίες ολοκληρωμένης διαχείρισης λιανικής(διαχείριση πελατολογίου, αυτοματοποίηση εφοδιαστικής αλυσίδας, διασύνδεση με ηλεκτρονικά πολυκαταστήματα)
- Εφαρμογές Business Intelligence για τη βελτίωση της ανάλυσης της καταναλωτικής συμπεριφοράς και την αποτελεσματικότερη εσωτερική οργάνωση

**B.** : Εξωστρέφεια – προώθηση – διεύρυνση κύκλου εργασιών με χρήση προηγμένων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών

**Ενδεικτικά Παραδείγματα:**

- Έξυπνες κάρτες επιβράβευσης πελατών (loyalty schemes και smart loyalty cards) για προσωποποιημένο marketing
- Ψηφιακή Σήμανση για την προβολή προϊόντων (Digital signage)
- Αυτόματες/ Έξυπνες προϊόντικές ετικέτες (smart tagging)
- Εφαρμογές και υπηρεσίες διαδραστικής επικοινωνίας και προώθησης που αξιοποιούν νέα τεχνολογικά εργαλεία και πλατφόρμες (διαδραστικές βιτρίνες, μέθοδοι marketing που αξιοποιούν συσκευές κινητής επικοινωνίας, Διαδικτυακές καμπάνιες ενημέρωσης και προβολής, Βελτιστοποίηση παρουσίας σε μηχανές αναζήτησης κλπ.)
- Υπηρεσίες Προώθησης, Προβολής και Διαφήμισης μέσω της αξιοποίησης μέσων εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης για τη διεύρυνση του πελατολογίου
- Δυναμική/ εξατομικευμένη προώθηση προϊόντων με ηλεκτρονικά μέσα
- Υπηρεσίες κατάρτισης εξατομικευμένων προτάσεων προς τους καταναλωτές, αξιοποιώντας παρελθούσες καταναλωτικές προτιμήσεις
- Εφαρμογές προώθησης συνδυασμένες με γεωγραφική πληροφόρηση (geo-location services)
- Ηλεκτρονικά κουπόνια, ή κουπόνια μέσω συσκευών κινητής επικοινωνίας (e-coupons, m-coupons).

Νομικά Πρόσωπα Ιδιωτικού Δικαίου:

Σύμβουλοι Επιχειρήσεων

Ειδικότερα:

- Σύμβουλοι Ανάπτυξης Επιχειρήσεων
- Σύμβουλοι Ανάκαμψης Επιχειρήσεων

Παρέχεται υποστήριξη σε θέματα ίδρυσης, εκσυγχρονισμού και επέκτασης με χρηματοδότηση των επενδυτικών έργων μέσω επιδοτήσεων και χορηγήσεων. Η επιλογή και η ενημέρωση συμβούλων μπορεί να γίνεται και μέσω διαδικτύου.

- Περιοδικά

Είναι περιοδικά έρευνας τεχνολογίας καινοτομίας που ενημερώνουν τις σύγχρονες επιχειρήσεις. Μπορεί να εκδίδονται μηνιαία ή ανά έτος και η συνδρομή και ενημέρωση μπορεί να γίνει και μέσω διαδικτύου δηλαδή οι επιχειρήσεις μπορούν να ενημερώνονται και μέσω διαδικτύου χωρίς να λαμβάνουν το περιοδικό.

Νομικά Πρόσωπα Δημόσιου Δικαίου:

Εκτός από :

- Δημόσιες Υπηρεσίες
- Υπουργεία
- Γραμματείες Υπουργείων

Που πληροφορούν τις επιχειρήσεις μέσω διαδικτύου για τα προγράμματα δράσης, τις προκηρύξεις και τις διαδικασίες ώστε να συμμετάσχουν οι ενδιαφερόμενοι.

