

Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία
και επιδρώντες εξωτερικοί παράγοντες



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ
UNIVERSITY OF PATRAS

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
(πρώην Τμήμα Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής – Μεσολόγγι)

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ, ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ
ΕΠΙΔΡΩΝΤΕΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

ΜΑΓΔΑΛΗΝΟΣ ΘΕΟΦΑΝΗΣ-ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ

ΧΑΙΝΤΑΡΙ ΙΩΑΝΝΑ

ΚΕΡΑΜΙΔΑ ΧΡΥΣΟΥΛΑ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ

ΡΑΦΗΛΙΔΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ

ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2021

Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία
και επιδρώντες εξωτερικοί παράγοντες

Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία
και επιδρώντες εξωτερικοί παράγοντες

Περίληψη

Η παρούσα πτυχιακή εργασία έχει ως στόχο την ενδελεχή ανάλυση των εννοιών της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας καθώς επίσης την διερεύνηση της μεταξύ τους σχέσης. Συγκεκριμένα στο πρώτο κεφάλαιο αναλύονται η έννοια και ο ορισμός της επιχειρηματικότητας και απαριθμούνται τα χαρακτηριστικά στοιχεία της. Περαιτέρω, γίνεται λόγος για τα κίνητρα που ωθούν σε επιχειρηματική δράση καθώς και τα είδη της επιχειρηματικότητας. Επιπρόσθετα, σημαντική μνεία γίνεται στους εξωτερικούς παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική πρόθεση. Στο τελευταίο μέρος του κεφαλαίου αναλύονται η συμβολή της επιχειρηματικότητας, τα εμπόδια που εμφανίζονται κατά την έναρξη μιας επιχείρησης καθώς και οι πηγές χρηματοδότησης που διευκολύνουν την επιχειρηματική δράση.

Το δεύτερο κεφάλαιο πραγματεύεται την έννοια της καινοτομίας. Αναλύονται η έννοια καθώς και τα είδη καινοτομίας που συναντώνται στη βιβλιογραφία. Περαιτέρω απαριθμούνται όλες οι πηγές καινοτομίας, οι προσδιοριστικοί παράγοντες ανάπτυξης της καινοτομίας καθώς και όλες οι πηγές πληροφόρησης που αξιοποιούνται προς όφελος της καινοτομίας. Στη συνέχεια του κεφαλαίου αναλύονται όλοι οι λόγοι που καθιστούν την καινοτομία ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ενώ ταυτόχρονα αναλύονται τα οφέλη καθώς και τα εμπόδια που ανακύπτουν κατά τη διάρκεια καινοτόμων δράσεων. Επιπλέον, αναλύεται ο ρόλος της κυβέρνησης καθώς και η συνολική σημασία της καινοτομίας. Στο τελευταίο μέρος του κεφαλαίου προσδιορίζονται η διαδικασία της καινοτομίας, τα συστήματα καινοτομίας ενώ αναλύονται και ορισμένα υποδείγματα καινοτομίας.

Το τρίτο κεφάλαιο της εργασίας αφορά τη σύνδεση που υπάρχει μεταξύ των εννοιών της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας. Παράλληλα παραθέτει τις οικονομικές θεωρίες που έχουν αναπτυχθεί ανά τα χρόνια και αφορούν τόσο την επιχειρηματικότητα όσο και την καινοτομία. Επιπλέον, παρουσιάζεται η σχέση της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας με τους θεσμούς και την έννοια της εμπιστοσύνης.

Στο τέταρτο κεφάλαιο της εργασίας παρουσιάζονται οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Αρχικά γίνεται αναφορά στον ορισμό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και παρουσιάζονται συνοπτικά τα χαρακτηριστικά τους. Επιπρόσθετα, αναλύεται η θέση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην παγκόσμια αγορά και παράλληλα

απαριθμούνται τα δυνατά τους σημεία. Επίσης, αναλύονται οι τρόποι με τους οποίους μπορεί μια μικρομεσαία επιχείρηση να αποκτήσει και να διατηρήσει το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα. Ακόμα λαμβάνει χώρα μια σύντομη αναφορά στο θεσμικό και ρυθμιστικό πλαίσιο που ορίζει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Καταλήγοντας, αναλύεται η επίδραση της καινοτομικής δράσης στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Η ανάλυση αυτή εστιάζει στην επιτυχία και τους κινδύνους που μπορεί να κρύβουν οι καινοτομικές δραστηριότητες. Επιπλέον, παρουσιάζονται συνοπτικά οι λόγοι για τους οποίους είναι σημαντική η μέτρηση της καινοτομίας και οι τρόποι με τους οποίους αυτή πραγματοποιείται.

Στο πέμπτο κεφάλαιο γίνεται ανάλυση που αφορά τους παράγοντες του εξωτερικού περιβάλλοντος που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία. Επιπλέον παρουσιάζονται οι εξωτερικοί παράγοντες που επηρεάζουν την πορεία μιας μικρομεσαίας επιχείρησης και τη θέση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη σύγχρονη οικονομία.

Abstract

The aim of this dissertation is to analyze the concepts of entrepreneurship and innovation as well as to explore the relationship between them. Specifically, the first chapter analyzes the concept and definition of entrepreneurship and lists its characteristics. Furthermore, it talks about the motivations that drive business action as well as the types of entrepreneurship. In addition, the external factors that affect the business intention are discussed. The last part of the chapter presents the contribution of entrepreneurship, the obstacles that arise when starting a business as well as the sources of funding that facilitate business activity.

The second chapter discusses the concept of innovation. The types of innovation found in the literature are analyzed. It further lists the sources of innovation, the determinants of innovation development as well as the sources of information that are utilized for the benefit of innovation. The chapter then analyzes all the reasons that make innovation a competitive advantage while at the same time analyzing the benefits and the obstacles that arise during innovative ventures. In addition, the role of government and the importance of innovation are presented. The last part of the chapter identifies the innovation process, innovation systems and analyzes some innovation models.

The third chapter of the dissertation deals with the relationship between the concepts of innovation and entrepreneurship. It also lists the economic theories that have been developed over the years, regarding both entrepreneurship and innovation. In addition, it presents the relationship between entrepreneurship and innovation and institutions and the concept of trust.

The fourth chapter of the paper presents small and medium-sized enterprises. Initially, reference is made to the definition of small and medium enterprises and their characteristics are briefly presented. In addition, the position of small and medium-sized enterprises in the global market is analyzed and at the same time their strengths are listed. It also analyzes the ways in which a small and medium-sized enterprise can acquire and maintain its competitive advantage. There is also a brief reference to the institutional and regulatory framework that defines SMEs. Finally, the impact of innovative action on small and medium-sized enterprises is analyzed. This analysis focuses on the success and risks of innovative activities. In addition, the reasons why it

is important to measure innovation and the ways in which it is implemented are summarized.

Chapter five provides an analysis concerning the factors in the external environment that affect entrepreneurship and innovation. Further, the external factors affecting the development of an SME and the position of SMEs in the modern economy are presented.

Keywords: entrepreneurship, innovation, small and medium enterprises

Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία
και επιδρώντες εξωτερικοί παράγοντες

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη.....	4
Abstract	5
<u>Κεφάλαιο 1^ο : Επιχειρηματικότητα</u>	12
<u>1.1.Εισαγωγή</u>	12
<u>1.2.Η έννοια της Επιχειρηματικότητας</u>	13
<u>1.3.Χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας</u>	15
<u>1.4.Κίνητρα για επιχειρηματική δράση</u>	16
<u>1.5.Είδη επιχειρηματικότητας</u>	17
<u>1.6.Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική πρόθεση</u>	18
<u>1.6.1. Η οικονομική προσέγγιση</u>	18
<u>1.6.2. Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις</u>	19
<u>1.6.3. Γνωστική Προσέγγιση</u>	22
<u>1.6.4. Η Θεωρία της Συμπεριφοράς</u>	23
<u>1.6.5. Η Θεωρία της Προσωπικότητας</u>	24
<u>1.7.Η συμβολή και ο ρόλος της επιχειρηματικότητας</u>	25
<u>1.7.1.Επιχειρηματικότητα και ανταγωνιστικότητα</u>	25
<u>1.7.2.Επιχειρηματικότητα και οικονομική σταθερότητα</u>	27
<u>1.7.3.Επιχειρηματικότητα και οικονομική ανάπτυξη</u>	27
<u>1.8. Εμπόδια έναρξης μιας επιχείρησης</u>	28
<u>1.9.Πηγές χρηματοδότησης</u>	29
<u>1.9.1.Προσωπικές αποταμιεύσεις</u>	30
<u>1.9.2.Φιλικός και οικογενειακός κύκλος</u>	30
<u>1.9.3.Μικροπίστωση</u>	30
<u>1.9.4.Τράπεζες</u>	31
<u>1.9.5.Άλλες πηγές χρηματοδότησης</u>	31

<u>1.9.5.1.Επιχειρηματικοί Άγγελοι-Angel Investors</u>	31
<u>1.9.5.2.Κεφάλαια επιχειρηματικών κινδύνων</u>	32
<u>1.9.5.3.Κυβερνητικά Προγράμματα</u>	33
<u>1.10.Σύγχρονες τάσεις της επιχειρηματικότητας</u>	34
<u>Κεφάλαιο 2^ο : Καινοτομία</u>	36
<u>2.1.Εισαγωγή</u>	36
<u>2.2.Η έννοια της Καινοτομίας</u>	36
<u>2.3.Είδη καινοτομίας</u>	38
<u>2.4.Πηγές και προσδιοριστικοί παράγοντες ανάπτυξης καινοτομίας</u>	40
<u>2.5.Πηγές πληροφόρησης για καινοτομία</u>	42
<u>2.6.Η καινοτομία ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα</u>	43
<u>2.7.Οφέλη και εμπόδια καινοτομίας</u>	44
<u>2.8.Ο ρόλος της κυβέρνησης</u>	47
<u>2.9.Σημασία της καινοτομίας</u>	48
<u>2.10.Διαδικασία καινοτομίας</u>	49
<u>2.11.Συστήματα καινοτομίας</u>	49
<u>2.12.Υποδείγματα καινοτομίας</u>	52
<u>2.12.1.Γραμμικά υποδείγματα καινοτομίας</u>	52
<u>2.12.2.Το αλυσιδωτό υπόδειγμα</u>	52
<u>2.12.3.Το υπόδειγμα της ενδοεπιχειρησιακής διαδικασίας</u>	53
<u>2.12.4.Το υπόδειγμα της καινοτομίας στο σύστημα θεσμών και οργάνων</u>	53
<u>2.12.5.Το υπόδειγμα της καινοτομίας στο πλαίσιο βιομηχανικής συνοικίας</u>	53
<u>2.12.6.Το υπόδειγμα της καινοτομίας στο ψηφιακό περιβάλλον</u>	53
<u>Κεφάλαιο 3^ο</u>	54
<u>3.1.Σύνδεση επιχειρηματικότητας και καινοτομίας</u>	54
<u>3.2.Οικονομικές θεωρίες για την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία</u>	54

<u>3.3.Θεσμοί-Καινοτομία-Επιχειρηματικότητα</u>	56
<u>3.4.Εμπιστοσύνη-Καινοτομία-Επιχειρηματικότητα</u>	58
<u>3.5.Τρόποι στήριξης της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας</u>	61
<u>Κεφάλαιο 4^ο: Μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις</u>	63
<u>4.1.Μικρομεσαίες επιχειρήσεις: Δομή πληθυσμού</u>	63
<u>4.1.1.Μικρομεσαίες επιχειρήσεις και παγκόσμια αγορά</u>	63
<u>4.1.2.Δυνατά σημεία μικρών επιχειρήσεων</u>	64
<u>4.1.3.Πώς μια μικρή επιχείρηση μπορεί να γίνει ανταγωνιστική</u>	65
<u>4.2.Θεσμικό και κανονιστικό πλαίσιο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων</u>	66
<u>4.3.Ο ρόλος και η θέση της μικρομεσαίας επιχείρησης στη σύγχρονη οικονομία</u>	67
<u>4.4.Η επίδραση της καινοτομικής δράσης στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις</u>	69
<u>4.4.1.Η επιτυχία και οι κίνδυνοι</u>	69
<u>4.4.2.Η μέτρηση</u>	72
<u>Κεφάλαιο 5^ο: Εξωτερικοί παράγοντες που δρουν στην επιχειρηματικότητα και την καινοτομία</u>	74
<u>5.1.Παράγοντες εξωτερικού περιβάλλοντος που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία</u>	74
<u>5.1.1. Εξωτερικό Μάκρο-περιβάλλον</u>	74
<u>5.1.2. Εξωτερικό Μίκρο-περιβάλλον</u>	75
<u>5.2.Εξωτερικοί παράγοντες που επηρεάζουν το επιχειρηματικό οικοσύστημα</u>	77
<u>5.2.1. Οικονομία</u>	77
<u>5.2.2. Τάσεις και Τεχνολογία</u>	77
<u>5.2.3.Πελατειακή Βάση και ευκολία</u>	77
<u>5.2.4.Εργασία και απασχόληση</u>	78
<u>5.2.5. Διαφημιστική κίνηση</u>	78
<u>5.2.6.Φορολογία</u>	78

<u>5.2.7.Γραφειοκρατία</u>	79
<u>Επίλογος</u>	80
<u>Βιβλιογραφία</u>	82

Κεφάλαιο 1^ο: Επιχειρηματικότητα

1.1.Εισαγωγή

Είναι γεγονός ότι τις τελευταίες δεκαετίες το παγκόσμιο οικονομικό σύστημα έχει υποστεί σημαντικές μεταβολές με απόρροια την αύξηση και την αλλαγή των απαιτήσεων για ύπαρξη αναπτυγμένων και ανταγωνιστικών αγορών. Κατά τη δεκαετία του '70 επικράτησε η τάση των κρατικοποιήσεων και της εφαρμογής μοντέλων κεντρικού οικονομικού σχεδιασμού, ενώ η δεκαετία του '80 έμεινε στην οικονομική ιστορία ως η εποχή κατά την οποία οι κρατικές επιχειρήσεις ιδιωτικοποιούνται. Τέλος η δεκαετία του '90 χαρακτηρίζεται ως η εποχή της παγκοσμιοποίησης όπου εμφανίζεται έντονη η διάδοση της γνώσης καθώς και η ελευθερία μετακίνησης ανθρώπων, ζώων και προϊόντων. (Σκανδάλης, 2009)

Η ανάγκη για επιχειρηματικότητα αποτελεί το θεμέλιο λίθο ώστε να μπορέσει μια οικονομία να ανταποκριθεί στις εξελισσόμενες απαιτήσεις που φέρνει η παγκοσμιοποίηση ώστε να αφυπνιστεί το κοινωνικό και οικονομικό στερέωμα. Με άλλα λόγια, ανεξαρτήτως μεγέθους μιας επιχείρησης, για να μπορέσει να ανταπεξέλθει στις τρέχουσες εξελίξεις θα πρέπει να είναι σε θέση να προσαρμόζεται στις συνεχώς εξελισσόμενες προκλήσεις. (Κουλουριώτη, et al., 2012)

Ο όρος της επιχειρηματικότητας χρησιμοποιείται ευρέως στην καθημερινή ζωή, στην πολιτική γλώσσα έως και τις ακαδημαϊκές αναλύσεις ενώ έχει διαπιστωθεί πως η επιχειρηματικότητα σε συνδυασμό με άλλους παράγοντες επηρεάζει σημαντικά την οικονομική πορεία μιας χώρας. Συγκεκριμένα, είναι γεγονός πως η ανάληψη επιχειρηματικών δράσεων και πρωτοβουλιών που δεν περιορίζονται μόνο στη δημιουργία μιας επιχείρησης αλλά επεκτείνονται και στον εκσυγχρονισμό της, οδηγεί σε αύξηση του εθνικού πλούτου, παραγωγή τεχνογνωσίας, αύξηση ποσότητας και ποικιλίας προϊόντων και υπηρεσιών και ως εκ τούτου ύπαρξη νέων θέσεων εργασίας.(Ξανθουδάκης & Γεωργιακάκης, 2015)

1.2. Η έννοια της Επιχειρηματικότητας

Ενώ η συζήτηση γύρω από την επιχειρηματικότητα είναι έντονη εντούτοις ο ορισμός της επιχειρηματικότητας δεν έχει λάβει περιεχόμενο το οποίο να είναι κοινά αποδεκτό από όλους. Αυτό προκύπτει κυρίως από το γεγονός ότι ο επιχειρηματίας που ασκεί την επιχειρηματικότητα αναλόγως το μέγεθος της επιχείρησης, το είδος της επιχείρησης αλλά και τα μέσα που διαθέτει εφαρμόζει διάφορες στρατηγικές οι οποίες δεν επιτρέπουν τον πλήρη προσδιορισμό του ρόλου του. Για αυτό τον λόγο εμφανίζεται μια ποικιλία ορισμών που προσπαθούν να προσδιορίσουν επακριβώς το περιεχόμενο της επιχειρηματικότητας και οι οποίες έχουν σχηματιστεί βάση των απόψεων σημαντικών οικονομολόγων.

Ο Richard Cantillon μέσω του έργου του το 1755 είναι ο πρώτος που εισάγει την έννοια του επιχειρηματία παρουσιάζοντας το έργο του αλλά και τη σημαντικότητα του έργου του στην οικονομική ανάπτυξη. Στο βιβλίο του δίνεται έμφαση στο ρόλο της αβεβαιότητας και της ανάληψης κινδύνων για την πορεία και την εξέλιξη της . Αργότερα, ο Jean Baptiste Say συνθέτει έναν ορισμό σύμφωνα με τον οποίο η άσκηση της επιχειρηματικότητας περιλαμβάνει τον συνδυασμό και τον συντονισμό των παραγωγικών μέσων με στόχο την επιτυχή προσαρμογή της επιχείρησης στις συνθήκες αντιμετωπίζοντας τους κινδύνους που προκύπτουν. Ουσιαστικά ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει το ρίσκο και επενδύει κεφάλαιο με σκοπό την παραγωγή αγαθών μέσω του συντονισμού όλων των συντελεστών παραγωγής. (Σκανδάλης, 2009)

Ο Josef Schumpeter αποτελεί έναν από τους οικονομολόγους οι απόψεις των οποίων έχουν ασκήσει τη μεγαλύτερη επιρροή στην επιχειρηματικότητα. Συγκεκριμένα μέσα από το έργο του ορίζει τον επιχειρηματία ως εφευρέτη και φορέα αλλαγής. Υποστηρίζει ότι η επιχειρηματικότητα είναι ξεχωριστή οικονομική δραστηριότητα η οποία μπορεί να εντάξει την καινοτομία στην οικονομική διαδικασία. Επιπρόσθετα, σύμφωνα με τον Schumpeter ο επιχειρηματίας εκμεταλλεύεται την τεχνολογική και επιστημονική εξέλιξη εισάγοντας νέες ιδέες, προϊόντα ή υπηρεσίες με απώτερο σκοπό την παραγωγή και την κερδοφορία και όλη αυτή η δράση χαρακτηρίζεται από τον ίδιο ως «ενεργητική» συμβολή στον οικονομικό κύκλο της επιχείρησης. (Αϊντινιάν, 2020)

Για τον Kirzner σημαντικό ρόλο παίζουν οι ευκαιρίες που εμφανίζονται στην αγορά και κατά πόσο το άτομο που επιχειρεί μπορεί να τις αναγνωρίσει και να τις αξιοποιήσει. Ο επιχειρηματίας για να είναι ικανός να ανακαλύψει και να αξιοποιήσει μια ευκαιρία κέρδους θα πρέπει, σύμφωνα με τον Kirzner, να διαθέτει υψηλές γνώσεις και επαρκή

πληροφόρηση για τις συνθήκες που επικρατούν στην αγορά. (Βασιλάκης & Μουζάκης, 2010)

Μια, όχι τόσο αποδεκτή, άποψη περί επιχειρηματικότητας είναι αυτή που εκφράζει μέσω του έργου του ο Knight. Σύμφωνα με αυτή την άποψη, ο επιχειρηματίας συνδέεται στενά με την αβεβαιότητα και αυτό διότι, όπως υποστηρίζει, αν οι αλλαγές μπορούσαν να προβλεφθούν δεν θα υπήρχε ούτε κέρδος ούτε ζημία. Με άλλα λόγια στον οικονομικό κύκλο ζωής υπάρχουν κίνδυνοι οι οποίοι δεν είναι εφικτό ούτε να προβλεφθούν ούτε να αποφευχθούν, αλλά πρέπει να αντιμετωπιστούν. Δηλαδή ο Knight εισάγει έναν ορισμό ο οποίος παρουσιάζει μια «παθητική» συμπεριφορά πλευράς επιχειρηματία, γεγονός που δεν συμβαδίζει με τα δεδομένα που προκύπτουν από την εμπειρία και για αυτό το λόγο έχουν εκφραστεί έντονες αντιρρήσεις περί αυτού του ορισμού. (Κώστα, 2010)

Για τους Ferrel και Hirt (1993) η επιχειρηματικότητα συνδέεται με ένα άτομο ή μια ομάδα ατόμων τα οποίας ρισκάρουν την περιουσία τους ώστε να δημιουργήσουν καινοτόμα προϊόντα που θα τους αποφέρουν κέρδη ή νέους τρόπους υλοποίησης των διαδικασιών. Στο παρελθόν επιχειρηματίες ήταν εφευρέτες οι οποίοι διέθεταν και συνδύαζαν τους παραγωγικούς συντελεστές προς παραγωγή νέων αγαθών. Στο ίδιο μήκος κύματος κυμαίνονταν και οι Meredith, Nelson και Neck (1982) οι οποίοι μέσα από το έργο τους υποστήριξαν ότι οι επιχειρηματίες έχουν την ικανότητα να εντοπίζουν και να αξιολογούν τις ευκαιρίες που προκύπτουν, να συγκεντρώνουν τα απαραίτητα μέσα και τους αναγκαίους πόρους και να δρομολογούν όλες τις δράσεις για την εξασφάλιση της επιτυχίας.

Το συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι δεν υπάρχει μοναδική ή μονοσήμαντη απάντηση σχετικά με το τι είναι επιχειρηματικότητα. Ορισμένοι μελετητές ταυτίζουν την επιχειρηματικότητα με την καινοτομία, ενώ άλλοι την χαρακτηρίζουν ως μια διαρκή αναζήτηση και αξιοποίηση ευκαιριών. Επιπρόσθετα, στη βιβλιογραφία η επιχειρηματικότητα, εκτός των άλλων, έχει παρουσιαστεί ως η σωστή διαχείριση των παραγωγικών πόρων και ως διαδικασία υπολογισμού του κινδύνου και της αβεβαιότητας. Επομένως, η επιχειρηματικότητα είναι πολυδιάστατη έννοια η οποία κάνει την εμφάνιση σε διάφορα πλαίσια οικονομικά ή και άλλα και σε κάθε είδος οργάνωσης.

Κατά κύριο λόγο, η επιχειρηματικότητα αποτελεί νοοτροπία, είναι ένας τρόπος δημιουργίας και ανάπτυξης μιας οικονομικής δράσης και περιλαμβάνει έναν

συνδυασμό από ανάληψη κινδύνου, δημιουργικότητα και ορθή διαχείριση ενός νέου ή υφιστάμενου οργανισμού. Επιπρόσθετα αφορά την ικανότητα των ατόμων να αναγνωρίζουν ευκαιρίες και να τις αξιοποιούν προς οικονομικό όφελος. Η επιχειρηματικότητα είναι δυνατόν να αναπτυχθεί σε οποιοδήποτε τομέα της επιχείρησης, στους αυτοαπασχολούμενους και σε επιχειρήσεις ανεξαρτήτως μεγέθους. Για να χαρακτηριστεί μια επιχειρηματική ιδέα ως επιτυχής είναι αναγκαίο ο συνδυασμός μεταξύ δημιουργικότητας και χρηστής διαχείρισης καθώς και η ικανότητα προσαρμογής της επιχείρησης με σκοπό τη βέλτιστη ανάπτυξή της. (COM, 2003)

1.3.Χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας

Έχει ήδη πραγματοποιηθεί μια προσπάθεια ανάλυσης της έννοιας της επιχειρηματικότητας, ωστόσο η ανάλυση αυτή ανέδειξε τη πολυπλοκότητα της έννοιας και την αδυναμία σύνθεσης ενός συγκεκριμένου ορισμού που να καλύπτει όλους τους τομείς που εδράζει η έννοια της επιχειρηματικότητας. Εξαιτίας αυτής της πολυπλοκότητας εμφανίζεται δύσκολο το εγχείρημα δημιουργίας ενός πλαισίου χαρακτηριστικών που να ορίζουν την έννοια της επιχειρηματικότητας. Ενδεικτικά, κατά μια άποψη η επιχειρηματικότητα αφορά την προσεκτική ανάλυση της διαδικασίας ανακάλυψης ευκαιριών, της ορθής αξιολόγησης και αξιοποίησης τους ενώ κατά μια άλλη άποψη η επιχειρηματικότητα είναι η διαδικασία υλοποίησης των ευκαιριών που εμφανίζονται με περιορισμένους πόρους, αναλύοντας και μειώνοντας την αβεβαιότητα. Αποδεικνύεται επομένως ότι εμφανίζονται θεωρητικά κενά αναφορικά με ορισμένα στοιχεία της έννοιας (Βασιλάκης & Μουζάκης, 2010).

Οι περισσότεροι μελετητές, παρά την πολυπλοκότητα του όρου, συμφωνούν ως προς ορισμένα χαρακτηριστικά που φέρει η επιχειρηματικότητα. Συγκεκριμένα, υποστηρίζουν ότι η επιχειρηματικότητα ως χαρακτηριστικά φέρει τη διαδικασία ανακάλυψης και εκμετάλλευσης των ευκαιριών που εμφανίζονται, την ανάπτυξη πρωτοπόρων δραστηριοτήτων, την εύρεση των τρόπων με τους οποίους θα μειωθεί η αβεβαιότητα για την επίτευξη κέρδους, τα προσωπικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία, το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα καθώς και το οικονομικό περιβάλλον στο οποίο λαμβάνουν χώρα οι δραστηριότητες μιας επιχείρησης.

1.4.Κίνητρα για επιχειρηματική δράση

Τα κίνητρα τα οποία στρέφουν τα άτομα προς την επιχειρηματική δράση καθορίζονται βάση των προοπτικών που φέρουν τα άτομα αυτά για την επιχειρηματική

και επαγγελματική τους πορεία. Μια πρώτη διάκριση των κινήτρων που στρέφουν το άτομο προς την επιχειρηματικότητα είναι η κατηγοριοποίηση τους σε προσελκυστικά ή θετικά κίνητρα, σε ουδέτερα κίνητρα και σε απωθητικά ή αρνητικά κίνητρα.

Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει παράγοντες όπως το κέρδος, η κοινωνική καταξίωση, η αύξηση του εισοδήματος, η ανεξαρτησία και η επαγγελματική αυτονομία. Στα ουδέτερα κίνητρα συγκαταλέγονται η εξειδίκευση, το είδος των σπουδών και η επαγγελματική εμπειρία, ο παράγοντας της τύχης καθώς και ο παράγοντας της συνέχισης της οικογενειακής επιχείρησης. Τέλος τα απωθητικά κίνητρα περιλαμβάνουν παράγοντες που αφορούν την οικονομική κρίση, την ανεργία, την αναγκαστική μετανάστευση, την πρόωρη συνταξιοδότηση καθώς και τυχόν οικογενειακές ανάγκες. (Κορρές, 2015)

Άλλοι μελετητές όπως ο Gaddam καταγράφουν οκτώ κατηγορίες κινήτρων για επιχειρηματική δράση. Η πρώτη κατηγορία είναι τα οικονομικά κίνητρα και αφορούν την προσωπική ανταμοιβή που απολαμβάνει ένας επιχειρηματίας καθώς ο στόχος του είναι η ελαχιστοποίηση του κόστους και η αύξηση του κέρδους μέσω των επενδύσεων. Επόμενη κατηγορία αποτελούν οι ψυχολογικοί παράγοντες με έμφαση να δίνεται στην προσωπικότητα του ατόμου και πως αυτή μπορεί να καθορίσει τις αποφάσεις του σχετικά με μια επιχειρηματική δράση. (Σκανδάλης, 2009)

Εν συνεχεία το κοινωνικό πλαίσιο μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται το άτομο και από το οποίο επηρεάζεται, δηλαδή οι κοινωνικές προτιμήσεις και πεποιθήσεις των ατόμων, αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα ώθησης προς την επιχειρηματικότητα. Επιπλέον, περιβαλλοντικοί παράγοντες όπως οι διαθέσιμοι πόροι ή το γεωγραφικό περιβάλλον και δημογραφικοί παράγοντες (ηλικία, φύλο, μορφωτικό επίπεδο), επηρεάζουν σημαντικά τα άτομα ως προς την ανάληψη επιχειρηματικής δράσης.

Οι δυο τελευταίες κατηγορίες αφορούν τα πολιτιστικά και τα πολιτικά κίνητρα. Τα πολιτιστικά κίνητρα σχετίζονται με την κουλτούρα του ατόμου, δηλαδή με το σύνολο βασικών παραδοχών όπως αυτές έχουν αναπτυχθεί ή εφευρεθεί από ένα σύνολο ανθρώπων και αφορούν κοινές πεποιθήσεις, έθιμα και αξίες. Τα πολιτικά κίνητρα αναφέρονται στην πολιτική σταθερότητα που επικρατεί στην αγορά και τις νομοθετικές ρυθμίσεις περί φορολογίας. (Παπαθανασίου, 2021)

1.5.Είδη επιχειρηματικότητας

Από την ανάλυση της έννοιας της επιχειρηματικότητας προκύπτει ότι αποτελεί το μέσο με το οποίο αντιμετωπίζονται διάφορα προβλήματα που ανακύπτουν στο περιβάλλον της επιχείρησης. Τα προβλήματα αυτά μπορεί να αφορούν την έλλειψη ειδικευμένων στελεχών, υψηλά επίπεδα δυσλειτουργίας μεταξύ των τμημάτων του οργανισμού, εμπόδια στη ροή πληροφοριών και στη λήψη των αποφάσεων κλπ. Επιπρόσθετα η επιχειρηματικότητα βοηθά στη σωστή επιλογή των ατόμων και στη βέλτιστη αξιοποίηση των γνώσεων και των δεξιοτήτων των εργαζόμενων με στόχο την αύξηση της παραγωγικότητας της επιχείρησης. Σε αυτό το σημείο ακολουθεί ανάλυση των ειδών της επιχειρηματικότητας όπως παρουσιάζονται από τη βιβλιογραφία.

Ένα είδος επιχειρηματικότητας είναι η *αμιγής επιχειρηματικότητα* η οποία ασκείται μόνο με την προσωπική συμβολή του επιχειρηματία χωρίς να διατίθενται άλλα παραγωγικά μέσα όπως μηχανήματα. Η αμιγής επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες οι οποίες μπορούν να πραγματοποιηθούν μόνο από τον ίδιο τον επιχειρηματία όπως δραστηριότητες που αφορούν δημόσιες υπηρεσίες. Ωστόσο αυτό το είδος δεν χρησιμοποιείται σχεδόν καθόλου στην οικονομική ζωή και αυτό διότι πολύ συχνά ο επιχειρηματίας καλείται να αναλάβει δραστηριότητες τις οποίες θα μπορούσαν να υλοποιήσουν τρίτοι χωρίς να υπάρξει επίδραση στο αποτέλεσμα της επιχειρηματικότητας.(Γκαγκάτσιος & Λελεδάκης, 2008)

Επόμενο είδος επιχειρηματικότητας είναι η *μικτή επιχειρηματικότητα*. Η μικτή επιχειρηματικότητα λαμβάνει χώρα όταν ο επιχειρηματίας εκτελεί δραστηριότητες οι οποίες μπορούν να πραγματοποιηθούν είτε από άλλα άτομα είτε από φορείς της οικονομίας όπως διοικητικά στελέχη ή το τραπεζικό σύστημα. Το συγκεκριμένο είδος χωρίζεται σε δυο κατηγορίες, τη μικτή επιχειρηματικότητα των εργαζομένων και τη μικτή επιχειρηματικότητα των κεφαλαιούχων. Η επιχειρηματικότητα εργαζομένων ασκείται στις περιπτώσεις που ο επιχειρηματίας ιδρύει μια επιχείρηση και περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες που μπορούν να αναληφθούν από άλλα άτομα χωρίς να επηρεαστεί το αποτέλεσμα της επιχείρησης. Η επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων λαμβάνει χώρα όταν ο επιχειρηματίας διαθέτει κεφάλαια ώστε να προχωρήσει στην υλοποίηση της επιχειρηματικής του ιδέας.(Κώστα , 2010)

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι η επιχειρηματικότητα μπορεί να προκύψει από ένα μεμονωμένο άτομο αναπτύσσοντας μια νέα επιχείρηση, μπορεί όμως να υπάρξει και από στελέχη υπάρχουσας επιχείρησης.

1.6.Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική πρόθεση

Η ενότητα αυτή έχει ως στόχο την ανάλυση των διαφόρων προσεγγίσεων και θεωριών για την επιχειρηματική πρόθεση. Αυτές οι προσεγγίσεις και θεωρίες προσπαθούν να εξηγήσουν τους λόγους για τους οποίους ένα άτομο οδηγείται στην ίδρυση και ανάπτυξη επιχείρησης.

1.6.1. Η οικονομική προσέγγιση

Οι υποστηρικτές της οικονομικής προσέγγισης εστιάζουν την προσοχή τους στους περιβαλλοντικούς παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική πρόθεση και υποστηρίζουν ότι το εξωτερικό περιβάλλον δύναται να επηρεάσει το άτομο και να το οδηγήσει ή να το αποτρέψει από την ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Ταυτόχρονα, αποδέχονται ότι οι αντιλήψεις των ατόμων επηρεάζουν την ανακάλυψη, την αξιολόγηση και τη διερεύνηση των επιχειρηματικών ευκαιριών, ωστόσο υποστηρίζουν ότι αυτό αποτελεί μία αντίδραση στο πλαίσιο ενός ερεθίσματος που προέρχεται από το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται το άτομο. Με άλλα λόγια, το περιβάλλον είναι αυτό που δίνει τα ερεθίσματα στο άτομο και το οδηγεί στην επιχειρηματικότητα και στην ανακάλυψη επιχειρηματικών ευκαιριών. Επιπλέον, τα χαρακτηριστικά που οδηγούν στη δημιουργία επιχειρήσεων και σχετίζονται με το περιβάλλον είναι η διαθεσιμότητα πόρων, η παρουσία έμπειρων επιχειρηματιών, η διαθεσιμότητα εξειδικευμένου προσωπικού και η πρόσβαση σε προμηθευτές, πελάτες. (Gartner, 1985)

Η κυριότερη κριτική που ασκείται στην οικονομική είναι ότι δεν διασαφηνίζει με επάρκεια τους λόγους για τους οποίους ορισμένα μόνο άτομα γίνονται επιχειρηματίες καθώς στο ίδιο οικονομικό περιβάλλον δεν είναι εφικτό όλοι να ανακαλύψουν και να αξιοποιήσουν επιχειρηματικές ευκαιρίες, με αποτέλεσμα, να μην γίνονται όλοι επιχειρηματίες. Εξαιτίας αυτής της κριτικής ορισμένοι υποστηρικτές της δέχονται τη συμβολή νέων παραγόντων τους οποίους εντάσσουν στη διαδικασία δημιουργίας μιας επιχείρησης. Αυτοί οι παράγοντες είναι η προσπάθεια κατανόησης της αλληλεπίδρασης μεταξύ ενδογενών και εξωγενών παραγόντων με έμφαση τόσο στους εξωγενείς παράγοντες όσο και στα προσωπικά χαρακτηριστικά και τους ατομικούς παράγοντες του επιχειρηματία σε αλληλεπίδραση με το εξωγενές περιβάλλον(Αϊντινιάν, 2020).

1.6.2. Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις

Οι κοινωνιολογικές προσεγγίσεις αναφορικά με την επιχειρηματική πρόθεση υποστηρίζουν ότι το κοινωνικό περιβάλλον επηρεάζει σημαντικά τις επιλογές των ατόμων σχετικά με την επαγγελματική τους ενασχόληση και στην απόφασή τους για επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Κοινωνιολόγοι μελετητές θεωρούν ότι το κοινωνικό περιβάλλον επιτρέπει ή προωθεί την επιχειρηματικότητα οπότε η αναγνώριση των επιχειρηματικών ευκαιριών γίνεται εντός του κοινωνικού περιβάλλοντος του ατόμου. Γι' αυτό το λόγο συγκρίνοντας τις χώρες παρατηρούνται διαφορετικές μορφές επιχειρηματικότητας.

Επομένως τα δημογραφικά χαρακτηριστικά επηρεάζουν εξίσου την επιχειρηματική πρόθεση. Αυτά τα χαρακτηριστικά είναι η ηλικία, το φύλο, το ανθρώπινο κεφάλαιο δηλαδή το μορφωτικό επίπεδο και η εκπαίδευση, η επαγγελματική εμπειρία και η οικογένεια. Αυτά τα χαρακτηριστικά ορίζουν ή ενισχύουν την τάση του ατόμου για επιχειρηματική δράση και την ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών (Matthews&Moser, 1996).

Η κοινωνιολογική αυτή προσεγγίσει επιδιώκει να εξηγήσει τους λόγους για τους οποίους ορισμένα άτομα επιχειρούν υποστηρίζοντας ότι τα δημογραφικά χαρακτηριστικά μπορούν να συμβάλλουν στην ανάπτυξη ή στην αποτροπή επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Ωστόσο, ως προσέγγιση, δεν περιλαμβάνει άλλους σημαντικούς παράγοντες που αφορούν το οικονομικό περιβάλλον και τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας του κάθε ατόμου όπως το φύλο, η οικογένεια, το μορφωτικό επίπεδο και η εκπαίδευση, η εθνικότητα και γεωγραφικοί παράγοντες.

Το φύλο θεωρείται ένας από τους πιο καθοριστικούς παράγοντες της επιχειρηματικής πρόθεσης. Μελέτες ανά τον κόσμο έχουν αναδείξει ότι οι άνδρες εμφανίζουν πιο θετική στάση στο να ανοίξουν τη δική τους επιχείρηση συγκριτικά με τις γυναίκες. Επιπλέον το ενδιαφέρον των ανδρών για την ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων παραμένει αμείωτο, ενώ των γυναικών μειώνεται καθώς αυξάνεται η ηλικία τους (Matthews & Moser, 1996). Ακόμα, οι έρευνες έχουν αναδείξει διαφορές στην επιτυχία των επιχειρηματικών δράσεων ανάμεσα στα δυο φύλα. Αυτό υποστηρίζεται ότι συμβαίνει λόγω της στάσης που διατηρούν τα άτομα απέναντι στον επιχειρηματικό κίνδυνο. Πιο συγκεκριμένα, οι γυναίκες τείνουν να μην παίρνουν υψηλό ρίσκο, λόγω των κοινωνικοοικονομικών τους χαρακτηριστικών συγκριτικά με τους άντρες (Schiller&Crewson, 2007)

Αξίζει να σημειωθεί ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα έχει αυξηθεί σημαντικά, κυρίως στις χώρες του δυτικού κόσμου. Οι παράγοντες που συντελούν σε αυτό το φαινόμενο μπορεί να είναι το γεγονός ότι οι γυναίκες είναι πιθανό να αντιμετωπίζουν μισθολογικές διακρίσεις σε βάρος τους στην αγορά εργασίας, να έχουν μειωμένες ευκαιρίες ανάπτυξης δεξιοτήτων διοίκησης ανάληψης πρωτοβουλιών, επομένως το κόστος ευκαιρίας από την επιλογή της αυτό-απασχόλησης είναι χαμηλό και το ότι είναι επιφορτισμένες με την γέννηση και ανατροφή των παιδιών και τη φροντίδα του σπιτιού, οπότε προτιμούν την αυτό-απασχόληση, η οποία προσφέρει ευελιξία ωραρίου και επιτρέπει το συνδυασμό της οικογενειακής με την επαγγελματική ζωή (Boden, 1999).

Η δημιουργία οικογένειας είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την ανάληψη μιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας ενώ επιπλέον, το οικογενειακό υπόβαθρο αποτελεί καθοριστικό παράγοντα που ενθαρρύνει τα μέλη της οικογένειας να ασχοληθούν με την επιχειρηματικότητα. Τα υποδείγματα που προσπαθούν να ερμηνεύσουν τη σημασία του οικογενειακού υποβάθρου στην επιχειρηματική πρόθεση είναι δυο. Το πρώτο υπόδειγμα αφορά το μοντέλο του γονεϊκού ρόλου. Σύμφωνα με αυτό τα άτομα που έχουν αυτοαπασχολούμενους γονείς, παρουσιάζουν μεγαλύτερη πιθανότητα να αναπτύξουν επιχειρηματική δράση ακολουθώντας το παράδειγμα των γονέων καθώς έρχονται σε επαφή και επηρεάζονται από την επιχειρηματικότητα από νεαρή ηλικία. Το δεύτερο υπόδειγμα είναι αυτό της οικογενειακής υποστήριξης. Το εν λόγω υπόδειγμα περιγράφει το σύνηθες φαινόμενο της οικονομικής και κοινωνικής υποστήριξης των ατόμων που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά από τις οικογένειές τους (Αϊντινιάν, 2020).

Σε μελέτες που πραγματοποιήθηκαν προέκυψε ότι ο γονεϊκός ρόλος και ιδίως του πατέρα, επηρεάζει σημαντικά την μετέπειτα επιχειρηματική πρόθεση των ατόμων. Επιπλέον το επάγγελμα των γονέων αποτελεί σημαντικό παράγοντα καθώς επηρεάζει εξίσου σημαντικά τις στάσεις και τις προτιμήσεις ενός ατόμου για επιχειρηματική δράση. Εξάλλου δεν είναι λίγα τα εμπειρικά δεδομένα που αναδεικνύουν ότι πολλοί επιχειρηματίες τείνουν να προέρχονται από οικογένειες που έχουν μια παράδοση στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Επομένως, ο τρόπος που έχουν μεγαλώσει τους κάνει να σκέφτονται και να αποφασίζουν επιχειρηματικά. Ταυτόχρονα όμως, είναι σημαντικό ο επιχειρηματίας να ωθείται και από προσωπική επιθυμία σε επιχειρηματική δραστηριότητα (Αϊντινιάν, 2020).