Έχουν δημιουργηθεί:

- Διαδικτυακοί Κόμβοι

Οι οποίοι παρέχουν υπηρεσίες όπως : περιοδικά, επιστημονική και τεχνολογική πληροφόρηση, βιβλιοθήκες, συνεργασίες με Ν.Π.Ι.Δ., επιστημονικές δημοσιεύσεις κ.α

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

---

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία ασχοληθήκαμε με την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία. Προσπαθήσαμε να προσεγγίσουμε το θέμα αυτό όσο πιο σφαιρικά γίνεται και να το πλαισιώσουμε με όσο το δυνατό περισσότερες συγγενείς με το θέμα έννοιες και πληροφορίες. Ελπίζουμε να καταφέραμε και να δώσαμε στο θέμα αυτό την μεγαλύτερη δυνατόν προσέγγιση.

Δώσαμε μια πληθώρα στοιχείων και πληροφοριών σχετικά με την επιχειρηματικότητα, την έννοια του επιχειρηματία, την καινοτομία και τι αυτή περιλαμβάνει και επίσης προσεγγίσαμε έννοιες όπως η κοινωνία της πληροφορία αλλά ακόμα δώσαμε και πληροφορίες σχετικά με την χρηματοδότηση που μια επιχείρηση μπορεί να λάβει προκειμένου να αναπτύξει επαρκώς όλες τις καινοτόμες ιδέες της.

Αξίζει στο σημείο αυτό να αναφέρουμε για μια ακόμη και τελευταία φορά κάποιες από τις πιο σημαντικές έννοιες που περιλαμβάνονται στην εργασία αυτή.

Ως επιχειρηματικότητα μπορεί να οριστεί το σύνολο των δραστηριοτήτων που απαιτούνται για την ίδρυση μιας επιχείρησης ή και την επέκταση μιας επιχείρησης που ήδη δραστηριοποιείται στον χώρο της αγοράς. Σαφώς και η συμβολή της επιχειρηματικότητας είναι τεράστια στην ανάπτυξη μιας οικονομίας καθώς η δημιουργία μιας επιχείρησης έχει αναρίθμητα οφέλη διότι δίνει ώθηση στην παραγωγικότητα και την ανταγωνιστικότητα και εννοείται πως το πιο σημαντικό είναι ότι μειώνει την ανεργία καθώς δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας.

Να υπενθυμίσουμε λοιπόν ότι η καινοτομία αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της επιχειρηματικότητας. Καινοτομία σε μια επιχείρηση μπορεί να αποτελεί ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία, μια νέα μέθοδος παραγωγής, διακίνησης προϊόντων και εξυπηρέτησης πελατών, ακόμα και νέες μέθοδοι στην διαφήμιση της επιχείρησης, στην διοίκηση και την προβολή της. Η καινοτομία είναι ένα ισχυρό μέσο οικονομικής ανάπτυξης καθώς επιτρέπει την δημιουργία νέων αγορών αλλά και την ενίσχυση της θέσης ή την διατήρηση της υπάρχουσας θέσης μιας επιχείρησης σε μια οικονομία.

# ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

## ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

---

- «ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ & ΚΙΝΗΤΡΑ»

Charney, A. and Libecap, G.D. (2000), Impact of Entrepreneurship Education, Insights: A Kauffman Research Series, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, Kansas City, MO.

Chen, C.A., Greene, P.G. and Crick, A. (1998), “Does entrepreneurial efficacy distinguish entrepreneurs from managers?”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 13 No. 4, pp. 295-316.

Gatewood, E., Shaver, K., Powers, J. and Gartner, W. (2002), “Entrepreneurial expectancy, task effort, and performance”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 27 No. 2, pp. 187-206.

Packham, G., Miller, C., Jones, P. and Jones, A. (2007b), “Enterprise education and entrepreneurial intent: a European perspective”, 30th ISBE Conference, Glasgow, 7-9 November, p. 57.

Souitaris, V., Zebinati, S. and Al-Laham, A. (2007), “Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intentions of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 22 No. 4,

- «ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΠΡΟΘΕΣΕΙΣ»

Ajzen, I. (1985), “From intentions to actions: a theory of planned behavior”, in Kuhl, J. and Beckman, E. (Eds), *ActionControl: From Cognition to Behavior*, Springer, Heidelberg,

Ajzen, I. (1987), “Attitudes, traits and actions: dispositional prediction of behavior in personality and social psychology”, in Berkowitz, L. (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 20, Academic Press, New York, NY,

Ajzen, I. (1988), *Attitudes, Personality, and Behavior*, Dorsey Press, Chicago, IL.