Άλλες μελέτες ανέδειξαν τη σχέση που συνδέει το κοινωνικοοικονομικό οικογενειακό υπόβαθρο του ατόμου με την ανάπτυξη επιχειρηματικότητας. Αυτό σημαίνει ότι η οικονομικοκοινωνική κατάσταση της οικογένειας, μπορεί να επιδράσει θετικά ή ανασταλτικά ως προς την απόφαση του ανθρώπου να εμπλακεί με τις επιχειρηματικές δραστηριότητες. Ένα άτομο το οποίο ζει σε ένα οικογενειακό περιβάλλον όπου οι πόροι είναι χαμηλοί είναι εξαιρετικά δύσκολο το να ιδρύσει την δική του επιχείρηση, δίχως τα απαραίτητα χρηματικά κεφάλαια (Καραγιάννης, 1999; Σκανδάλης, 2009).

Το ανθρώπινο κεφάλαιο εμπεριέχει το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων καθώς και ορισμένα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας, τα οποία δεν μπορούν να εκτιμηθούν ή να μετρηθούν με ακρίβεια ώστε να συμπεριληφθούν σε κάποιο οικονομετρικό υπόδειγμα. Έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί για την εκτίμηση αυτών των χαρακτηριστικών έχουν συναντήσει σημαντικούς περιορισμούς. Ωστόσο θεωρείται ότι ορισμένα χαρακτηριστικά προσωπικότητας, όπως η ανάπτυξη πρωτοβουλιών, η εξωστρέφεια, το αίσθημα της αυτοπεποίθησης, η εφευρετικότητα και η δεκτικότητα απέναντι σε νέες εμπειρίες είναι πιθανό να οδηγούν τα άτομα στην αυτό-απασχόληση.

Το εκπαιδευτικό υπόβαθρο συντελεί σημαντικά και σε μεγάλο βαθμό διαμόρφωσης της επιχειρηματικότητας σε μια κοινωνία. Το επίπεδο εκπαίδευσης, βοηθάει τον εν δυνάμει επιχειρηματία να αναλύσει τα δεδομένα και να προβεί σε εκτιμήσεις για την επιχειρηματική ιδέα βασιζόμενος σε ρεαλιστικά και αντιπροσωπευτικά της πραγματικότητας στοιχεία (Αϊντινιάν, 2020)

Ωστόσο, εμπειρικές αναλύσεις δεν έχει επιβεβαιώσει κάποια σχέση μεταξύ του επιπέδου εκπαίδευσης και της ανάπτυξης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών αν και έχει παρατηρηθεί ότι όσο αυξάνεται το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων η απόφαση ανάληψης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών εξαρτάται από τη στάση τους απέναντι στον κίνδυνο. Πιο συγκεκριμένα, τα άτομα με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, είναι πιθανότερο να αποστρέφονται τον κίνδυνο και άρα να μην επιλέγουν την αυτό-απασχόληση.

Αναφορικά με τους γεωγραφικούς παράγοντες που επηρεάζουν την προθυμία των ατόμων για επιχειρηματική δράση να σημειωθεί ότι δεν είναι όλες οι περιοχές μιας χώρας εξίσου κατάλληλες και ευνοϊκές για τη δημιουργία και εκμετάλλευση επιχειρηματικών ευκαιριών. Κάθε περιοχή μπορεί να υποστηρίξει συγκεκριμένο είδος παραγωγικής δραστηριότητας, το οποίο εξαρτάται από τους παραγωγικούς συντελεστές και από τους διαθέσιμους πόρους της περιοχής, ιδιαίτερα τους φυσικούς.

Επιπρόσθετα, περιφέρειες που έχουν τη δυνατότητα να χρηματοδοτηθούν και να δημιουργήσουν τις κατάλληλες υποδομές, βελτιώνουν σε σημαντικό βαθμό τις συνθήκες κάτω από τις οποίες θα αναπτύξουν την επιχειρηματικότητα στην περιοχή δραστηριοποίησης τους (Κορρές, 2015).

Τέλος, ένας ακόμα σημαντικός παράγοντας για την ανάπτυξη επιχειρηματικής δράσης μέσα στα πλαίσια της κοινωνίας, είναι η εθνικότητα του επιχειρηματία. Μελέτες αναδεικνύουν ότι συγκεκριμένες εθνικότητες, παρουσιάζουν ένα πολύ μεγάλο ποσοστό αυτό-απασχόλησης και επιχειρηματικότητας σε σχέση με άλλες. Ιδιαίτερα όταν αυτές οι εθνικότητες, δραστηριοποιούνται ως μειονότητες ή μετανάστες μέσα σε άλλες κοινωνίες, επιδεικνύουν αξιοσημείωτες επιχειρηματικές ικανότητες. Επικρατούν επίσης, απόψεις και ερμηνείες, που θεωρούν ότι η τάση για επιχειρηματικότητα σε ορισμένους λαούς, είναι έμφυτη και αποτέλεσμα μιας επιχειρηματικής κουλτούρας, που έχει δημιουργηθεί μέσα στους αιώνες. (Kerr & Mandorff, 2019)

1.6.3. Γνωστική Προσέγγιση

Η γνωστική προσέγγιση εκφράζει την άποψη ότι οι αποφάσεις ενός ατόμου για να δράσει ή όχι επιχειρηματικά, οφείλονται στον τρόπο με τον οποίο το ίδιο αντιλαμβάνεται την πραγματικότητα, ο τρόπος με τον οποίο κατανοεί την πραγματικότητα τον ωθεί στη λήψη της απόφασης για επιχειρηματική δράση (Bridge, et al., 2003). Επομένως, η επιλογή της επιχειρηματικής δράσης γίνεται με βάση την αξιολόγηση της πραγματικότητας από το ίδιο το άτομο και την αξιολόγηση των ικανοτήτων του για την επίτευξη του στόχου, με βάση τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται για την πραγματοποίηση αυτής της επιλογής. Άρα μία σημαντική πτυχή της προσέγγισης αυτής αποτελεί το εάν το άτομο κρίνει τον εαυτό του επαρκή και ικανό για να δράσει επιχειρηματικά (Αϊντινιάν, 2020).

Επίσης, η πρόθεση του ατόμου για επιχειρηματική δράση μπορεί να επηρεάζεται από περιβαλλοντικούς παράγοντες. Ουσιαστικά πρόκειται για τις αντιλήψεις και τις απόψεις που εμφανίζει η κοινωνία για την επιχειρηματικότητα. Όταν η επιχειρηματικότητα βρίσκεται ψηλά στην εκτίμηση της κοινωνίας, ευνοείται η ανάπτυξή της. Επομένως ο τρόπος σκέψης αναφορικά με τη δράση του επιχειρηματία επηρεάζεται από την κοινωνική ελκυστικότητα της απόφασής του να ασχοληθεί με την επιχειρηματικότητα. Η κοινωνική ελκυστικότητα είναι συνάρτηση της γενικότερης κοινωνικής αποδοχής της πιθανής απόφασής του και του ενδιαφέροντος του

επιχειρηματία για την αποδοχή αυτή (Αϊντινιάν, 2020). Άρα η κοινωνική υποστήριξη επηρεάζει σημαντικά την ικανότητα των επιχειρηματιών να αντιμετωπίσουν τα εμπόδια και τις δυσκολίες που προκύπτουν από την έναρξη μιας επιχείρησης.

1.6.4. Η Θεωρία της Συμπεριφοράς

Η θεωρία της συμπεριφοράς ερευνά την επιχειρηματική πρόθεση με γνώμονα το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται το άτομο. Επομένως εξετάζει την συμπεριφορά του ατόμου στα πλαίσια του περιβάλλοντος αυτού. Ο βασικός παράγοντας που παρακινεί το άτομο να αναπτύξει επιχειρηματική δραστηριότητα είναι η εκδήλωση της επιθυμίας για επιτυχία και επιτεύγματα, σε σχέση με τα πρότυπα που επικρατούν στο περιβάλλον του. Η θεωρία της συμπεριφοράς έχει δύο προσεγγίσεις. Κατά τη μια προσέγγιση η έμφαση δίνεται στα χαρακτηριστικά του ατόμου που μπορούν να επιδράσουν θετικά ή αρνητικά στην επιχειρηματική του πρόθεση, όπως η εμπιστοσύνη που έχει στον εαυτό του, ο ενθουσιασμός που επιδεικνύει, η διάθεση για ανεξαρτησία, η θετική διάθεση, οι αντιλήψεις και η στάση απέναντι στο ρίσκο. Η άλλη προσέγγιση εστιάζει στην αλλαγή της συμπεριφοράς του ατόμου στα διάφορα επιχειρησιακά στάδια. Υποδηλώνει ότι μόνο όταν μεσολαβήσει κάποιο γεγονός το άτομο οδηγείται προς τη δράση και επηρεάζεται από τους πόρους που διαθέτει για το σκοπό αυτό (επιχειρηματικές ιδέες, δίκτυα υποστήριξης, τεχνικές δεξιότητες, εμπειρία και χρηματοδότηση) (Αϊντινιάν, 2020)

1.6.5. Η Θεωρία της Προσωπικότητας

Πολλές έρευνες έχουν στραφεί στη μελέτη των ενδογενών παραγόντων που οδηγούν ορισμένα άτομα στην επιχειρηματική δράση. Η θεωρία της προσωπικότητας εισάγει ψυχολογικές μεταβλητές, προσωπικά χαρακτηριστικά και δημογραφικούς παράγοντες ως ερμηνευτικά εργαλεία για τις διαφορές στην επιχειρηματική δραστηριότητα, υποστηρίζοντας ότι η προσωπικότητα και τα εν γένει χαρακτηριστικά αυτής μπορούν να εξηγήσουν τους λόγους για τους οποίους τα άτομα στρέφονται στην επιχειρηματικότητα, καθώς επίσης γιατί κάποιοι επιχειρηματίες είναι περισσότερο επιτυχημένοι συγκριτικά με άλλους. Με άλλα λόγια, η θεωρία υποστηρίζει ότι η προσωπικότητα του ατόμου είναι πολυδιάστατη και παρουσιάζει ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά, μέσω των οποίων μπορούν να ερμηνευτούν οι λόγοι που τα οδηγούν ή όχι στην ίδρυση επιχειρήσεων (Brockhaus&Horwitz, 1986).

Άλλη μια άποψη που στηρίζεται στη θεωρία της προσωπικότητας είναι ότι η ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας προσδιορίζεται από τις ψυχολογικές δυνάμεις των ίδιων των επιχειρηματιών και λιγότερο από τους παράγοντες του εξωτερικού περιβάλλοντος (οικονομικές, κοινωνικές, πολιτικές και τεχνολογικές δυνάμεις). Με άλλα λόγια, η ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας οφείλεται κυρίως στο μεγάλο βαθμό επιθυμίας και πίστης στις δυνατότητες και στις δυνάμεις που εμφανίζουν ορισμένα άτομα. Αντίστοιχα, τα άτομα εκείνα που στηρίζονται περισσότερο στις δυνάμεις του εξωτερικού περιβάλλοντος δεν χρησιμοποιούν ιδιαίτερα τις δικές τους δυνάμεις για την υλοποίηση μιας επιχειρηματικής ιδέας αλλά βασίζονται στο οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον, στην υποστήριξη του κράτους, στο θεσμικό και νομοθετικό πλαίσιο κ.λπ.(Rotter, 1966).

Άλλοι μελετητές διαχωρίζουν αυτά τα χαρακτηριστικά σε έμφυτα, δηλαδή χαρακτηριστικά με τα οποία κάποιος γεννιέται επιχειρηματίας και σε εκείνα που μπορούν να αποκτηθούν και άρα μπορούν να δημιουργήσουν έναν επιχειρηματία. Ως έμφυτα χαρακτηριστικά θεωρούνται η δημιουργικότητα και καινοτομία, η διορατικότητα, η ικανότητα να εμπνέει άλλους, η σύλληψη ιδεών και η υψηλή ενεργητικότητα σε συνδυασμό με την συναισθηματική σταθερότητα, ενώ ως χαρακτηριστικά πως μπορούν να αποκτηθούν θεωρούνται οι υψηλές ηγετικές ικανότητες, η ανάγκη για επιτυχία, για επίτευξη προσωπικών στόχων και η εσωτερική δύναμη ελέγχου(Timmons, 1994)

Ωστόσο η θεωρία της προσωπικότητας έχει δεχτεί έντονη κριτική. Ο πρώτος λόγος αφορά τον διαχωρισμό των χαρακτηριστικών. Οι αντικρουόμενοι της θεωρίας υποστηρίζουν ότι δεν υπάρχει βεβαιότητα αναφορικά με το εάν τα έμφυτα χαρακτηριστικά μπορούν να καταστήσουν αναγκαίως ένα άτομο ικανό για επιχειρηματική δράση και επιπλέον αν τα χαρακτηριστικά που απαιτούνται είναι δυνατόν να κατακτηθούν. Ο δεύτερος λόγος αφορά την παράλειψη του εξωτερικού περιβάλλοντος στη μελέτη της συμπεριφοράς του ατόμου καθώς και άλλων παραγόντων όπως η μάθηση και η τύχη(Αϊντινιάν, 2020).

Τέλος οι Hisrich και Peters (1998) κατηγοριοποιούν τις ποικίλες δεξιότητες οι οποίες θεωρούνται ως απαραίτητες να διαθέτει ο επιχειρηματίας, σε τεχνικές δεξιότητες, που περιλαμβάνουν την τεχνική διαχείριση και τις οργανωτικές δεξιότητες, σε επιχειρηματικές δεξιότητες διαχείρισης, που περιλαμβάνουν το σχεδιασμό, τη λήψη αποφάσεων, το μάρκετινγκ και τις λογιστικές ικανότητες και σε προσωπικές

επιχειρηματικές δεξιότητες, που περιλαμβάνουν τον εσωτερικό έλεγχο, την καινοτομία και την ανάληψη κινδύνου(Hisrich&Peters, 1998).

1.7.Η συμβολή και ο ρόλος της επιχειρηματικότητας

Το ενδιαφέρον των αναλυτών για τη συμβολή της επιχειρηματικότητας είναι αρκετά παλιό και εντοπίστηκε για πρώτη φορά στην αρχαία κλασική οικονομική γραμματεία και αργότερα στους σχολαστικούς του μεσαίωνα και τους εμποροκράτες. Εν συνεχεία, με την εμφάνιση του φιλελευθερισμού και των νεότερων παραλλαγών του η επιχειρηματικότητα αναγνωρίστηκε ως μια λειτουργία παραγωγής και προσφοράς στην οικονομία μοναδικών υπηρεσιών.

1.7.1.Επιχειρηματικότητα και ανταγωνιστικότητα

Έχοντας υπόψη το υπόδειγμα του πλήρους ανταγωνισμού, οι παραγωγοί έχουν τέλεια πληροφόρηση αναφορικά με τις συνθήκες που επικρατούν στην αγορά. Ειδικότερα, γνωρίζουν τις τιμές στις αγορές των εκροών και των εισροών, ποια είναι η τεχνολογία θεωρείται ως κάλλιστης πρακτικής, τις ποιότητες των παραγωγικών συντελεστών, γνωρίζουν ότι μπορούν να εισέλθουν και να εξέλθουν από την αγορά χωρίς κόστος, και, τέλος ότι οι πληροφορίες που έχουν για όλα τα πιο πάνω είναι κοινώς διαθέσιμες με την έννοια ότι τις γνωρίζουν όλοι οι παραγωγοί. Κάτω από δημιουργείται μια κατάσταση όπου η διαδικασία του ανταγωνισμού έχει τελειώσει. Άρα δεν υπάρχει ανάγκη επιχειρηματικότητας.

Ωστόσο είναι ενδιαφέρον τι συμβαίνει πριν οι δυνάμεις του ανταγωνισμού ωθήσουν την αγορά στην ιδεατή κατάσταση της μακροχρόνιας ισορροπίας. Στην αγορά επικρατεί ανταγωνισμός με κυρίαρχους παράγοντες τον επιχειρηματία και την επιχειρηματικότητα. Αρχικά, η πληροφόρηση δεν διατίθεται δωρεάν. Αντίθετα είναι η ακριβής πληροφόρηση απαιτεί δαπανηρές διαδικασίες, ενώ ταυτόχρονα οι πληροφορίες που μπορεί να επιθυμεί ένας βρίσκονται διαφορετικά κατανεμημένες μεταξύ των ανταγωνιστών από τους οποίους μπορεί να ελπίζει ότι θα μάθει. Επομένως, λόγω αδυναμίας πλήρους και ανέξοδης πληροφόρησης ταυτόχρονα απ' όλους τους παραγωγούς της τιμής των εισροών, δημιουργείται η ευκαιρία σε όσους έχουν η νομίζουν ότι έχουν καλύτερη πληροφόρηση να δράσουν επιχειρηματικά. Επομένως, το συμπέρασμα που μπορεί να εξαχθεί είναι ότι η επιχειρηματικότητα είναι ταυτόσημη με τον βαθμό του ανταγωνισμού που εκδηλώνεται στις αγορές. Αν επομένως η

επιχειρηματικότητα είναι εύρωστη οι αγορές είναι ανταγωνιστικές, και αντιστρόφως (Μπήτρος, 2004).

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το υπόδειγμα του μονοπωλίου, σύμφωνα με το οποίο υπάρχει και λειτουργεί μια και μοναδική επιχείρηση. Στο υπόδειγμα αυτό η κατάσταση της αγοράς στην αρχική της φάση χαρακτηρίζεται από ανυπαρξία ανταγωνιστικότητας, ωστόσο στην πορεία αυτό αλλάζει. Ένας λόγος που συντελείται αυτή η αλλαγή στην ανταγωνιστικότητα είναι ότι σε όλες σχεδόν τις χώρες υπάρχουν νόμοι οι οποίοι απαγορεύουν την εγκαθίδρυση και εκμετάλλευση ιδιωτικών μονοπωλίων. Ένας άλλος λόγος είναι ο δυνητικός ανταγωνισμός. Πρόκειται για επιχειρήσεις οι οποίες στα όρια της νομιμότητας των διατάξεων περί δικαιωμάτων ευρεσιτεχνίας προσφέροντας στην αγορά υποκατάστατα των μονοπωλιακών προϊόντων και επιφέροντας συρρίκνωση των μονοπωλιακών κερδών. Τέλος, βάση της ιστορίας και της βιβλιογραφίας είναι γεγονός ότι τα ιδιωτικά μονοπώλια δεν κατάφεραν να διατηρηθούν πέραν από ένα ορισμένο βραχύ χρονικό διάστημα. Επομένως, στην περίπτωση του μονοπωλίου, ενώ ο επιχειρηματίας αρχίζει τη δραστηριότητά του χωρίς ανταγωνισμό, σύντομα βρίσκεται στο δρόμο του πολλούς ανταγωνιστές οι οποίοι ελκυσόμενοι από τα μονοπωλιακά κέρδη προσπαθούν και συνήθως καταφέρνουν να μπουν στην αγορά (Γκαγκάτσιος & Λελεδάκης, 2008)

Συμπερασματικά, η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας αποτελεί ακρογωνιαίο λίθο στη διαμόρφωση μιας ανταγωνιστικής και προοδευουσας οικονομίας και αυτό διότι στην αγορά επικρατεί ατελής και δαπανηρή πληροφόρηση οπότε η διάρθρωσή της ακολουθεί αναγκαστικά κάποιο πρότυπο ατελούς ανταγωνισμού. Σ' αυτές τις μορφές αγοράς η επιχειρηματικότητα οδηγεί σε περαιτέρω επιτάχυνση της επιχειρηματικότητας και το ίδιο συμβαίνει με την ανταγωνιστικότητα.

1.7.2.Επιχειρηματικότητα και οικονομική σταθερότητα

Είναι γεγονός ότι η καπιταλιστική οικονομία παραμένει ακλόνητη παρά τις κρίσεις που έχει περάσει ανά τα χρόνια. Η άποψη περί αυτού υποστηρίζει ότι η καπιταλιστική οικονομία διαθέτει εξισορροπητικούς μηχανισμούς όπως είναι η επιχειρηματικότητα.

Με την εγκαθίδρυση μιας καινοτομίας στην αγορά αυτή αρχίζει να αποκτά μερίδιο, επομένως οι χρήστες της παλαιάς τεχνολογίας θα έρθουν αντιμέτωποι με μείωση των κερδών τους, οπότε θα προβούν σε όλες τις απαραίτητες ενέργειες για να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα. Οι ενέργειες αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν

μείωση των τιμών για διατήρηση των υπαρχόντων πελατών, καταβολή αποζημίωσης για την απόκτηση των δικαιωμάτων χρήσης της καινοτομίας ή ακόμα και προσπάθεια απομίμησης της καινοτομίας. Επομένως, η καπιταλιστική οικονομία στηρίζεται στους λίγους καινοτόμους επιχειρηματίες για τεχνολογική πρόοδο και στους πολλούς απομιμητές για σταθερότητα.(Μπήτρος, 2004).

Ωστόσο, πρέπει να σημειωθεί ότι η επιχειρηματικότητα δεν είναι γενικά σταθεροποιητική. Ο βαθμός που συμβάλλει η επιχειρηματικότητα σε κάθε οικονομία και η κατεύθυνση προς την οποία τη στρέφει εξαρτάται από τη διάρθρωση των κινήτρων, δηλαδή τους κανόνες του επιχειρηματικού παιχνιδιού που διαθέτει. Για να αποφέρει η επιχειρηματικότητα τα επιθυμητά της αποτελέσματά από τη σκοπιά του κοινωνικού συνόλου, χρειάζεται να υπάρχει ένα σταθερό πλαίσιο κανόνων το οποίο να παρέχει ένα σωστό μίγμα κινήτρων(Γκαγκάτσιος & Λελεδάκης, 2008).

1.7.3.Επιχειρηματικότητα και οικονομική ανάπτυξη

Όσο η αγορά εξελίσσεται και μεγαλώνει δημιουργούνται επικερδείς ευκαιρίες για τους επιχειρηματίες ώστε να εισάγουν καινοτομίες στην οργάνωση και στην τεχνολογία της παραγωγής. Αποτέλεσμα της εισαγωγής αυτής είναι η αύξηση του καταμερισμού της εργασίας στην επιχείρηση η οποία με τη σειρά της οδηγεί σε αύξηση της παραγωγικότητας. Για να υπάρξει θετική σχέση μεταξύ της επιχειρηματικότητας και της οικονομικής ανάπτυξης είναι αναγκαίο να ικανοποιούνται τόσο οι παράγοντες που συντείνουν στη μεγέθυνση της οικονομίας όσο και ο μηχανισμός μέσω του οποίου οι επιχειρηματίες αντιλαμβάνονται και εκμεταλλεύονται τις επιχειρηματικές ευκαιρίες (Μπήτρος, 2004).

Ο κύριος παράγοντας που επηρεάζει θετικά τη μεγέθυνση της οικονομίας είναι το διεθνές εμπόριο. Οι καινοτομίες που επιχειρούνται από κάποιες επιχειρήσεις δημιουργούν θετικές γνωσιολογικές εξωτερικότητες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ίδιο κλάδο, με τρεις συνέπειες. Οι όμορες επιχειρήσεις μειώνουν το κόστος παραγωγής, βελτιώνουν την ικανότητα τους ως προς την εδραίωση καινοτομικών δράσεων και ταυτόχρονα αυξάνονται οι οικονομίες κλίμακας. Οπότε η θεαματική αύξηση της υλικής ευημερίας των τελευταίων 200 ετών αποτελεί απόδειξη για τη σημασία της επιχειρηματικότητας στην οικονομική ανάπτυξη.

1.8. Εμπόδια έναρξης μιας επιχείρησης

Στον επιχειρησιακό κόσμο τα τελευταία χρόνια έχει σημειωθεί σημαντική πρόοδος, ωστόσο οι δυσκολίες έναρξης μιας επιχείρησης συνεχώς αυξάνονται. Συγκεκριμένα το κόστος δημιουργίας μιας νέας επιχείρησης και ο χρόνος ολοκλήρωσης της είναι αρκετά υψηλά και επομένως λειτουργούν αποτρεπτικά ως προς την έναρξη ενός νέου εγχειρήματος. Ενδεικτικά, στην Ελλάδα απαιτούνται 15 μέρες και 1.101 ευρώ για τη σύσταση μιας νέας επιχείρησης, ενώ σε άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης απαιτούνται 8 ημέρες και 417 ευρώ. (Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών, 2010)

Τα σημαντικότερα εμπόδια που επηρεάζουν την έναρξη μιας επιχείρησης είναι για αρχή οι απαιτήσεις για κεφάλαια. Τα ποσά που απαιτούνται είναι αρκετά υψηλά και αποτελούν ανασταλτικό παράγοντα για την έναρξη ενός εγχειρήματος. Συνδυαστικά με τις απαιτήσεις σε κεφάλαια λειτουργούν το ύψος της φορολογίας και κοινωνικές και ασφαλιστικές επιβαρύνσεις αποθαρρύνοντας τους εν δυνάμει επιχειρηματίες να προβούν σε έναρξη της επιχείρησης που επιθυμούν. (Κουλουριώτη, et al., 2012)

Επιπλέον, τα εμπόδια για την έναρξη μιας επιχείρησης μπορεί να είναι νομικής φύσης και πιο συγκεκριμένα διοικητικές δυσκολίες και γραφειοκρατία. Η γραφειοκρατία χαρακτηρίζεται ως ο κορυφαίος ανασταλτικός παράγοντας για την έναρξη μιας επιχείρησης. Στη δύσκολη περίοδο που διανύει η κοινωνία, κρίνεται απαραίτητο να γίνει προσπάθεια με στόχο την ανάκαμψη και την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας και για την καταπολέμηση της ανεργίας. Η προσπάθεια αυτή θα πρέπει να περιλαμβάνει πρακτικές παρεμβάσεις αναφορικά με την άρση των γραφειοκρατικών δυσκολιών για τη σύσταση μιας επιχείρησης και την ενίσχυση της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης μέσω της διαδικτυακής παροχής του συνόλου των δημόσιων υπηρεσιών, που απαιτούνται για τη σύσταση μιας νέας επιχείρησης (Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών, 2010).

Άλλοι παράγοντες που επιδρούν αρνητικά στην έναρξη μιας επιχείρησης είναι ο έντονος ανταγωνισμός που οξύνει την αβεβαιότητα αναφορικά με την πορεία της επιχείρησης, η έλλειψη υποστήριξης προς τους νέους επιχειρηματίες και η έλλειψη υποδομών ώστε να λάβουν χώρα επιχειρηματικές δραστηριότητες. Επιπρόσθετα, μεγάλες εταιρείες δημιουργούν στρατηγικά εμπόδια ώστε να είναι σε θέση να διατηρούν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα (Κουλουριώτη, et al., 2012).

Η δυσκολία σύστασης μιας νέας επιχείρησης επηρεάζεται σημαντικά από την ποικιλομορφία των συστημάτων που διαθέτουν τα διάφορα κράτη-μέλη. Για την

αντιμετώπιση αυτών των εμποδίων απαιτείται η θέσπιση ενός ενιαίου συστήματος για τη σύσταση των επιχειρήσεων βάση του οποίου η διεκπεραίωση της διαδικασίας θα γίνεται σταδιακά και θα είναι δυνατή η δημιουργία μιας επιχείρησης εντός 48 ωρών. Να σημειωθεί ότι το 1997 εκδόθηκε για πρώτη φορά σύσταση αναφορικά με τα απαιτούμενα μέτρα για την επιτάχυνση και την απλοποίηση των διαδικασιών εκκίνησης μιας εταιρίας, ενώ το 2000 ο Χάρτης για τις Μικρές Επιχειρήσεις περιελάμβανε διαδικασίες ανάπτυξης με λιγότερο κόστος αλλά ταχύτερες ως ένα από τα στοιχεία στα οποία δίνουν έμφαση οι πολιτικές των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Επομένως η αντιμετώπιση αυτών των δυσκολιών αποτελεί μέρος της πολιτικής της Επιτροπής για παραπάνω από δέκα χρόνια.

1.9.Πηγές χρηματοδότησης

Από το πρώτο στάδιο της σύλληψης του επιχειρηματικού σχεδίου μέχρι το τελευταίο που είναι η διάθεση του προϊόντος ή της υπηρεσίας είναι αναγκαία η συνεχής ενίσχυση της επιχείρησης με κεφάλαια προκειμένου η παραγωγική διαδικασία να συνεχίζει απρόσκοπτα. Τα κεφάλαια αυτά προέρχονται από διαφορετικές πηγές χρηματοδότησης και οι οποίες χωρίζονται σε εσωτερικές και εξωτερικές. Οι εσωτερικές πηγές αφορούν πηγές κεφαλαίου που ανακτώνται από το εσωτερικό της επιχείρησης ενώ οι εξωτερικές αφορούν παράγοντες στους οποίους προσφεύγουν οι επιχειρηματίες προς ανεύρεση κεφαλαίων. Η εσωτερική χρηματοδότηση επιφέρει μικρότερο κόστος για την επιχείρηση συγκριτικά με την εξωτερική.

1.9.1.Προσωπικές αποταμιεύσεις

Οι προσωπικές αποταμιεύσεις του επιχειρηματία αποτελούν μια από τις εσωτερικές χρηματοδοτήσεις της εταιρείας. Αποτελεί σημαντική πηγή κεφαλαίων ιδίως κατά τα πρώτα χρόνια έναρξης της επιχείρησης ενώ η διαθεσιμότητα αυτής της πηγής χρηματοδότησης τείνει να διαφέρει από εταιρεία σε εταιρεία καθώς είναι ανάλογη της οικονομικής κατάστασης του επιχειρηματία και της κερδοφορίας της επιχείρησης. Επιπλέον εμφανίζει μικρότερο κόστος αφού δεν δημιουργείται κόστος διαμεσολάβησης, γεγονός που επιδρά θετικά στη χρηματοδότηση επενδύσεων. (Παπαγεωργίου, 2010)

1.9.2.Φιλικός και οικογενειακός κύκλος

Μια άλλη εσωτερική πηγή χρηματοδότησης της επιχείρησης αποτελούν ο φιλικός και οικογενειακός κύκλος του επιχειρηματία. Ωστόσο ο φιλικός και οικογενειακός κύκλος αποτελεί περισσότερο μέσο βοήθειας παρά είδος επένδυσης, ενώ ταυτόχρονα φαίνεται πως τα άτομα του στενού κύκλου του επιχειρηματία συνήθως δεν συμβάλλουν με κάποιο μέσο ώστε να δημιουργηθούν δυνατότητες εμπορικών διασυνδέσεων που ίσως φανούν χρήσιμες για την επιχείρηση και την επίτευξη των στόχων της.

1.9.3.Μικροπίστωση

Η μικροπίστωση εμφανίστηκε και προβλήθηκε ως μια εναλλακτική πρακτική για την εξασφάλιση χρηματοδοτήσεων για άτομα από κοινωνικά ευπαθείς ομάδες και την κοινωνική οικονομία. Ουσιαστικά, μικροπίστωση είναι η χορήγηση ή η διαμεσολάβηση για την έκδοση μικρών δανείων σε άτομα τα οποία δεν προορίζονται για παραδοσιακά τραπεζικά δάνεια. Η χρηματοδότηση αυτή αποσκοπεί στην χρηματοδότηση προγραμμάτων αυτοαπασχόλησης με στόχο τη βελτίωση του οικονομικού και βιοτικού επιπέδου των εν λόγω δανειοληπτών. Στις χώρες της Δυτικής Ευρώπης η μικροπίστωση κατέλαβε έδαφος με τη σύναψη πρωτοκόλλων συνεργασίας, μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, οργανώσεων ή ενώσεων πολιτών με τραπεζικά ιδρύματα. Η μικροπίστωση στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Ένωσης δεν σημαίνει εξάλειψη των απαιτήσεων για παροχή εγγυήσεων. Με την πάροδο των χρόνων η μέθοδος της μικροπίστωσης εισήχθη στους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς της κλασικής τραπεζικής εντάσσοντας τα προγράμματα των τραπεζών σε προγράμματα μικροπίστωσης. Η μικροπίστωση αποτελεί τρόπο χρηματοδότησης κυρίως μικρών επιχειρήσεων που απαιτούν υψηλά κεφάλαια για την έναρξη και ταυτόχρονα δεν αποφέρουν υψηλό ρίσκο αποτυχίας(Παπαγεωργίου, 2010).

1.9.4.Τράπεζες

Η στροφή προς την τραπεζική χρηματοδότηση λαμβάνει χώρα σε μεταγενέστερα στάδια του αρχικού. Αυτό συμβαίνει διότι, ο στόχος ενός χρηματοοικονομικού ιδρύματος είναι να διασφαλίσει τα κεφάλαια που παρέχει σε μια επιχείρηση. Επομένως, οι τράπεζες εμφανίζονται να αποφεύγουν τη χρηματοδότηση αβέβαιων και πρώιμων σχεδίων. Οι δράσεις που βρίσκονται σε αρχικό στάδιο χαρακτηρίζονται ως υψηλά ρισκοκίνδυνες. Εάν σημειώσουν επιτυχία θα επιφέρουν υψηλή απόδοση άρα και οφέλη,

αν όμως σημειώσουν αποτυχία οι συνέπειες μπορεί να επιφέρουν την απώλεια των πάντων. Στα αρχικά στάδια οι επιχειρήσεις εμφανίζουν την ανάγκη συχνών εισροών σε μικρές ποσότητες κεφαλαίου για ορισμένο χρονικό διάστημα. Το χαρακτηριστικό αυτό συγκρούεται με τα συμφέροντα των τραπεζικών ιδρυμάτων, ωστόσο κάποιες φορές ο τραπεζικός δανεισμός επιτυγχάνεται με τη χρήση διάφορων εγγυήσεων από πλευράς επιχείρησης.

Οι περισσότερες τράπεζες έχουν ως πολιτική να εξωτερικεύουν τον κίνδυνο που μπορεί να έχει μια χρηματοδότηση και να τον μεταφέρουν στους πελάτες. Οι τρόποι που το επιτυγχάνουν αυτό είναι είτε χρησιμοποιώντας επιτόκιο το οποίο αποτιμά τα υποβαλλόμενα σχέδια τιμολογώντας τις διάφορες προτάσεις με διαφορετικό βαθμό κινδύνου, είτε με δανεισμό που βασίζεται σε βραχυχρόνιο ή κυρίως ορίζοντα με υψηλότερα επιτόκια, είτε με αξίωση μεγαλύτερων εγγυήσεων όταν πρόκειται για δανεισμό σε εγχειρήματα που εμπεριέχουν κίνδυνο υψηλότερο του μέσου.(Παπαγεωργίου, 2010)

1.9.5.Άλλεςπηγέςχρηματοδότησης

1.9.5.1.Επιχειρηματικοί Άγγελοι-AngelInvestors

Με στόχο την εξεύρεση πηγών χρηματοδότησης, οι επιχειρηματίες προσπαθούν να προσελκύσουν άτυπους επενδυτές, οι οποίοι ονομάζονται επαγγελματικοί άγγελοι (angelsinvestors). Οι επενδυτές αυτοί είναι κυρίως ιδιώτες οι οποίοι εμφανίζουν ενδιαφέρον για τη χρηματοδότηση επιχειρήσεων που εμφανίζουν υψηλό κίνδυνο και κυρίως το ενδιαφέρον τους στρέφεται σε επιχειρήσεις που βρίσκονται στα πρώτα στάδια της ανάπτυξης τους. Οι επιχειρηματικοί άγγελοι στοχεύουν στο να επωφεληθούν από τις υψηλές αποδόσεις που ενδεχομένως θα προκύψουν από τη συγκεκριμένη επένδυση. Οι εμπλοκή των επιχειρηματικών αγγέλων μπορεί να είναι υψίστης σημασίας προκειμένου να εξασφαλιστούν κι άλλες πηγές χρηματοδότησης, ενδεχομένως από κάποιο τραπεζικό σύστημα. Οι επιχειρηματικοί άγγελοι αποτελούν μια καλή πρακτική χρηματοδότηση καθώς φέρουν υψηλά επίπεδα επενδυτικής, διοικητικής και επιχειρηματικής ανταγωνιστικής ικανότητας ενώ εμπλέκονται προσωπικά στην χάραξη στρατηγικής της επιχείρησης στην οποία θα επενδύσουν. Να σημειωθεί ότι οι επενδυτικοί άγγελοι επιχειρούν να καλύψουν τα κενά των ιδίων κεφαλαίων ώστε να εξελιχθεί η επιχείρηση. Η πραγματοποίηση της συγκεκριμένης επένδυσης δεν απαιτεί τους ελέγχους και τις εγγυήσεις που ζητούν τα τραπεζικά

ιδρύματα καθώς η ειδοποιός διαφορά εντοπίζονται στην προσωπική σχέση του επενδυτή αγγέλου με τον επιχειρηματία (Παπαγεωργίου, 2010).

1.9.5.2.Κεφάλαια επιχειρηματικών κινδύνων

Τα κεφάλαια επιχειρηματικών κινδύνων ή κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capital) αποτελούν ένα μέσο χρηματοδότησης κυρίως νεοσύστατων επιχειρήσεων ή και μεγαλύτερων που βρίσκονται σε ώριμο στάδιο. Τα Venture Capitals αποτελούν φυσικά ή νομικά πρόσωπα που πραγματοποιούν τέτοιες επενδύσεις, δηλαδή μια ομάδα επενδυτών οι αποφάσεις των οποίων ενέχουν επιχειρηματικά ρίσκα. Εταιρείες οι οποίες στρέφονται προς τα venture capitals αντιμετωπίζουν υψηλό κίνδυνο όποτε αυτά τα κεφάλαια αποτελούν το μοναδικό μέσο χρηματοδότησης τους, καθώς δεν υπάρχουν άλλες πηγές που να εγκρίνουν χρηματοδότηση εξαιτίας της δυσμενής θέσης που βρίσκονται οι συγκεκριμένες εταιρείες. Συνήθως επιλέγονται εταιρείες οι οποίες δραστηριοποιούνται στον κλάδο της τεχνολογίας χωρίς αυτό να είναι δεδομένο και απαραίτητο. Ο κύριος κανόνας των venture capitals θέλει τις επιχειρήσεις να παρουσιάζουν προοπτικές ανάπτυξης μεγαλύτερες από τα κανονικά επίπεδα. Ένα κύριο χαρακτηριστικό των venture capitals είναι ότι αποσκοπούν σε μακροπρόθεσμη σταθερότητα και βιωσιμότητα της εταιρείας. Να σημειωθεί ότι εταιρείες οι οποίες χρηματοδοτούνται μέσω venture capitals τείνουν να εμφανίζουν εντυπωσιακά αποτελέσματα συγκριτικά με τους ανταγωνιστές τους. στην Ελληνική αγορά η ανάπτυξη του θεσμού των venture capitals προσέκρουσε σε πολλά εμπόδια, καθώς από τη μία τα venture capitals στρέφονται προ ώριμες και με χαμηλότερο ρίσκο επιχειρήσεις και από την άλλη υπάρχει και η δυσπιστία των επιχειρηματιών. Ωστόσο, εταιρείες επιλέγουν τη χρηματοδότηση μέσω venture capitals για να επιτύχουν την τελική ανάπτυξή τους πριν την εισαγωγή τους στο χρηματιστήριο(Νάστου, 2014).

1.9.5.3.Κυβερνητικά Προγράμματα

Όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω, τα πιστωτικά ιδρύματα συντελούν στην ανάπτυξη της οικονομίας και συμβάλουν στην ανάπτυξη και προώθηση των επενδύσεων, είτε αυτόνομα είτε σε συνεργασία με άλλους φορείς και υπηρεσίες. Η Ένωση Ελληνικών Τραπεζών έχει εκφράσει ως πρόταση την μεγαλύτερη συμμετοχή των τραπεζών σε όλα τα στάδια εφαρμογής του Επενδυτικού Νόμου αποσκοπώντας στην απλούστευση και την επιτάχυνση της διαδικασίας. Με στόχο την πιο γρήγορη διοχέτευση των διαθέσιμων κεφαλαίων οι τράπεζες δημιουργούν συνεργασία με την Ελληνική

Αναπτυξιακή Τράπεζα και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων. Μερικά από τα χρηματοδοτικά και εγγυοδοτικά προϊόντα που προωθήθηκαν είναι (Απαλίδη, 2019):

1. Επιχειρηματική Επανεκκίνηση του Ταμείου Επιχειρηματικότητας (TEPIX)
2. Cosme
3. Νησιωτική επιχειρηματικότητα
4. Horizon 2020
5. Ταμείο Εγγυοδοσίας
6. Jeremie

Η συνεργασία των τραπεζών με την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων είχε ως αποτέλεσμα την υπογραφή σύμβασης με τις τράπεζες της χώρας που ανέρχεται σε ύψους 400 εκατομμύρια ευρώ. Επιπρόσθετα, σε συνεργασία με το Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας αναπτύχθηκαν και προωθήθηκαν τα προγράμματα Εξοικονόμηση κατ' οίκον I & II ενώ σχετικά με την ενίσχυση της στεγαστικής πίστης, οι τράπεζες δημιούργησαν συνεργασίες με τον Οργανισμό Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού.