Ajzen, I. (1991), "Theory of planned behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50 No. 1

Ajzen, I. and Fishbein, M. (1980), *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.

Alstete, J. (2002), "On becoming an entrepreneur: an evolving typology", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 8 No. 4,

Autio, E., Keeley, R., Klofsten, M. and Ulfstedt, T. (1997), "Entrepreneurial intent among students: testing an intent model in Asia, Scandinavia, and USA", in Sexton, D.L. and

Kasarda, J.D. (Eds), *Frontiers of Entrepreneurial Research*, Babson College Publications, Wellesley, MA,

Autio, E., Keeley, R.H., Klofsten, M., Parker, G. and Hay, M. (2001), "Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA", *Enterprise and Innovation Management Studies*, Vol. 2 No. 2,

Babrow, A.S., Black, D.R. and Tiffany, S.T. (1990), "Beliefs, attitudes, intentions, and a smoking-cessation program: a planned behavior analysis of communication campaign development", *Health Communication*, Vol. 2

Bandura, A. (1977a), "Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change", *Psychological Review*, Vol. 84,

Bandura, A. (1977b), *Social Learning Theory*, Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ.

Bandura, A., Adams, N., Hardy, A. and Howells, G. (1980), "Test of the generality of self-efficacy theory", *Cognitive Therapy and Research*, Vol. 4,

Bandura, A. (1982), "Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change", Psychological Review, Vol. 84,

## **ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

---

ΑΥΛΩΝΙΤΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ, ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, 2010, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΤΖΩΡΤΖΑΚΗ Μ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε

ΓΙΑΛΕΛΗΣ ΚΥΡΙΑΚΟΣ, ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΙΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ, 2011, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ

ΔΕΡΒΙΤΣΩΤΗΣ Ν. ΚΩΣΤΑΣ, ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ, 2007, ΝΟΜΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ ΑΕ, ΑΘΗΝΑ

ΔΟΥΣΗ Ε. (2001). "Η ΚΟΙΝΟΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΚΑΙ Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ"., ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΑΠΑΖΗΣΗ, ΑΘΗΝΑ.

ΘΕΡΙΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ, «ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ», ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ, 2005.

ΠΑΛΑΣΚΑΣ ΘΕΟΔΟΣΙΟΣ, ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΕ, 2003

ΠΑΠΑΔΑΚΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ «ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ: ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑ», ΤΟΜΟΣ Α ΘΕΩΡΙΑ, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΜΠΕΝΟΥ ΕΥΓ., 2007.

ΡΕΓΚΟΥΚΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΕ ΚΡΙΣΗ, 2010, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ

## ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

[www.express.gr](http://www.express.gr)

[www.wikipedia.gr](http://www.wikipedia.gr)

[www.ependyseis.gr](http://www.ependyseis.gr)

[www.antagonistikotita.gr](http://www.antagonistikotita.gr)

[www.capitalinvest.gr](http://www.capitalinvest.gr)

[www.espa.gr](http://www.espa.gr)

[www.taxheaven.gr](http://www.taxheaven.gr)

[www.circa.europa.eu](http://www.circa.europa.eu)

[www.isoqar.gr](http://www.isoqar.gr)

[www.mathra.gr/.../Elliniko\\_Systema\\_Metrisis\\_Antagonistikotitas](http://www.mathra.gr/.../Elliniko_Systema_Metrisis_Antagonistikotitas)

[www.sbbe.gr](http://www.sbbe.gr)

[www.europarl.europa.eu](http://www.europarl.europa.eu)

[www.ependyseis.gr/sub/ktp/taytotita.htm](http://www.ependyseis.gr/sub/ktp/taytotita.htm)

[www.europeanbusiness.gr](http://www.europeanbusiness.gr)