Αναφορικά με την Ευρωπαϊκή Ένωση, η Γενική Διεύθυνση Εσωτερικής Αγοράς, Βιομηχανίας, Επιχειρηματικότητας και Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων συνεργάζεται με την Ένωση συμβάλλοντας στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Τα προγράμματα που έχουν δημιουργηθεί είναι τα εξής (Annual Activity Report, 2016):

1. Πρόγραμμα ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων και τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (COSME) (2,3 δισ. Ευρώ)
2. Πρόγραμμα έρευνας και καινοτομίας, «Ορίζοντας 2020», συμπεριλαμβανομένων των δραστηριοτήτων για το διάστημα, τις πρώτες ύλες και την καινοτομία στις MME (3,6 δισ. Ευρώ)
3. Πρόγραμμα δορυφορικής πλοήγησης (Galileo/EGNOS) (7,1 δισ. Ευρώ)
4. Πρόγραμμα παγκόσμιας γεωλογικής παρατήρησης (Copernicus) (4,3 δισ. Ευρώ)

1.10.Σύγχρονες τάσεις της επιχειρηματικότητας

Αρκετά χρόνια πριν η επιχειρηματικότητα οριζόταν ως η ταύτιση της διαχείρισης και της άριστης κατανομής των παραγωγικών πόρων με σκοπό την μεγιστοποίηση του κέρδους της επιχείρησης. Ωστόσο, στην έννοια της επιχειρηματικότητας δεν

περιλαμβανόταν το κομμάτι που δίνει έμφαση στην ανάληψη πρωτοβουλιών και λήψη αποφάσεων από τον επιχειρηματία με στόχο την καλύτερη εξέλιξη και διαμόρφωση του οικονομικού περιβάλλοντος. Δηλαδή, ο επιχειρηματίας χαρακτηρίζεται ως ένας παθητικός δέκτης ο οποίος δέχεται τις αλλαγές που δημιουργούνται στο εσωτερικό και εξωτερικό του περιβάλλον και αντιδρά χωρίς να ασκεί κάποια ιδιαίτερη επιρροή για να αλλάξει την οποιαδήποτε ενδεχόμενη κατάσταση.

Οι νεότερες εξελίξεις και αλλαγές που επήλθαν ως απόρροια της παγκοσμιοποίησης και της τεχνολογικής επανάστασης κυρίως στους τομείς της πληροφόρησης και της επικοινωνίας οδήγησαν στην αύξηση της διενέργειας της επιχειρηματικότητας καθώς και του βαθμού ανάπτυξης της στις σύγχρονες οικονομίες.

Στη σύγχρονη βιβλιογραφία η επιχειρηματικότητα σχετίζεται με τη συνεχή αναζήτηση για οικονομική δραστηριότητα σε διαφορετικά πεδία δράσης με τον επιχειρηματία να έχει κεντρικό ρόλο στην αναπτυξιακή διαδικασία, στην ύπαρξη οράματος από τον επιχειρηματία για νέες δραστηριότητες, τη μετάδοση αυτού στους συνεργάτες του έτσι ώστε να αισθάνονται χρήσιμοι και αποδοτικοί, την ανάληψη του επιχειρηματικού κινδύνου-ρίσκου από τον επιχειρηματία, τον καθορισμό στόχων και σχεδίων καθώς και την ικανότητα υλοποίησής τους σε ορισμένο χρονικό διάστημα. Επιπλέον, περιλαμβάνει τη μετατόπιση του κέντρου βάρους από την διαχείριση και τον έλεγχο στη δημιουργικότητα και την καινοτομία, την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων σε διεθνές επίπεδο καθώς και η ικανότητα που διαθέτουν για το άνοιγμα νέων αγορών. Τέλος, η επιχειρηματικότητα σχετίζεται με τη συνεχή παρακολούθηση του εξωτερικού περιβάλλοντος για την αντιμετώπιση τυχόν απειλών και την αξιοποίηση ενδεχόμενων ευκαιριών που μπορούν να εντοπιστούν σε αυτό καθώς και με τη γνώση του επιχειρηματία για κατανόηση, υιοθέτηση και αξιοποίηση νέων ιδεών και καινοτομιών που μέσω κάποιων σύγχρονων τεχνολογικών μεθόδων που διαμορφώνουν νέα προϊόντα(Ξανθουδάκης & Γεωργιακάκης, 2015).

Κεφάλαιο 2^ο : Καινοτομία

2.1.Εισαγωγή

Έχει ειπωθεί ότι η φύση του ανθρώπου είναι συνδεδεμένη με την αναζήτηση του καινούριου και του διαφορετικού και αυτό επαληθεύεται αν αναλογιστεί κάποιος όλες τις αλλαγές που έχουν συμβεί ανά τα χρόνια στον πλανήτη. Η συνεχής εξέλιξη των καταστάσεων δεν αφήνει ανεπηρέαστες τις επιχειρήσεις. Είναι πλέον παγκοσμίως αποδεκτό ότι η καινοτομία αποτελεί κινητήριο μοχλό μιας επιχείρησης για την ύπαρξη και την ανάπτυξή της.(Σάκαλη, 2019)

Οι περισσότερες αναπτυγμένες χώρες αντιλαμβάνονται τη σπουδαιότητα της καινοτομίας την εντάσσουν σε εξέχουσα θέση αναφορικά με τον προγραμματισμό της πολιτικής δράσης. Σχετικές έρευνες έχουν επαληθεύσει το γεγονός ότι η καινοτομία επηρεάζει την εθνική οικονομική ανάπτυξη, τα διεθνή πρότυπα εμπορίου ενώ παράλληλα αποτελεί σημαντικό παράγοντα που ωθεί τις επιχειρήσεις να απορροφήσουν και να εκμεταλλευτούν κάθε είδους γνώση.(Αντωνόπουλος & Βλάχος , 2010)

Υπάρχει μια γενική αποδοχή στην ιδέα ότι κάθε επιχείρηση, οφείλει προς όφελος της, να επενδύει σε καινοτόμες δράσεις, ωστόσο στην πράξη αυτή η πεποίθηση αποδεικνύεται ιδιαίτερα πολύπλοκη. Οι παράγοντες που επηρεάζουν την καινοτομία και άρα την ανάπτυξη και την πορεία μια επιχείρησης είναι πολλοί και χρήζουν ιδιαίτερης μνείας.

2.2.Η έννοια της Καινοτομίας

Η έννοια της καινοτομίας εμφανίζεται διαφορούμενη καθώς τόσο στη βιβλιογραφία όσο και στο κοινωνικοοικονομικό σύστημα σημαίνει τόσο μια διαδικασία όσο και το αποτέλεσμα που προκύπτει από μια διαδικασία. Η καινοτομική διαδικασία δίνει έμφαση στον τρόπο με τον οποίο συλλαμβάνεται και υλοποιείται μια καινοτομία, στα στάδια που απαιτούνται για την ύπαρξη της καινοτομίας καθώς και στην αλληλεξάρτηση που εμφανίζουν αυτά τα στάδια. Ουσιαστικά η καινοτομική διαδικασία είναι ένα σύστημα αλληλεπιδράσεων μεταξύ των διαφόρων λειτουργιών και παραγόντων. Η πείρα, οι γνώσεις και η τεχνογνωσία που φέρουν οι λειτουργίες και οι παράγοντες ενισχύονται και εξελίσσονται από κοινού.

Η καινοτομία ως αποτέλεσμα εστιάζει στο νέο προϊόν, τη νέα μέθοδο ή τη νέα υπηρεσία. Επομένως διακρίνεται η ριζική καινοτομία και η βελτιωτική καινοτομία η

οποία παρέχει προοδευτικές βελτιώσεις στα προϊόντα, τις μεθόδους ή και τις υπηρεσίες. Η εμφάνιση των βελτιώσεων αυτών μπορεί να πραγματοποιηθεί σε όλους τους τομείς δραστηριοτήτων (σύγχρονους και παραδοσιακούς, δημόσιους ή εμπορικούς, βιομηχανικούς, γεωργικούς ή τριτογενείς, κλπ.) ή μπορεί να αφορά υπηρεσίες γενικού συμφέροντος, κοινής ωφέλειας, τη δημόσια υγεία, διοικητικές διαδικασίες, οργάνωση των ταχυδρομικών υπηρεσιών, κλπ.

Μια άλλη έννοια της καινοτομίας, η οργανωτική οικονομία αφορά τη χρησιμοποίηση μιας νέας ή πιο εξελιγμένης οργάνωσης της επιχείρησης με μικρότερο κόστος. Μπορεί να αφορά την ευελιξία των διαδικασιών, τα συστήματα απόδοσης, τη βελτιστοποίηση των αλυσίδων της παραγωγής κλπ. Η καινοτομία μπορεί να εφαρμοστεί τομείς παραδοσιακών δραστηριοτήτων ή υψηλής τεχνολογίας, ιδιωτικούς ή και δημόσιους, γεωργικούς, βιομηχανικούς ή και υπηρεσιών. Δηλαδή, η καινοτομία δεν συνδέεται κατ' ανάγκη με την τεχνολογική εξέλιξη και πρόοδο καθώς καινοτόμα εγχειρήματα είναι δυνατόν να προκύψουν από νέους συνδυασμούς ή νέες χρήσεις ήδη υπαρχόντων αγαθών. (Γκαγκάτσιος & Λελεδάκης, 2008)

Η καινοτομία ως έννοια και ως οικονομικό φαινόμενο έχει απασχολήσει τόσο τον κλάδο των οικονομικών όσο και άλλες επιστήμες. Κατά ένα ορισμό η καινοτομία ορίζεται ως διαδικασία μετατροπής μιας ιδέας σε αγαθό (προϊόν ή υπηρεσία) το οποίο θα διατεθεί στο καταναλωτικό κοινό ή για την ανάπτυξη νέων ή και βελτιωμένων διαδικασιών. Θεωρείται ότι αποτελεί βασικό συστατικό κάθε επιχείρησης και ταυτόχρονα συμβάλει στη μείωση του επιχειρηματικού κινδύνου. Κατά έναν άλλο ορισμό, η καινοτομία χαρακτηρίζει ένα νέο ή βελτιωμένο αγαθό (προϊόν ή υπηρεσία), το οποίο διαχέεται με επιτυχία στην αγορά, δηλαδή η έμφαση δίνεται στο αποτέλεσμα και όχι στην ιδέα. Ένας άλλος ορισμός εννοεί την καινοτομία ως μια νέα και πρωτοποριακή ιδέα ή μια νέα και πρωτοποριακή διαδικασία καθώς επίσης ως την εφαρμογή νέων εφευρέσεων ή ανακαλύψεων για τη δημιουργία ορισμένου αποτελέσματος. (Ξανθουδάκης & Γεωργιακάκης, 2015)

Η έννοια της καινοτομίας έχει αποδοθεί με διάφορους ορισμούς και στοχεύει σε βασικούς τομείς. Στο επιχειρηματικό τομέα η καινοτομία αποτελεί βασικό συστατικό ώστε η ανάπτυξη της επιχείρησης να είναι επιτυχημένη. Στον βιομηχανικό τομέα η καινοτομία συμβάλει στην ανάπτυξη της παραγωγής, της καλής ποιότητα προϊόντων, του ανθρώπινου δυναμικού, του εμπορίου, των αμοιβών και των κερδών. Σε γενικό επίπεδο οι τεχνολογικές αλλαγές που μπορεί να επιφέρει η καινοτομία επηρεάζουν τις

πηγές παραγωγής, τον ρυθμό με τον οποίο αναπτύσσεται η οικονομία και το επίπεδο διαβίωσης με θετικά πρόσημα.

Ο Joseph Schumpeter στο έργο του *The Theory of Economic Development* (1934) αναφορικά με την ουσία της έννοιας της καινοτομίας ορίζει πέντε πηγές «δημιουργικής καταστροφής, όπως τις χαρακτηρίζει, οι οποίες είναι (Κόβρας & Φιλιπάκης, 2016):

1. Η εισαγωγή ενός νέου αγαθού ή η βελτίωση της ποιότητας ενός ήδη υπάρχοντος αγαθού (προϊόντος ή υπηρεσίας).
2. Η εισαγωγή μιας καινούριας μεθόδου στην διαδικασία παραγωγής. Η καινοτομία εν προκειμένω αφορά τις διαδικασίες.
3. Η δημιουργία μιας νέας αγοράς, ιδίως όταν πρόκειται για εξαγωγική αγορά σε νέα εδάφη.
4. Η κατοχή μιας νέας πηγής πρώτων υλών ή ημικατεργασμένων αγαθών.
5. Η εισαγωγή μιας οργανωτικής καινοτομίας, δηλαδή η δημιουργία μίας πρωτοπόρας βιομηχανικής οργάνωσης.

2.3.Είδη καινοτομίας

Βάση όσων αναλύθηκαν στην προηγούμενη ενότητα τα είδη της καινοτομίας ταξινομούνται σε τέσσερις κατηγορίες (Κακούρης, 2010):

1. Η *καινοτομία προϊόντος* αφορά ένα νέο προϊόν ή ένα προϊόν το οποίο έχει δεχτεί σημαντικές βελτιώσεις οπότε είναι αναβαθμισμένο. Το προϊόν αυτό διοχετεύεται στην αγορά και διαφέρει από τα ήδη υπάρχοντα είτε γιατί περιλαμβάνει νέα γνώση είτε γιατί αφορά νέα τεχνολογία.
2. Η *καινοτομία διαδικασίας* αφορά μια νέα διαδικασία παραγωγής ή διανομής αγαθών ή μια ήδη υπάρχουσα διαδικασία η οποία έχει υποστεί βελτιώσεις. Η καινοτομία διαδικασία χρησιμοποιείται εμπορικά και στοχεύει στην παράκαμψη των εμποδίων και των κωλυμάτων που σχετίζονται με τις συγκεκριμένες διαδικασίες.
3. Η *εμπορική καινοτομία* αποτελεί ένα είδος κατά το οποίο εφαρμόζεται μια νέα μέθοδος marketing ή μια μέθοδος σημαντικά βελτιωμένη και αφορά σε όλα τα στοιχεία που συνθέτουν το marketing, δηλαδή το σχεδιασμό του προϊόντος, τη συσκευασία, την αποθήκευση, τη διανομή του τη διαφήμιση και την τιμολόγηση του.

4. Η *οργανωσιακή καινοτομία* αφορά την εφαρμογή ενός νέου τρόπου με τον οποίο η επιχείρηση οργανώνει την εμπορική πρακτική της, τη δομή της εταιρίας ή στο πως διαχειρίζεται τις εξωτερικές αλληλεπιδράσεις με άλλους οργανισμούς και επιχειρήσεις. Επίσης μπορεί να αφορά την εφαρμογή μιας αναβαθμισμένης οργάνωσης της επιχείρησης. Παραδείγματα οργανωσιακής καινοτομίας αποτελούν η εκχώρηση αποκλειστικής διανομής, οι ενδοεπιχειρησιακές κατάρτιση, οι συνεργασίες με ενώσεις ή οργανισμούς.

Εκτός από τα παραπάνω είδη, διακρίνονται επιπλέον κάποια στον σημερινό επιχειρηματικό κόσμο. Αρχικά η ριζοσπαστική καινοτομία εισήχθη το 1942 από τον Joseph Schumpeter και αφορά οποιοδήποτε πρωτοποριακό εγχείρημα το οποίο είναι δυνατόν να επιφέρει αλλαγές μεγάλης κλίμακας τόσο στην ίδια την επιχείρηση όσο και στο περιβάλλον της. Συνήθως, η ριζοσπαστική καινοτομία αναφέρεται σε μια νέα ιδέα η οποία με την είσοδό της στην αγορά πραγματοποιεί το λεγόμενο «τεχνολογικό άλμα» μετασχηματίζοντας την υπάρχουσα αγορά ή δημιουργώντας μια νέα. Αυτό το είδος καινοτομίας χαρακτηρίζεται και ως ασυνεχής καινοτομία καθώς δεν λαμβάνει χώρα σε τακτά χρονικά διαστήματα ενώ συναντάται ως επί το πλείστον σε χώρους πανεπιστημίων και ερευνητικών κέντρων.

Σε αντίθεση με τη ριζοσπαστική καινοτομία η *σταδιακή ή οριακή καινοτομία* αφορά τις συνεχείς μικρές βελτιώσεις σε προϊόντα ή διαδικασίες οι οποίες αποδίδουν επιπλέον αξία στο τελικό προϊόν. Οι βελτιώσεις αυτές προκύπτουν από γνώση που ήδη έχει κατακτηθεί και θεωρείται από τα πιο διαδεδομένα είδη καινοτομίας για τις επιχειρήσεις. Στην περίπτωση της σταδιακής ή οριακής καινοτομίας δεν απαιτείται σημαντική επένδυση κεφαλαίων, ωστόσο δεν προσφέρει μεγάλα οικονομικά αποτελέσματα. Η διαφορά με τη ριζοσπαστική καινοτομία είναι η τεχνολογία που εισέρχεται στην αγορά (Ζαχαράκη, 2013).

Ένα άλλο είδος καινοτομίας που συναντάται στον σύγχρονο επιχειρηματικό γίγνεσθαι είναι η *διαταρακτική καινοτομία*. Το συγκεκριμένο είδος αφορά προϊόντα χαμηλότερης αποτελεσματικότητας από αυτά που υπάρχουν ήδη στην αγορά ενώ ταυτόχρονα εστιάζει στην ομάδα του καταναλωτικού συνόλου που ικανοποιούνται με φθηνότερη και χαμηλότερης ποιότητας τεχνολογία. Μικρές επιχειρήσεις εφαρμόζουν διαταρακτική καινοτομία ως είδος στρατηγικής προκειμένου να επιτύχουν την εισαγωγή τους στον κλάδο, να κερδίσουν μερίδιο της αγοράς και εν συνεχεία με συνεχείς βελτιώσεις και κεφάλαιο που προέρχεται από τα έσοδα τους να στραφούν και

σε πιο απαιτητικούς καταναλωτές. Είδος της διαταρακτικής καινοτομίας αποτελεί η *καταλυτική καινοτομία* η οποία δημιουργεί συστημική κοινωνική αλλαγή και συναντάται κυρίως στους τομείς της υγείας, της εκπαίδευσης και της δανειοδότησης(Κακούρης, 2010).

Τέλος, η *συντηρητική καινοτομία* αφορά τις συνεχείς βελτιώσεις του ίδιου προϊόντος και το ίδιο καταναλωτικό κοινό με αυτό της υπάρχουσας τεχνολογίας. Η διαφορά της συντηρητικής με την διαταρακτική καινοτομία εμφανίζεται στο κοινό στο οποίο απευθύνεται το προϊόν που παράγεται.(Ζαχαράκη, 2013)

2.4.Πηγές και προσδιοριστικοί παράγοντες ανάπτυξης καινοτομίας

Στη βιβλιογραφία συναντούνται μοντέλα που συνδέουν την εμφάνιση της καινοτομίας με την τεχνολογία, την αγορά και τη ροή της πληροφορίας. Η ανάπτυξη της τεχνολογίας είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει την καινοτομία. Για να γίνει πιο κατανοητό, το μοντέλο της τεχνολογίας είναι γραμμικό μοντέλο το οποίο συνδέει την καινοτομία με καινούρια τεχνολογία και εν συνεχεία με τη σχεδίαση, την παραγωγή, την προώθηση και τις πωλήσεις. Επιπλέον, ως πηγή της καινοτομίας εμφανίζεται η ανάπτυξη της αγοράς. Το μοντέλο της ανάπτυξης και ώθησης της αγοράς συνδέει την καινοτομία με μια εκτιμώμενη ζήτηση της αγοράς η οποία επηρεάζει την πορεία της τεχνολογικής ανάπτυξης. Τα δυο αυτά μοντέλα, της ώθησης αγοράς και της ώθησης της τεχνολογίας είναι δυνατόν να διαφέρουν ως προς τη σημαντικότητά τους ανάλογα με τη φάση στην οποία βρίσκεται η καινοτομική διαδικασία.(Σάκαλη, 2019)

Ως ολοκληρωμένο μοντέλο που αποτελεί πηγή της καινοτομίας θεωρείται η ενσωμάτωση παράλληλων δραστηριοτήτων αναφορικά με τη συνεχή ροή της πληροφορίας μεταξύ των τμημάτων μιας επιχείρησης. Η πολιτική του μοντέλου αυτού βασίζεται στη συστηματική προσέγγιση της σχεδίασης προϊόντων και διαδικασιών ώστε να δημιουργούνται καινοτόμες διαδικασίες και προϊόντα. Όσον αφορά τους προσδιοριστικούς παράγοντες ανάπτυξης καινοτόμους δράσης, μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε τρία επίπεδα, εθνικής οικονομίας, δικτύων επιχειρήσεων και επιχείρησης. Σε επίπεδο εθνικής οικονομίας προκειμένου να υπάρξει ανάπτυξη της καινοτομίας απαιτείται να ικανοποιούνται ορισμένες συνθήκες. Αρχικά οι επενδύσεις θα πρέπει να στρέφονται προς την έρευνα και την ανάπτυξη σε συνδυασμό με τις κρατικές πολιτικές υποστήριξης και χρηματοδότησης της έρευνας. Ο ρόλος των δημόσιων επενδύσεων είναι σημαντικός καθώς μέσα από την έρευνα μπορεί να

αναπτυχθεί το ανθρώπινο κεφάλαιο της εκάστοτε χώρας. Επιπλέον, βασικός παράγοντας ανάπτυξης καινοτομίας αποτελεί και η διαθεσιμότητα κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου. Τα κεφάλαια αυτά θεωρούνται σημαντικά κυρίως κατά τα αρχικά στάδια σχεδιασμού και πειραματικής εισαγωγής της καινοτομίας. Εξάλλου είναι γνωστό ότι μόνο ένα μικρό ποσοστό καινοτόμων εγχειρημάτων οδηγείται στην επιτυχία. Επιπρόσθετα, σημαντικό για την ανάπτυξη καινοτόμων δράσεων είναι το μέγεθος αλλά και η ποιότητα του ερευνητικού δυναμικού μιας χώρας, το επίπεδο της πανεπιστημιακής εκπαίδευσης, οι τεχνολογικοί χώροι αλλά και οι χώροι διοίκησης, οργάνωσης, παραγωγής κλπ. Η ίδια σημαντικότητα διαφαίνεται για τις υποδομές που αφορούν τις τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών. Οι ΤΠΕ προσφέρουν άμεση επικοινωνία και διασύνδεση, επιτρέπουν τη διαχείριση μεγάλου όγκου πληροφοριών και δεδομένων, προωθούν την παράλληλη εργασία και συνεργασία. Τέλος, αναφορικά με την ανάπτυξη της καινοτομίας σε εθνικό επίπεδο σημαντικό ρόλο διαδραματίζει και το επίπεδο ωριμότητας που εμφανίζει η αγορά σχετικά με την εγχώρια ζήτηση για καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες. (Δρ. Χατζηκιάν, 2004)

Το δίκτυο επιχειρήσεων περιλαμβάνει επιχειρήσεις που χαρακτηρίζονται από γεωγραφική εγγύτητα ή παρόμοια ειδίκευση όπως, για παράδειγμα, οι επιχειρήσεις πληροφορικής. Σε επίπεδο δικτύου επιχειρήσεων, οι προσδιοριστικοί παράγοντες ανάπτυξης της καινοτομίας αφορούν, αρχικά τη διαθεσιμότητα και την ποιότητα των εισροών που απαιτούνται από το δίκτυο. Με άλλα λόγια τη διαθεσιμότητα και την ποιότητα των συστημάτων μεταφοράς και ανταλλαγής πληροφοριών στο εσωτερικό των επιχειρήσεων, τη δυνατότητα άντλησης κεφαλαίων, την ικανότητα προσέλκυσης ανθρώπινου δυναμικού με την απαιτούμενη ειδίκευση. Σημαντικός προσδιοριστικός παράγοντας είναι και η ύπαρξη ενός υγιούς ανταγωνιστικού πλαισίου ανάμεσα στις επιχειρήσεις που θα αφορά τους κανόνες, τα κίνητρα και τις πιέσεις που δέχονται οι ίδιες οι επιχειρήσεις από τον εσωτερικό ή τον διεθνή ανταγωνισμό. Επιπλέον, η ανάπτυξη καινοτόμων δραστηριοτήτων επηρεάζεται από την ωριμότητα που εμφανίζει η αγορά αναφορικά με την εγχώρια ζήτηση για βελτιωμένη ποιότητα, για την κάλυψη των συνεχώς μεταβαλλόμενων αναγκών και την ικανοποίηση των αναγκών των πελατών. Εν κατακλείδι, αξίζει να σημειωθεί ότι σε επίπεδο δικτύων επιχειρήσεων, ένας βασικός προσδιοριστικός παράγοντας ανάπτυξης της καινοτομίας είναι η ύπαρξη υποστηρικτικών τομέων που θεωρούνται σημαντικοί για την ανάπτυξη πρωτοπόρων

δράσεων, όπως, για παράδειγμα, οι κατασκευαστές εξαρτημάτων και υλικών υποστήριξης. (Δρ. Χατζηκιάν, 2004)

Τέλος, σε επίπεδο επιχείρησης, αρχικά σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η προσέγγιση του τομέα της έρευνα και της ανάπτυξης. Πιο συγκεκριμένα, προκειμένου να υπάρχει δυνατότητα ανάπτυξης της καινοτομίας είναι απαραίτητη η ύπαρξη ενός ισχυρού τμήματος έρευνας και ανάπτυξης ενώ ταυτόχρονα οι επενδύσεις πρέπει να προωθούνται προς την έρευνα και την καινοτομία. Επιπλέον η ύπαρξη ηγετικής ομάδας και θετικού επιχειρησιακού κλίματος συμβάλλουν στην ανάπτυξη καινοτόμων δράσεων. Σημαντική είναι και η διαχείριση της γνώσης η οποία αποτελεί βασικό παράγοντα ανάπτυξης καινοτομίας. Στη διαχείριση της γνώσης συμβάλλουν οι τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών, ωστόσο κρίνεται σημαντική η ύπαρξη και η ορθή αξιοποίηση διανοητικού κεφαλαίου για την ορθή αξιοποίηση και διοχέτευση της γνώσης.

2.5. Πηγές πληροφόρησης για καινοτομία

Σύμφωνα λοιπόν με τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (OECD), οι πηγές πληροφόρησης των καινοτομιών διακρίνονται σε τέσσερις κατηγορίες (Σάκαλη, 2019):

1. Εσωτερικές πηγές πληροφόρησης, δηλαδή τις πηγές εντός της επιχείρησης που μπορεί να προέρχονται από την ενδοεπιχειρησιακή έρευνα και την τεχνολογική ανάπτυξη, το μάρκετινγκ, την παραγωγή ή από άλλες διάφορες εσωτερικές πηγές.
2. Εξωτερικές πηγές, δηλαδή τις σχετιζόμενες με την αγορά ή το εμπόριο και μπορεί να προέρχονται από τους ανταγωνιστές, από προμήθεια ενσωματωμένης τεχνολογίας, προμήθεια μη ενσωματωμένης τεχνολογίας, από την ίδια την πελατεία, από διάφορες εταιρείες συμβούλων ή ακόμα και από προμηθευτές εξοπλισμού κ.λπ.
3. Εκπαιδευτικά και ερευνητικά κέντρα, και πιο συγκεκριμένα από διάφορα ιδρύματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και από κρατικά ή και από ιδιωτικά ερευνητικά κέντρα.
4. Γενικά διαθέσιμες πληροφορίες, που μπορούν να τεθούν στον καθένα και προέρχονται είτε από δημοσιεύσεις ευρεσιτεχνιών είτε από επαγγελματικά συνέδρια, συναντήσεις και περιοδικά είτε από διάφορες εμπορικές και επαγγελματικές εκθέσεις.

2.6.Η καινοτομία ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα

Για να γίνει κατανοητή η έννοια της καινοτομίας ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα θα βασιστούμε στο έργο του Michael Porter «Το Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα των Εθνών» (1990). Ο Porter ήταν ένας από τους μελετητές που αναγνώρισε το ανταγωνιστικό πλεονέκτημά που μπορεί να επιφέρει μια καινοτομία. Στο έργο του προσπαθεί να εξηγήσει τον τρόπο με τον οποίο το άμεσο περιβάλλον μιας επιχείρησης επηρεάζει και διαμορφώνει την ανταγωνιστική της επιτυχία με την πάροδο των χρόνων και επιπλέον προσπαθεί να εξηγήσει τους λόγους για τους οποίους ορισμένες επιχειρήσεις επιτυγχάνουν ενώ άλλες σημειώνουν αποτυχία. Επιπλέον, στο έργο του υποστηρίζει ότι οι επιχειρήσεις θα επιτύχουν μόνο αν θεμελιώσουν στρατηγικές αναφορικά με τη βελτίωση και την καινοτομία, αν είναι πρόθυμες να ανταγωνιστούν και αν κατέχουν πλήρη γνώση και πληροφόρηση για το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται. Σύμφωνα με τον Porter το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα αφορά στον τρόπο με τον οποίο μια εταιρεία θέτει γενικές στρατηγικές σε εφαρμογή. Ουσιαστικά αφορά τον τρόπο που επιτυγχάνει βιώσιμο πλεονέκτημα, τον τρόπο που διαφοροποιείται από τους ανταγωνιστές της, τον τρόπο που επιλέγει τομέα δραστηριοποίησης. Επιπρόσθετα, περιλαμβάνει τους τρόπους με τους οποίους μια εταιρεία υπερασπίζεται την ανταγωνιστική της θέση, τότε και με ποιον τρόπο αποκομίζει το πλεονέκτημα από τον ανταγωνισμό κλπ. (Κόβρας & Φιλλιπάκης, 2016)

Οι εταιρείες μπορούν να δημιουργούν και να διατηρούν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα εάν αντιλαμβάνονται ή ανακαλύπτουν νέους και βελτιωμένους τρόπους ανταγωνισμού σε μια βιομηχανία και ταυτόχρονα είναι ικανές να μεταφέρουν τις βελτιωμένες διαδικασίες στην αγορά. Ουσιαστικά η καινοτομία θεωρείται έμφυτο στοιχείο στο στρατηγικό και ανταγωνιστικό πλαίσιο της εταιρείας. Το μεγαλύτερο μέρος της καινοτομίας είναι σωρευτικό με αυξητική τάση, αποτελείται δηλαδή από μικρές προόδους και ανακαλύψεις και όχι από ριζοσπαστικές τεχνολογικές ή άλλου είδους εφευρέσεις. Οι καινοτόμες ευκαιρίες προκύπτουν από μια αλλαγή στη δομή της αγοράς ή κάποια ασυνέχεια και εν τέλει μπορούν να προσδώσουν σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην επιχείρηση με βασική προϋπόθεση να έχει αντιληφθεί και εκμεταλλευτεί την ευκαιρία (Αντωνόπουλος & Βλάχος, 2010).

Οι πιο χαρακτηριστικές αιτίες που επηρεάζουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα είναι οι ακόλουθες (Κόβρας & Φιλλιπάκης, 2016):

1. Οι νέες τεχνολογίες και γενικότερα οι αλλαγές που βιώνει η τεχνολογία δημιουργούν νέα προϊόντα, νέες προοπτικές για το σχεδιασμό νέων προϊόντων, νέους τρόπους προώθησης και διαφήμισης, εξελιγμένους τρόπους μεταφοράς και παράδοσης ακόμη και νέες αγορές. Με άλλα λόγια αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα δημιουργίας στρατηγικής καινοτομίας.
2. Η εμφάνιση ενός νέου τομέα βιομηχανίας αποτελεί σημαντικό παράγοντα μετατόπισης του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Μια νέα βιομηχανία οδηγεί σε νέους πελάτες, νέους τρόπους διαφήμισης και προώθησης, προσέγγιση συγκεκριμένων πελατών και βελτιωμένους τρόπους παραγωγής.
3. Οι νέες ή μετατοπιζόμενες ανάγκες των ατόμων επηρεάζουν εξίσου το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Όταν ο πληθυσμός αναπτύσσει νέες ανάγκες ή όταν διαφοροποιεί τις προτεραιότητες του γεννάται η ευκαιρία για καινοτόμο δράση η οποία αν εκμεταλλευτεί ορθά μπορεί να αποφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα με βασική προϋπόθεση ότι η επιχείρηση είναι σε θέση να ανταποκριθεί στα νέα δεδομένα των αναγκών του πληθυσμού.
4. Τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα προκύπτουν από αλλαγές στους παραγωγικούς συντελεστές όπως στην εργασία, τις πρώτες ύλες, τα μηχανήματα, την ενέργεια κλπ. Επιχειρήσεις οι οποίες είναι σε θέση να βελτιστοποιήσουν τις διαδικασίες οργάνωσης και διοίκησης σύμφωνα με τις νέες συνθήκες θα έχουν θετική εξέλιξη του ανταγωνιστικού πλεονάσματός τους.
5. Άλλες αιτίες που μπορούν να επηρεάσουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα είναι αλλαγές σε κυβερνητικούς κανονισμούς αναφορικά με πρότυπα προϊόντων, προστασίας περιβάλλοντος, περιορισμούς εμπορίου κλπ. Μικρές και με ευελιξία επιχειρήσεις που μπορούν να ανταποκριθούν ταχέως στις νέες αλλαγές κερδίζουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των καθιερωμένων βιομηχανικών επιχειρήσεων.

2.7.Οφέλη και εμπόδια καινοτομίας

Η ανάπτυξη καινοτομικών δράσεων αποφέρει οφέλη για την επιχείρηση και το περιβάλλον της , ωστόσο δημιουργούνται και πολλά εμπόδια που η επιχείρηση καλείται να αντιμετωπίσει. Οι επιχειρήσεις υλοποιούν καινοτομικές δράσεις καθώς έχουν ως στόχο την αύξηση των προσόδων τους. Τα κίνητρα του επιχειρηματία για

καινοτομικά δράση είναι η επιθυμία του να δημιουργήσει το δικό του όραμα, τη θέληση του για νίκη και τη χαρά της δημιουργίας και επίλυσης προβλημάτων.

Αναφορικά με την καινοτομία διαδικασία, είναι γεγονός ότι η επιχείρηση κατορθώνει να βελτιώνει την παραγωγικότητα της. Η βελτίωση της παραγωγικότητας παρέχει στην επιχείρηση την δυνατότητα δημιουργίας ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος έναντι ανταγωνιστών με στόχο τη διεύρυνση του μεριδίου της αγοράς. Αναφορικά με την καινοτομία προϊόντος παρέχει τη δυνατότητα σε μια επιχείρηση να κατέχει μονοπωλιακή θέση στην αγορά. Ο στόχος των επιχειρηματιών όταν στρέφονται στην καινοτομία η ανάπτυξη ή βελτίωση προϊόντων και διαδικασιών που θα προσδώσουν στην επιχείρησή τους ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ή θα τη βοηθήσουν να διατηρήσει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που ήδη κατέχει. Οι επιχειρήσεις που έχουν εισαχθεί πρόσφατα στον κλάδο χρησιμοποιούν την καινοτομία ως μέσο για να αυξήσουν τις πιθανότητες επιβίωσης εντός του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος. Επιχειρήσεις που είναι καθιερωμένες στον κλάδο παρακολουθούν της αλλαγές της τεχνολογίας και μέσω καινοτόμων δράσεων στον τομέα της τεχνολογίας προσπαθούν να αντιμετωπίσουν τα νέα δεδομένα βελτιώνοντας ταυτόχρονα τις υπάρχουσες διαδικασίες και γενικά τις ικανότητες τους. (Τσάντου, 2011)

Τα οφέλη της καινοτομίας εμφανίζονται και στη απασχόληση. Συγκεκριμένα, η εισαγωγή νέων προϊόντων ή η εισαγωγή σημαντικά αναβαθμισμένων προϊόντων επιφέρει σημαντική αύξηση των επιπέδων απασχόλησης. Η καινοτομία μπορεί σε αρκετές περιπτώσεις να αντικαθιστά το εργατικό δυναμικό, ωστόσο οδηγεί στη μείωση του κατά μονάδα κόστους παραγωγής εντός μιας ανταγωνιστικής αγοράς με αποτέλεσμα την μείωση των τιμών. Η μείωση των τιμών με τη σειρά της οδηγεί σε αύξηση της ζήτησης για νέα προϊόντα επομένως σε πρόσθετη παραγωγή και άρα αύξηση της απασχόλησης (Piva&Vivarelli, 2005). Εν κατακλείδι, γίνεται αντιληπτό ότι οι οικονομικοί στόχοι της καινοτομίας είναι η μείωση του κόστους παραγωγής, η βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων, το άνοιγμα νέων αγορών και η βελτίωση της ευελιξίας της παραγωγής.

Σημαντικό όμως είναι να γίνει ανάλυση και στα εμπόδια που καθιστούν δύσκολη την ανάπτυξη και την εφαρμογή της καινοτομίας. Στο εγχειρίδιο του Oslo οι παράγοντες που λειτουργούν ως εμπόδια για την ανάπτυξη και την εφαρμογή καινοτόμων δράσεων διακρίνονται σε οικονομικούς, ενδοεπιχειρησιακούς και σε εμπόδια εξωτερικά της επιχείρησης. Αναφορικά με τα οικονομικά εμπόδια, νοούνται

το υψηλό κόστος έρευνας και εφαρμογής της ιδέας, η έλλειψη πηγών χρηματοδότησης, το ρίσκο που αναλαμβάνει η ίδια η επιχείρηση καθώς και το μεγάλο χρονικό διάστημα που απαιτείται ώστε να επέλθει απόσβεση της καινοτομίας.(OECD, 2005)

Τα ενδοεπιχειρησιακά εμπόδια αφορούν κωλύματα που δημιουργούνται στο εσωτερικό της επιχείρησης. Με δεδομένο ότι οι καινοτόμες επιχειρήσεις βασίζονται στη γνώση, βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη της καινοτομίας είναι η ύπαρξη εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού και ειδικών επιστημόνων. Ταυτόχρονα, σημαντική θεωρείται η διαμόρφωση των οργανωσιακών ρυθμίσεων με γνώμονα την ορθή δημιουργία, μεταφορά και διάδοση της πληροφορίας μέσω κατάλληλων μέσων στο εσωτερικό της επιχείρησης. Η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού και δυναμικού έρευνας και ανάπτυξης σε συνδυασμό με τυχόν οργανωτικές δυσκαμψίες μπορούν να επιφέρουν προβλήματα στην ενδεχόμενη ανάπτυξη και εφαρμογή καινοτομικών δράσεων.(Τσάντου, 2011)

Επιπλέον η ελλιπής πληροφόρηση αναφορικά με τον τομέα της τεχνολογίας και των αγορών σε συνδυασμό με μηδαμινή ανταπόκριση των καταναλωτών μπορούν να οξύνουν την αβεβαιότητα σχετικά με τη καινοτομία. Γίνεται κατανοητό μέσω αυτού ότι συσχετίζονται οι τεχνικές ικανότητες με τις ευκαιρίες της αγοράς. Με άλλα λόγια, επιχειρήσεις που αδιαφορούν για τη δυνητική αγορά ή το κόστος των καινοτομιών σε σχέση με την αγορά είναι πιθανό να μην κατορθώσουν να υλοποιήσουν καινοτόμες δράσης ή να αποτύχουν. Ακόμα, επιχειρήσεις με έλλειψη επιστημονικών ικανοτήτων για την ανάπτυξη ενός προϊόντος, ανεξάρτητα από τις καλές εκτιμήσεις της αγοράς, θα οδηγηθούν σε αποτυχία των καινοτομικών τους δράσεων.

Τα εξωτερικά εμπόδια αφορούν την αδυναμία της νομοθεσίας για κατοχύρωση των πνευματικών δικαιωμάτων. Σε τέτοιες συνθήκες η επιχείρηση εμφανίζεται απρόθυμη να προβεί σε καινοτομίες. Ταυτόχρονα σημαντικό ρόλο στην μη ανάπτυξη της καινοτομίας παίζει και η έλλειψη κρατικής στήριξης σε αντίστοιχα θέματα. Τέλος, υπάρχει η άποψη ότι υφίστανται και πολιτικά εμπόδια στην ανάπτυξη και την εφαρμογή καινοτόμων ενεργειών. Συγκεκριμένα, τα εμπόδια αυτά αφορούν την απροθυμία της επιχείρησης για μεταρρυθμίσεις, την τάση της να αγνοεί τη διαδικασία της καινοτομίας και να εστιάζει σε βραχυπρόθεσμες ενέργειες και την έλλειψη στρατηγικού οράματος και σχεδιασμού(Τσάντου, 2011).

2.8.Ο ρόλος της κυβέρνησης

Είναι γεγονός ότι ο ρόλος της κυβέρνησης επηρεάζει άμεσα και έμμεσα την καινοτομία μιας επιχείρησης, αφού τονώνει το εσωτερικό τμήμα έρευνας και ανάπτυξης και προωθεί τις συνεργασίες. Κρίνεται σημαντική η θέσπιση κυβερνητικών πολιτικών για την υποστήριξη των επιχειρήσεων που έχουν υψηλό δυναμικό για καινοτομία, προσφέροντας τεχνική υποστήριξη και άλλα κίνητρα. Ορισμένα από αυτά τα κίνητρα μπορεί να είναι οι φοροαπαλλαγές ή φοροελαφρύνσεις για τα έξοδα έρευνας και ανάπτυξης, οι επιδοτήσεις για τα έξοδα έρευνας και ανάπτυξης, οι βελτιώσεις στους κανονισμούς ειδικά για τις καινοτόμες επιχειρήσεις, η απλοποίηση της υπάρχουσας νομοθεσίας, οι επιχορηγήσεις κατά την ίδρυση νέων καινοτόμων επιχειρήσεων και χρηματοδοτήσεις για επενδύσεις υψηλού ρίσκου. Επιπρόσθετα, σημαντικές θεωρούνται οι πολιτικές που προωθούν την ιδιωτική δράση έρευνας και ανάπτυξης οι οποίες ευνοούν τόσο τις εσωτερικές δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης όσο και την ικανότητά της να εκμεταλλευτεί τις ροές της ανοιχτής εξωτερικής έρευνας(Ξεκαρδάκης, 2017).

Επιπλέον, η κυβέρνηση θα πρέπει να χαράξει πολιτικές με στόχο την ενδυνάμωση των δεσμών μεταξύ των πανεπιστημίων και του ιδιωτικού τομέα με στόχο τη δημιουργία σταθερών βάσεων συνεργασίας, μέσω της οποίας θα υπάρχει αμοιβαία πληροφόρηση ανάμεσα στις επιχειρήσεις και τα πανεπιστήμια. Επομένως, οι πρωτοβουλίες που πρέπει να ληφθούν αφορούν την αναβάθμιση των γραφείων διασύνδεσης που λειτουργούν εντός των πανεπιστημίων και των ερευνητικών ιδρυμάτων, ώστε αυτά να συνδέονται σταδιακά με ισχυρότερους δεσμούς με τα επιστημονικά – τεχνολογικά πάρκα. Ακόμα θα πρέπει τα επιστημονικά πάρκα να εποπτεύονται από τον ίδιο κυβερνητικό οργανισμό, ούτως ώστε να αναπτύσσονται ισχυροί δεσμοί μεταξύ αυτών και της πολιτείας (Τσομπάνογλου, 2017).