[www.kainotomeis.gr/article.aspx?id=1053#sthash.usbOSRCK.dpuf](http://www.kainotomeis.gr/article.aspx?id=1053#sthash.usbOSRCK.dpuf)

[www.eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0394:FIN:EN:HTML](http://www.eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0394:FIN:EN:HTML)

[www.translate.google.gr/translate?hl=el&langpair=en%7Cel&u=http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index\\_en.htm](http://www.translate.google.gr/translate?hl=el&langpair=en%7Cel&u=http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index_en.htm)

[www.ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/countries-sheets/2012/greece\\_el.pdf](http://www.ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/countries-sheets/2012/greece_el.pdf)

[www.syn.gr/programma/b15.htm](http://www.syn.gr/programma/b15.htm)

[www.eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0394:FIN:EN:HTML](http://www.eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0394:FIN:EN:HTML)

[www.translate.google.gr/translate?hl=el&langpair=en%7Cel&u=http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index\\_en.htm](http://www.translate.google.gr/translate?hl=el&langpair=en%7Cel&u=http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index_en.htm)

[www.syn.gr/programma/b15.htm](http://www.syn.gr/programma/b15.htm)

[www.europa.eu/rapid/press-release\\_IP-08-1003\\_el.htm](http://www.europa.eu/rapid/press-release_IP-08-1003_el.htm)

[www.circa.europa.eu/irc/opoce/fact\\_sheets/info/data/policies/smenterprises/article\\_7312\\_el.htm](http://www.circa.europa.eu/irc/opoce/fact_sheets/info/data/policies/smenterprises/article_7312_el.htm)

[www.eea.gr/docs/news/kla\\_08062012a.pdf](http://www.eea.gr/docs/news/kla_08062012a.pdf)

[www.miliarakispetros.gr/index.php/articlewriting/57](http://www.miliarakispetros.gr/index.php/articlewriting/57)

[www.europedia.moussis.eu/books/Book\\_2/6/17/01/04/index.tkl?lang=gr&all=1&pos=234&s=1&e=10](http://www.europedia.moussis.eu/books/Book_2/6/17/01/04/index.tkl?lang=gr&all=1&pos=234&s=1&e=10)

[www.espa.gr/elibrary/E9niko\\_Programma\\_Metarru9misewn\\_2011\\_14.pdf](http://www.espa.gr/elibrary/E9niko_Programma_Metarru9misewn_2011_14.pdf)  
[www.notion.gr/Custom/Resources/Files/Documents/SITE\\_ANAPTIKSIAKOU\\_ME\\_TROPO\\_POIHSEIS.pdf](http://www.notion.gr/Custom/Resources/Files/Documents/SITE_ANAPTIKSIAKOU_ME_TROPO_POIHSEIS.pdf)  
[www.systasi-consulting.gr/active-national-programmes/ependytikos-nomos-3908-11](http://www.systasi-consulting.gr/active-national-programmes/ependytikos-nomos-3908-11)  
[www.epixeirein.gr/2011/01/20/neos-anaptyxiakos/](http://www.epixeirein.gr/2011/01/20/neos-anaptyxiakos/)  
[www.fcnet.gr/gr/overview/?id=36](http://www.fcnet.gr/gr/overview/?id=36)  
[www.heliachamber.gr/ilia/articles/article.jsp?context=103&articleid=5132](http://www.heliachamber.gr/ilia/articles/article.jsp?context=103&articleid=5132)  
[www.epanad.gov.gr/](http://www.epanad.gov.gr/)  
[www.tempme.gr/](http://www.tempme.gr/)  
[www.startupgreece.gov.gr/el](http://www.startupgreece.gov.gr/el)  
[www.gsrt.gr/central.aspx?sId=120I466I1206I646I494306](http://www.gsrt.gr/central.aspx?sId=120I466I1206I646I494306)  
[www.antagonistikotita.gr//greek/](http://www.antagonistikotita.gr//greek/)  
[www.opengov.gr/ypoian/wp-content/uploads/downloads/2010/07/digicontent.pdf](http://www.opengov.gr/ypoian/wp-content/uploads/downloads/2010/07/digicontent.pdf)