Τέλος, η κυβέρνηση καλείται να μεριμνήσει για την ανάπτυξη πανεπιστημίων και ερευνητικών κέντρων, καθώς και για την εγκαθίδρυση νέων ιδρυμάτων έρευνας υψηλής ποιότητας. Επίσης, προκειμένου να υπάρξει στη χώρα ένα αναδιαρθρωμένο εθνικό σύστημα καινοτομίας, θα πρέπει να ιδρυθούν και νέες δομές, οι οποίες θα επιτρέπουν στους ιδιωτικούς και τους δημόσιους οργανισμούς να συμμετέχουν σε εθελοντικές κοινότητες ανταλλαγής γνώσεων. Ακόμα κρίνεται αναγκαίο να προωθηθεί η καινοτομία στοχεύοντας σε πολιτικές που θα διευκολύνουν τις διεθνείς διασυνδέσεις, ώστε να συνάπτονται συνεργασίες και εκτός των συνόρων και θα ενισχύουν την

καινοτομική ικανότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων προωθώντας την ανοιχτή καινοτομία στα πανεπιστήμια και τα ερευνητικά κέντρα

2.9.Σημασία της καινοτομίας

Η σύγχρονη τεχνολογία αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς συντομεύοντας τον χρόνο μεταξύ εφεύρεσης και εμπορικής εφαρμογής μιας νέας ιδέας και προσφέρει πάρα πολλές ευκαιρίες για καινοτομίες. Επιπρόσθετα, μια επιχείρηση η οποία αποφεύγει τις καινοτομικές δράσεις κινδυνεύει να δει τα επίπεδα των πωλήσεων της να μειώνονται καθώς οι καταναλωτές στρέφονται προς ένα άλλο προϊόν που ικανοποιεί καλύτερα ή φθηνότερα την ίδια ανάγκη (Βασιλάκης & Μουζάκης, 2010).

Η σημασία της καινοτομίας διαφαίνεται και στην επιθυμία μιας επιχείρησης να αντιμετωπίσει τις αδυναμίες που διακρίνει. Επομένως η ανάπτυξη καινοτομιών, νέων προϊόντων λαμβάνει χώρα με στόχο τη αντικατάσταση των προϊόντων που ήδη υπάρχουν αλλά οι πωλήσεις τους μειώνονται, την αύξηση της ταμειακής ροής ώστε να αντισταθμιστούν τα αυξημένα κόστη άλλων λειτουργιών και την αύξηση της «παρουσίας» της επιχείρησης στα κανάλια διανομής έτσι ώστε να αντιμετωπισθούν ανταγωνιστικές ενέργειες(Γκαγκάτσιος & Λελεδάκης, 2008).

Επιπλέον, να σημειωθεί ότι σημασία της καινοτομίας φαίνεται στην προσπάθεια μιας επιχείρησης να εκμεταλλευτεί τα πλεονεκτήματα που διαθέτει. Ένα νέο προϊόν αξιοποιεί τα δυνατά σημεία της επιχείρησης τα οποία αφορούν την επάνδρωσή της με ικανά και δημιουργικά στελέχη, την τεχνολογική της ικανότητα, την δυναμική παρουσία της στα κανάλια διανομής, την ύπαρξη ανεκμετάλλευτου ή εποχιακού παραγωγικού δυναμικού, το όνομα της επιχείρησης (Βασιλάκης & Μουζάκης, 2010)

Τέλος, η σημασία της καινοτομίας διαφαίνεται στην στρατηγική της αγοράς η οποία στοχεύει στην υπεράσπιση μεριδίου αγοράς, την εγκατάσταση προγεφυρώματος σε αναπτυσσόμενη μελλοντική αγορά ή «κατάληψη» τμήματος της αγοράς πριν διεισδύσουν οι ανταγωνιστές στις μεταβαλλόμενες κοινωνικό – οικονομικές συνθήκες και οι πολιτιστικές αξίες, στην εμφάνιση νέων αναγκών , στην ανάγκη αντιμετώπισης των πιέσεων που ασκούν στο κόστος παράγοντες όπως είναι η αύξηση στις τιμές των και στην επιδίωξη της επιχείρησης να αναπτυχθεί και να αυξήσει τα κέρδη της μέσω επέκτασης με νέα προϊόντα σε άλλους κλάδους της αγοράς (Γκαγκάτσιος & Λελεδάκης, 2008).

2.10. Διαδικασία καινοτομίας

Η διαδικασία ανάπτυξης καινοτομίας είναι μια γραμμική διαδικασία τεσσάρων βημάτων. Στο πρώτο βήμα είναι η ιδέα. Πολλές εταιρείες παρουσιάζουν πρόβλημα στο να παράγουν νέες ιδέες ή να εισάγουν νέες ιδέες. Συνήθως αυτό συμβαίνει διότι είτε οι εργαζόμενοι δεν έχουν την ελευθερία έκφρασης της άποψης τους είτε γιατί παλαιότερες πρακτικές έχουν δείξει πως μια καινούρια ιδέα δεν επιφέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα. Όπως και να έχει, μια εταιρεία που στοχεύει στην καινοτομία θα πρέπει να βρει τα μέσα ώστε να παράγει νέες ιδέες (Λιβιεράτος, 2013).

Το δεύτερο βήμα περιλαμβάνει την έρευνα γύρω από την ιδέα και την ανάπτυξη. Ουσιαστικά αφού πραγματοποιηθεί η αξιολόγηση των ιδεών και επιλεγεί η κατάλληλη ακολουθούν διάφορες φάσεις καθώς και η παραγωγή ενός πρωτότυπου προϊόντος. Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις διαθέτουν εξειδικευμένα τμήματα Έρευνας και Ανάπτυξης που ειδικεύονται στην αξιολόγηση, την έρευνα και την παραγωγή του πρωτοτύπου (Λιβιεράτος, 2013).

Στο τρίτο βήμα περιλαμβάνονται οι πρώιμοι χρήστες, δηλαδή το καταναλωτικό κοινό-στόχος που έχει θέσει η επιχείρηση που διοχετεύει την καινοτομία στην αγορά. Μεταξύ αυτών υπάρχουν τμήματα της αγοράς που για τα οποία η καινοτομία φέρει μεγαλύτερη αξία. Το τέταρτο και τελευταίο βήμα είναι η αγορά, δηλαδή η παρουσίαση του προϊόντος στο καταναλωτικό κοινό και η προσπάθεια εμπορευματοποίησης της (Κόβρας & Φιλλιπάκης, 2016).

2.11. Συστήματα καινοτομίας

Τα συστήματα αποτελούνται από τα συστατικά, τις σχέσεις και τα γνωρίσματα. Τα συστατικά αφορούν τα λειτουργικά μέρη του συστήματος και μπορεί να είναι παράγοντες ή οργανισμοί όπως άτομα, εταιρείες, τράπεζες, πανεπιστήμια, ερευνητικά ιδρύματα, πρακτορεία δημόσιας πολιτικής. Οι σχέσεις αποτελούν τους συνδέσμους μεταξύ των συστατικών και περιλαμβάνουν εμπορικές ή μη εμπορικές διασυνδέσεις. Τα συστήματα εμφανίζουν δυναμική και δεν παραμένουν στατικά εξαιτίας της σωστής και αποτελεσματικής ανατροφοδότησης. Ένας από τους σημαντικότερους τύπους σχέσεων σε ένα σύστημα καινοτομίας είναι η μεταφορά της τεχνολογίας (Carlsson, et al., 2002). Τέλος τα γνωρίσματα αφορούν τα χαρακτηριστικά των συστατικών και τις σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ τους, και σχετίζονται με την λειτουργία και τον σκοπό του συστήματος. Σκοπός της λειτουργίας ενός συστήματος καινοτομίας είναι να

δημιουργεί, να διαχέει και να χρησιμοποιεί την τεχνολογία. Επομένως ως βασικά χαρακτηριστικά του συστήματος θεωρούνται οι δυνατότητες των παραγόντων να δημιουργούν, να διαχέουν και να χρησιμοποιούν τεχνολογίες οι οποίες έχουν οικονομική αξία. Η βιβλιογραφία προσεγγίζει τα συστήματα καινοτομίες από διάφορες οπτικές. Η πρώτη προσέγγιση αφορά την ανάλυση των εισροών και των εκροών. Η προσέγγιση αυτή διοχετεύει όλο το ενδιαφέρον της στις ροές των αγαθών και των υπηρεσιών μεταξύ των τμημάτων της οικονομίας σε μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή. Τα στοιχεία και οι σχέσεις του συστήματος εμφανίζονται στο μέσο-επίπεδο και οι διασυνδέσεις μεταξύ των στοιχείων είναι κυρίως μιας κατεύθυνσης(Λάγιου, 2012).

Η επόμενη προσέγγιση έλαβε την ονομασία «επίπεδα ανάπτυξης». Η προσέγγιση αυτή εστιάζει στην αλληλουχία των ικανοτήτων, η οποία με μια σειρά δομικών εντάσεων καταλήγει σε μια ισορροπημένη κατάσταση. Ουσιαστικά, μια καινοτομία δημιουργεί νέες ευκαιρίες, οι οποίες θα γίνουν ορατές όταν οι προ απαιτούμενες εισροές και οι αγορές βρεθούν στη σωστή θέση. Εν συνεχεία, κάθε καινοτομία ενισχύει την ανάπτυξη της «δομικής έντασης», η οποία όταν επιλυθεί κάνει δυνατή την πρόοδο και μπορεί να προκαλέσει νέες εντάσεις και αν δεν επιλυθεί μπορεί να οδηγήσει την διαδικασία σε παύση(Ζαχαράκη, 2013).

Η τρίτη προσέγγιση είναι γνωστή ως «εθνικό σύστημα καινοτομίας». Το εν λόγω σύστημα διευρύνεται πέρα των εκροών και εισροών συμπεριλαμβάνοντας τις επιχειρήσεις και άλλους παράγοντες και οργανισμούς, ιδιαίτερα την επιστήμη και την τεχνολογία, όπως και τον ρόλο της τεχνολογικής πολιτικής. Η ανάλυση αφορά το εθνικό επίπεδο, καθώς οι δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης σε συνδυασμό με τον ρόλο των πανεπιστημίων, των ερευνητικών ιδρυμάτων και της κυβερνητικής πολιτικής θεωρούνται ως συστατικά ενός εθνικού συστήματος, και οι διασυνδέσεις μεταξύ τους εξετάζονται(Λάγιου, 2012).

Ένα άλλο σύστημα καινοτομίας που αναπτύχθηκε είναι τα «τομεακά συστήματα καινοτομίας». Τα τομεακά συστήματα καινοτομίας παρουσιάζουν μια πολυδιάστατη, ολοκληρωμένη και δυναμική θεωρία των τομέων. Ένα τομεακό σύστημα ουσιαστικά είναι ένα σύνολο προϊόντων και ένα σύνολο αντιπροσώπων, τα οποία εκπληρώνουν τις εμπορικές και μη-εμπορικές αλληλεπιδράσεις για την δημιουργία, την παραγωγή και τις πωλήσεις αυτών των προϊόντων. Ως αντιπρόσωποι νοούνται τα άτομα και οι οργανισμοί οι οποίοι εδράζουν σε διάφορα επίπεδα συνένωσης και αλληλεπιδρούν, μέσω διαδικασιών επικοινωνίας, συναλλαγής, συνεργασίας, συναγωνισμού και

εντολών, ενώ οι συγκεκριμένες αλληλεπιδράσεις διαμορφώνονται από τα ινστιτούτα. Επιπλέον έχει συγκεκριμένη γνωσιακή βάση, τεχνολογίες, εισροές και απαιτήσεις (Malerba, 2002).

Επιπλέον, τα «τοπικά βιομηχανικά συστήματα». Τα εν λόγω συστήματα στρέφουν την προσοχή τους στις διαφορές στην κουλτούρα και στον συναγωνισμό που είναι δυνατόν να επιφέρουν διαφορές μεταξύ των περιφερειών στον βαθμό της ιεραρχίας και της συγκέντρωσης, του πειραματισμού, της συνεργασίας και της συσσωρευμένης γνώσης. Ως αποτέλεσμα αυτών είναι η ύπαρξη διαφορών αναφορικά με τη δυνατότητα ενσωμάτωσης σε περιπτώσεις αλλαγής της τεχνολογίας και των αγορών (Ζαχαράκη, 2013)

Τα τελευταία συστήματα καινοτομίας που έχουν οριστεί είναι τα «τεχνολογικά συστήματα» τα οποία χαρακτηρίζονται ως αναλυτικά και δυναμικά, καθώς υπάρχουν πολλά τεχνολογικά συστήματα σε κάθε χώρα, τα οποία αναπτύσσονται και ποικίλουν με τον χρόνο. Είναι γεγονός ότι τα εθνικά σύνορα δεν καθορίζουν απαραίτητως τα όρια των συστημάτων και ταυτόχρονα ο ορισμός του συστήματος εστιάζει στις βασικές τεχνολογίες με γενικές αναφορές σε πολλές βιομηχανίες. Τα τεχνολογικά συστήματα περιέχουν εμπορικές και μη εμπορικές αλληλεπιδράσεις στις σχέσεις αγοραστών-προμηθευτών δηλαδή σε επίπεδο εισροών-εκροών, στα δίκτυα επίλυσης προβλημάτων και στα ανεπίσημα δίκτυα (Λάγιου, 2012)

2.12.Υποδείγματα καινοτομίας

2.12.1.Γραμμικά υποδείγματα καινοτομίας

Τα γραμμικά υποδείγματα καινοτομίας κατηγοριοποιούνται σε γραμμικό υπόδειγμα «τεχνολογικής ώθησης» και γραμμικό υπόδειγμα «ώθησης από την αγορά». Το υπόδειγμα της τεχνολογικής ώθησης πραγματοποιεί την υπόθεση ότι η έρευνα οδηγεί στην εφαρμογή ή οποία με τη σειρά της οδηγεί στην καινοτομία και εν τέλει στη δημιουργία αξίας σε μικροοικονομικό και μακροοικονομικό περιβάλλον (Godin, 2006).

Το συγκεκριμένο υπόδειγμα συνέβαλε στη δημιουργία της καινοτομίας από τη Βιομηχανική Επανάσταση έως τον Παγκόσμιο Πόλεμο και αναγνωρίζει τη δημιουργία τεχνολογικών αλλαγών και καινοτομίας ως απόρροια των ενεργειών της προσφοράς. Ουσιαστικά η χρηματοδότηση της βασικής έρευνας θα οδηγήσει στην ανάπτυξη εφαρμοσμένης έρευνας και εν τέλει στη δημιουργία καινοτομίας (Κόβρας & Φιλιπιάκης, 2016).

Το υπόδειγμα της ώθησης από την αγορά λειτουργεί ως συμπληρωματικό του προηγούμενου υποδείγματος εισάγοντας τη ζήτηση της αγοράς. Σύμφωνα με αυτό το υπόδειγμα η ζήτηση ενεργοποιεί τις δραστηριότητες της καινοτομίας. Δηλαδή, οι αποδοτικές λύσεις στις ανάγκες της αγοράς θα οδηγήσουν στη δημιουργία νέων γνώσεων οι οποίες θα οδηγήσουν στην καινοτομία. Το κύριο μειονέκτημα του συγκεκριμένου υποδείγματος είναι ότι δεν είναι πάντα εφικτό μια καινοτομία να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις της αγοράς (Schienstock, 2006)

2.12.2.Το αλυσιδωτό υπόδειγμα

Το **αλυσιδωτό μοντέλο** αξιολογεί τη σημασία της επιστήμης και της έρευνας στην καινοτόμο διαδικασία. Ως μοντέλο αποδίδει στις επιχειρήσεις μία κεντρική θέση στη διαδικασία της καινοτομίας και θεωρεί ότι ο σχεδιασμός είναι στη φύση της πλειοψηφίας των καινοτομιών. Ταυτόχρονα εστιάζει στις αλληλεπιδράσεις ανάμεσα στα διαφορετικά στάδια του γραμμικού μοντέλου και ανάμεσα στο τεχνολογικό σύστημα που επικρατεί στην αγορά.

2.12.3. Το υπόδειγμα της ενδοεπιχειρησιακής διαδικασίας

Στο εν λόγω υπόδειγμα η καινοτομία στηρίζεται στους μηχανισμούς αλληλεπίδρασης μεταξύ λειτουργιών και παραγόντων και ακολουθεί τα εξής στάδια:

- α) εργαστηριακή έρευνα
- β) χρηματοδότηση
- γ) έρευνα αγοράς
- δ) ανάπτυξη προϊόντος
- ε) παραγωγή και διάθεση του προϊόντος στην αγορά.

2.12.4. Το υπόδειγμα της καινοτομίας στο σύστημα θεσμών και οργάνων

Η καινοτομική δραστηριότητα αξιοποιεί πλεονεκτήματα που δημιουργούν τα δίκτυα που συνδέουν την επιχείρηση με το περιβάλλον της: πανεπιστημιακά εργαστήρια, δημόσια ινστιτούτα Έρευνας και Ανάπτυξης, τμήματα Έρευνας και Ανάπτυξης άλλων επιχειρήσεων, οργανισμοί μεταφοράς τεχνολογίας, συστήματα τεχνολογικής πληροφόρησης, οργανισμοί χρηματοδότησης και τέλος, κρατικά όργανα άσκησης πολιτικής.

2.12.5. Το υπόδειγμα της καινοτομίας στο πλαίσιο βιομηχανικής συνοικίας

Το εν λόγω υπόδειγμα ορίζει κάποιες ευνοϊκές προϋποθέσεις που δημιουργούνται για την καινοτομία από την ενίσχυση εταιρειών υπηρεσιών παραγωγής που ιδρύονται από ομάδες επιχειρήσεων, όπως εταιρείες έρευνας αγοράς, πληροφόρησης, εμπορικής προώθησης, προώθησης εξαγωγών κ.λπ. Η οργάνωση βιομηχανικών και τεχνολογικών πάρκων και η μεγαλύτερη εγγύτητα των επιχειρήσεων που ενισχύουν τις τοπικές συσπειρώσεις και τη δημιουργία εξωτερικών οικονομιών δημιουργούν επίσης, ευνοϊκές προϋποθέσεις για ανάπτυξη καινοτομίας.

2.12.6. Το υπόδειγμα της καινοτομίας στο ψηφιακό περιβάλλον

Η καινοτομία σε ψηφιακό περιβάλλον αφορά τις νέες προοπτικές που δημιουργεί το διαδίκτυο ενισχύοντας την καινοτομική δραστηριότητα των επιχειρήσεων.

Κεφάλαιο 3^ο

3.1.Σύνδεση επιχειρηματικότητας και καινοτομίας

Η επιχειρηματικότητα παρουσιάζει πλήθος ορισμών και προσεγγίσεων, ωστόσο είναι κοινά αποδεκτό ότι αποτελεί νοοτροπία ανθρώπων που είναι μέλη μιας ετερογενούς ομάδας και οι οποίοι εμφανίζουν την ικανότητα να αναγνωρίζουν σημαντικές ευκαιρίες και να οργανώνονται ώστε να υλοποιήσουν τον επιδιωκόμενο στόχο. Επομένως, η επιχειρηματικότητα εμφανίζει μια συμβατότητα με την καινοτομία η οποία αποβλέπει συνεχώς σε κάτι νέο. (Μιχιώτης & Οικονόμου, 2006)

3.2.Οικονομικές θεωρίες για την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία

Όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω πολλοί ερευνητές και μελετητές συνδέουν την επιχειρηματικότητα με την καινοτομία παρουσιάζοντας βασικές θεωρήσεις που υποστηρίζουν αυτή τη σύνδεση. Ωστόσο υπάρχουν και βασικές οικονομικές θεωρίες οι οποίες δεν υποστηρίζουν την ύπαρξη συσχετισμού μεταξύ των δυο εννοιών.

Σύμφωνα με την κλασική οικονομική θεωρία η αγορά είναι ένας μηχανισμός κατανομής των πόρων όπου οι διαδικασίες της προσφοράς και της ζήτησης αλληλεπιδρούν με τέτοιο τρόπο ώστε να παρουσιάζεται στην αγορά ισορροπία. Κατά αυτή τη θεωρία η καινοτομία χαρακτηρίζεται ως μια ανεξήγητη και απροσδόκητη μετατόπιση της προσφοράς. Οι κλασικοί οικονομολόγοι πιστεύουν ότι η αύξηση της παραγωγικότητας επιφέρει αντίστοιχη πληθυσμιακή αύξηση η οποία λειτουργεί ως αιτία για την μείωση της παραγωγικότητας. Με άλλα λόγια υποστηρίζουν ότι η αύξηση των εισοδημάτων άνω του επιπέδου επιβίωσης οδηγεί σε αύξηση του πληθυσμού η οποία με τη σειρά της επιφέρει μειωμένες επιστροφές και επομένως μείωση της παραγωγικότητας. Άρα, σύμφωνα με την κλασική θεωρία τα εισοδήματα πρέπει να παραμένουν σε επίπεδα επιβίωσης ή και χαμηλότερα. Το συμπέρασμα, λοιπόν, που ανάγεται βάση της κλασικής θεωρίας, είναι ότι σε ένα τέτοιο σύστημα η επιχειρηματικότητα και η καινοτομία θεωρούνται ασυμβίβαστες έννοιες. (Parkin, et al., 1997)

Η νεοκλασική οικονομική θεωρία αναλύει με ποιον τρόπο η αποταμίευση, η επένδυση και η οικονομική ανάπτυξη ανταποκρίνονται στην πληθυσμιακή αύξηση και τις μεταβολές της τεχνολογίας. Η συγκεκριμένη θεωρία αντιμετωπίζει την καινοτομία ως μια μεταβλητή που επηρεάζει τις λειτουργίες της προσφοράς/παραγωγής και

ζήτησης και την ισορροπία της αγοράς. Οι νεοκλασικοί οικονομολόγοι υποστηρίζουν ότι η καινοτομία προκαλείται από πολλούς ανεξάρτητους παράγοντες και μηχανισμούς όποτε στελέχη που δρουν λογικά είναι σε θέση να την ελέγξουν, ωστόσο όχι και να επηρεάσουν τον ρυθμό της. Πιο συγκεκριμένα, η καινοτομία που οφείλεται σε τεχνολογικές αλλαγές επηρεάζει τις λειτουργίες της προσφοράς με την αντικατάσταση του παράγοντα της εργασίας παραγωγής με τον παράγοντα του κεφαλαίου. Η αντίδραση της αγοράς θα είναι η παραγωγή μιας νέας κατάστασης ισορροπίας. Εντούτοις, οι οργανωτικές και τεχνολογικές καινοτομίες δεν αναλύονται στην νεοκλασική θεωρία, αλλά αντιμετωπίζονται ως αιτίες που ενσωματώνονται είτε στο κεφάλαιο είτε στις απαιτούμενες γνώσεις για τη διαχείριση του κεφαλαίου και των ανθρώπινων πόρων. (Fonsesca, 2002)

Τέλος, η εξελικτική θεωρία αποτελεί μια από τις πρώτες θεωρίες που προσπάθησαν να αναλύσουν τις έννοιες της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας και να τις συνδέσουν μεταξύ τους. Σύμφωνα με την εξελικτική θεωρία η καινοτομία ορίζεται ως υλοποίηση νέων συνδυασμών. Ο ορισμός αυτός αναφέρεται στην εισαγωγή ενός νέου προϊόντος, στην εισαγωγή μιας νέας μεθόδου παραγωγής, στο άνοιγμα νέας αγοράς, στην κατάκτηση μιας νέας πηγής πρώτων υλών και στην εισαγωγή μιας νέας μορφής οργάνωσης βιομηχανίας. Ωστόσο οι συνδυασμοί για να υλοποιηθούν απαιτούν έλεγχο των μέσω παραγωγής ενώ στις περισσότερες περιπτώσεις ο επιχειρηματίας πρέπει να επιτύχει άντληση κεφαλαίων ώστε να καταφέρει να πραγματοποιήσει ένα ή και παραπάνω συνδυασμούς από τους παραπάνω. (Κουλουριώτη, et al., 2012)

Ωστόσο η εξελικτική θεωρία δεν εμφανίζει ενδιαφέρον τόσο για την προσωπικότητα του επιχειρηματία όσο για την μέθοδο με την οποία λειτουργεί, αντιμετωπίζει δηλαδή τον επιχειρηματία ως φορέα του μηχανισμού που θα επιφέρει αλλαγή. Η εμφάνιση των νέων αγορών και τα νέα ευρήματα, θα είχαν εμφανιστεί ούτως ή άλλως λόγω της εξελικτικής διαδρομής του κοινωνικοοικονομικού συστήματος, όμως απαιτείται να πραγματοποιηθούν από ένα ενεργό μέλος της κοινωνίας, τον επιχειρηματία. (Schumpeter, 1942)

3.3.Θεσμοί-Καινοτομία-Επιχειρηματικότητα

Οι θεσμοί είναι απαραίτητοι για την ομαλή λειτουργία μιας κοινωνίας. Βάση αυτών ιδρύονται επιχειρήσεις, υιοθετούνται πρακτικές και ευρεσιτεχνίες και προστατεύονται τα δικαιώματα των φυσικών και νομικών προσώπων, ενώ ταυτόχρονα ελέγχουν και καθορίζουν πώς θα συμπεριφέρονται τα φυσικά και νομικά πρόσωπα αναφορικά με τις υποχρεώσεις και τα δικαιώματά τους. Για κάποιους μελετητές η θεσμική θεωρία αναγνωρίζει τη σημασία των οικονομικών δυνάμεων για τη διαμόρφωση των κοινωνικών και οργανωτικών συστημάτων και εξετάζει τη συμπεριφορά των οργανώσεων, των ατόμων και άλλων εξωτερικών δυνάμεων, ενώ άλλοι αποδέχονται τους θεσμούς ως κοινωνικές δομές που έχουν ένα υψηλό βαθμό αντοχής και περιλαμβάνουν γνωστικά, κανονιστικά και ρυθμιστικά στοιχεία. Μια επιπλέον άποψη που επικρατεί είναι ότι οι θεσμοί καθορίζουν και επηρεάζουν τα κόστη συναλλαγής και μεταφοράς και επομένως την εφικτότητα και κερδοφορία των εμπλεκόμενων σε μια οικονομική δραστηριότητα. Από πολλούς μελετητές εκφράζεται η άποψη ότι οι θεσμοί αποτελούν ένα σύνολο διαδικασιών το οποίο επιφέρει ένα προβλέψιμο και συγκεκριμένο αποτέλεσμα . ουσιαστικά αναφέρονται σε κανόνες, κανονισμούς, κουλτούρα, έθιμα, παραδόσεις που συναντώνται σε μία κοινωνία. Με άλλα λόγια, οι θεσμοί είναι άτυποι και τυπικοί κανόνες οι οποίοι πλαισιώνουν μια συγκεκριμένη συμπεριφορά για τα άτομα της κοινωνίας. Ως τυπικοί χαρακτηρίζονται οι θεσμοί οι οποίοι είναι καταγεγραμμένοι και επιπλέον αποδεκτοί από το σύνολο των μελών μιας κοινωνίας. Οι άτυποι θεσμοί δεν είναι καταγεγραμμένοι, όπως συμβαίνει με τους τυπικούς, ωστόσο όλα τα μέλη της κοινωνίας τους αποδέχονται και τους σέβονται. Αυτό σημαίνει πως οι ίδιοι θεσμοί δεν θα είχαν τα ίδια αποτελέσματα σε όλες τις χώρες (Σαλμίδου, 2018).

Τον τελευταίο καιρό ενισχύεται συνεχώς η άποψη ότι οι θεσμοί είναι δυνατόν να επιδράσουν θετικά στην καινοτομία. Σχετικές έρευνες έχουν αναδείξει ότι κράτη και χώρες υιοθετώντας θεσμούς που υποστηρίζουν την ατομική ελευθερία και έχουν πολίτες που εμπιστεύονται τις εκάστοτε κυβερνήσεις, νόμους και κανόνες, χαρακτηρίζονται από μεγαλύτερη δημιουργικότητα, γεγονός που οδηγεί σε καλύτερη καινοτομία. Με άλλα λόγια έδειξα πως οι πιο δημοκρατικές κοινωνίες (που υποστηρίζουν τις ατομικές ελευθερίες) συνδέονται με περισσότερη καινοτομία, λόγω της δικαιοσύνης και της λογοδοσίας από την πλευρά των πολιτικών. Ακόμα, αν το θεσμικό πλαίσιο προβλέπει ότι η δημιουργία μιας καινοτομίας θα επιφέρει οφέλη και

κέρδη στο δημιουργό της, δηλαδή την επιχείρηση, αποκλείοντας άλλες όμορες επιχειρήσεις να χρησιμοποιούν τη συγκεκριμένη καινοτομία, τότε οι επιχειρήσεις έχουν κίνητρο ώστε να προβούν σε πιο εντατικές έρευνες για καινοτόμες δράσεις. Ως συνέπειες του παραπάνω θεσμικού πλαισίου εμφανίζονται η δημιουργία εμποδίων εισόδου για νέες επιχειρήσεις, η αύξηση των εσόδων και του κέρδους της επιχείρησης που έχει εφεύρει αυτή την καινοτομία και η μείωση του κόστους της, δίνοντάς της ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθούμε στην ποιότητα των θεσμών. Το θεσμικό πλαίσιο οφείλει να είναι ποιοτικό και να κινείται με γνώμονα τα δικαιώματα των πολιτών και την ομαλή και εύκολη εξυπηρέτησή τους. Με άλλα λόγια, ένα θεσμικό πλαίσιο που αποτελείται από πολλούς ελέγχους και υψηλά κόστη θα λειτουργήσει αποτρεπτικά ως προς τα επιχειρηματικά και καινοτόμα εγχειρήματα(Ξανθουδάκης & Γεωργιακάκης, 2015).

Μια άλλη σχέση που έχει εξίσου ενδιαφέρον είναι αυτή που εμφανίζεται ανάμεσα στην επιχειρηματικότητα και τους θεσμούς. Η βιβλιογραφία αναδεικνύει τον άρρηκτο δεσμό μεταξύ αυτών των δυο εννοιών. Πιο συγκεκριμένα, η επιχειρηματικότητα είναι δύσκολο να αναπτυχθεί σε χώρες και κράτη που υιοθετούν τυπικούς θεσμούς οι οποίοι είναι αδύναμοι ή πολλοί, λεπτομερείς και ενίοτε με ασάφειες. Κρίνεται αναγκαίο οι κυβερνήσεις να στραφούν προς την υιοθέτηση ποιοτικού θεσμικού πλαισίου αναφορικά με την επιχειρηματικότητα. Το συγκεκριμένο θεσμικό πλαίσιο πρέπει να ορίζει μια βάση του τρόπου δράσης των επιχειρήσεων για τη δημιουργία και διάθεση νέων προϊόντων και υπηρεσιών και ταυτόχρονα να ορίζει τους τρόπους με τους οποίους θα ελέγχεται η νομιμότητα των δράσεων αυτών.

Στις αναπτυσσόμενες χώρες το θεσμικό πλαίσιο είναι αδύναμο. Επομένως συνίσταται η χρήση της θεσμικής επιχειρηματικότητας με στόχο την ενίσχυση των θεσμών. Ουσιαστικά η θεσμική επιχειρηματικότητα στοχεύει στην εξολοκλήρου αλλαγή του υπάρχοντος θεσμικού πλαισίου και ο ρόλος της στην προσπάθεια αυτή είναι ενεργός. Παράδειγμα τέτοιων ατόμων είναι επιχειρήσεις που ασκούν πίεση στην κυβέρνηση να αναθεωρήσει ή να εισάγει νέες ρυθμίσεις. Η θεσμική επιχειρηματικότητα είναι δυνατόν εφαρμοστεί και σε ένα αρκετά ισχυρό θεσμικό πλαίσιο χωρίς να περιορίζεται μόνο στα άτομα, αλλά να επεκτείνεται και στους οργανισμούς. Με άλλα λόγια, τα άτομα και οι οργανισμοί μπορούν να αλλάξουν το θεσμικό πλαίσιο, όχι μόνο με ατομική προσπάθεια, αλλά και συνεργατική(Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών, 2010).

Τόσο οι τυπικοί όσο και οι άτυποι θεσμοί είναι σημαντικοί για την εμπιστοσύνη. Ωστόσο, να σημειωθεί ότι οι άτυποι θεσμοί είναι πιο αποτελεσματικοί από τους τυπικούς και αυτό μπορεί να συμβαίνει διότι οι άτυποι θεσμοί περιορίζουν τον καιροσκοπισμό, συνήθως μέσω των θρησκευτικών και κοινωνικών κυρώσεων. Στις χώρες που οι τυπικοί θεσμοί είναι αδύναμοι, όσο αυξάνεται η κοινωνική απόσταση μεταξύ των ατόμων, μειώνονται οι ηθικοί κώδικες και οι πληροφορίες με αποτέλεσμα να αποδυναμώνεται η εμπιστοσύνη. Σχετικές έρευνες έχουν δείξει ότι η οικονομική ελευθερία είναι σημαντική για την καινοτομία μέσω της δημιουργικότητας και της γνώσης ενώ επιπλέον συμπέραναν πως αυτοί οι θεσμοί έχουν πολλά οφέλη για τις επιχειρήσεις. Ενδεικτικά, οι επιχειρήσεις έχουν πρόσβαση σε δίκτυα του κλάδου τους και σε νέες τεχνολογίες, προσελκύουν ξένους επενδυτές, ενισχύεται η πιθανή συνεργασία με αυτούς και βελτιώνεται το προφίλ της εκάστοτε επιχείρησης. Ένας τρόπος ακόμα για να ενισχυθεί η καινοτομία μέσω των θεσμών είναι η δημιουργία της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης. Η ηλεκτρονική διακυβέρνηση αφορά τη μεταβίβαση πληροφοριών και υπηρεσιών μέσω διαδικτύου και άλλων ψηφιακών μέσων και στόχο έχει τη βελτίωση της σχέσης των πολιτών, των επιχειρήσεων και άλλων δημόσιων αρχών. Ωστόσο, να σημειωθεί ότι οι θεσμοί είναι απαραίτητοι για την επιχειρηματικότητα, αλλά από μόνοι τους δεν είναι επαρκείς. Οι δεξιότητες και οι γνώσεις παίζουν σημαντικό ρόλο για την επιχειρηματικότητα σε όλες τις χώρες (Σαλμίδου, 2018).

3.4.Εμπιστοσύνη-Καινοτομία-Επιχειρηματικότητα

Τα τελευταία χρόνια δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στη μελέτη σχετικά με την εμπιστοσύνη. Αρκετές έρευνες έχουν δείξει ότι όταν υπάρχει εμπιστοσύνη μεταξύ των ατόμων που εμπλέκονται σε μια συναλλαγή οποιασδήποτε μορφής, τα αποτελέσματα είναι θετικά. Στην Οικονομική Επιστήμη, διερευνάται συνήθως η σχέση της εμπιστοσύνης με διάφορες μεταβλητές, όπως, μεταξύ άλλων, η επιχειρηματικότητα, η καινοτομία ή η ανάπτυξη μιας χώρας.

Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ (2011) η εμπιστοσύνη αντανάκλα την αξιοπιστία των ανθρώπων. Κατά ένα άλλο ορισμό η εμπιστοσύνη χαρακτηρίζεται ως η προσδοκία θετικών αποτελεσμάτων. Ένας άλλος ορισμός είναι αναφέρει ότι η εμπιστοσύνη είναι η προσδοκία ότι ο ένας συναλλασσόμενος είναι αξιόπιστος για να φέρει εις πέρας τις υποχρεώσεις του, συμπεριφέρεται με έναν προβλέψιμο τρόπο, δρα και

διαπραγματεύεται δίκαια όταν υπάρχει κίνητρο για καιροσκοπία. Πολλοί μελετητές προσδίδουν στην εμπιστοσύνη 3 χαρακτηριστικά. Τα όριο, δηλαδή δεν είναι ανεξάντλητη. Η υπερβολική και η ελάχιστη/καθόλου εμπιστοσύνη δεν έχει καλές επιπτώσεις στη σχέση των συνεργατών. Επίσης, σημαντικό στοιχείο είναι ότι μέσω της εμπιστοσύνης οι εμπλεκόμενοι σε μια επιχειρηματική δράση μπορούν να μάθουν από τους συνεργάτες τους, δεν παρατηρούνται δηλαδή φαινόμενα αυθεντίας. Με άλλα λόγια η εμπιστοσύνη είναι αποτέλεσμα της πρόβλεψης της συμπεριφοράς ενός από τους συνεργάτες, της αμοιβαίας εξάρτησης μεταξύ τους και της αφοσίωσης που δείχνουν. Η ύπαρξη αυτών των τριών χαρακτηριστικών είναι δείγμα μιας στενής σχέσης βασισμένη στην εμπιστοσύνη.

Ύπαρξη εμπιστοσύνης μεταξύ των ατόμων που εμπλέκονται σε μια συναλλαγή επιφέρει επωφελή αποτελέσματα για όλους. Η ύπαρξη αμοιβαίας εμπιστοσύνης επιτρέπει τη μεταφορά πληροφοριών οι οποίες είναι ακριβείς και σχετικού ενδιαφέροντος. Ως συνέπεια αυτού οι επιχειρήσεις απολαμβάνουν υψηλότερα επίπεδα κερδών, εσόδων και καινοτομίας. Επιπλέον, αποτέλεσμα της εμπιστοσύνης είναι η αποτελεσματική διαπραγμάτευση μεταξύ των εμπλεκόμενων, λιγότερες συγκρούσεις, άρα υψηλότερη απόδοση με καλύτερα αποτελέσματα. Επομένως η ύπαρξη εμπιστοσύνης ενισχύει την ικανότητα των επιχειρήσεων να ανταλλάσουν γνώσεις και ακριβείς πληροφορίες και επιπλέον να συνδυάζουν σημαντικούς πόρους ώστε να προωθήσουν την καινοτομία. Το ίδιο μπορεί να συμβεί και με την επιχειρηματικότητα. Ωστόσο η βιβλιογραφία επισημαίνει ότι η υπερβολική εμπιστοσύνη δεν βοηθά αρκετά. Πιο αναλυτικά, η εμπιστοσύνη, μέχρι ένα σημείο βοηθά την επιχείρηση να πάρει αποφάσεις που μπορεί να εμπεριέχουν κίνδυνο και αλλά είναι επωφελείς, καθώς μεταφέρεται γνώση. Ωστόσο μόλις αυτό το σημείο ξεπεραστεί, η επιχείρηση που εμπιστεύεται πολύ, κινδυνεύει να έχει αρνητικές επιπτώσεις, όπως για παράδειγμα να πραγματοποιήσει ένα εγχείρημα που έχει μεγάλο κίνδυνο και να χάσει ένα μεγάλο μέρος των εσόδων και συνεπώς των κερδών της. Κατ' αυτόν τον τρόπο επηρεάζεται και η απόδοσή της, όσον αφορά την καινοτομία. Αξιόλογα είναι και τα στοιχεία όταν η εμπιστοσύνη μεταξύ των συναλλασσομένων είναι χαμηλή. Σε μια τέτοια περίπτωση η μια πλευρά της συναλλαγής δεν παρέχει την απαιτούμενη προσοχή στην άλλη και η δεύτερη με τη σειρά της, δεν δίνει τις απαραίτητες, σχετικές και ακριβείς πληροφορίες στην πρώτη. Επομένως η συνεργασία θεωρείται ζημιογόνα και για τις δυο πλευρές. Τα άτομα υιοθετούν μια στάση άμυνας γεγονός το οποίο τους αναγκάζει να μην δίνουν

σημασία στις πληροφορίες που λαμβάνουν και να μην συγκεντρώνονται στο πρόβλημα. Αποτέλεσμα αυτών είναι οι προσπάθειες για προαγωγή καινοτομίας ή η δημιουργία κάποιας επιχειρηματικής δράσης να μην είναι επωφελείς. Επομένως, η έλλειψη εμπιστοσύνης μειώνει τα επίπεδα αποτελεσματικότητας σε προβλήματα που χρήζουν από κοινού επίλυσης. Η από κοινού επίλυση των προβλημάτων ενισχύει την εμπιστοσύνη (Κουλουριώτη, et al., 2012).

Να σημειωθεί ότι η ύπαρξη ή όχι της εμπιστοσύνης πρέπει να συνοδεύεται από κάποιο μηχανισμό ελέγχου ανεξάρτητα από το πόση εμπιστοσύνη υπάρχει μεταξύ των συνεργατών. Στην περίπτωση όπου δεν υπάρχει εμπιστοσύνη χρειάζεται να γίνεται συχνός έλεγχος για τα αποτελέσματα. Ο έλεγχος αφορά δομικές ρυθμίσεις που επηρεάζουν τα μέλη ενός οργανισμού και έχει ως στόχο να βοηθήσει τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις να πετύχουν τους στόχους τους και να μειώσουν την πιθανότητα πραγματοποίησης αποτελεσμάτων που δεν είναι επιθυμητά. Δηλαδή η μια επιχείρηση ελέγχει την άλλη και οι δύο μαζί αλληλεπιδρούν. Βέβαια, στον επιχειρησιακό κλάδο, πολλές φορές δεν είναι απαραίτητη η εμπιστοσύνη, εφόσον υπάρχουν εξωτερικοί έλεγχοι. Συγκεκριμένα, επιχειρήσεις μπορούν να συνεργάζονται χωρίς να υπάρχει μεταξύ τους εμπιστοσύνη, απλά και μόνο επειδή υπάρχει κάποιος μηχανισμός ελέγχου που θα τιμωρήσει όποιον αποκλίνει από τη συνεργασία (Γκαγκάτσιος & Λελεδάκης, 2008).

Η εμπιστοσύνη, για να δημιουργηθεί και να διαρκέσει σε μακροχρόνιο ορίζοντα, πρέπει τα συνεργαζόμενα μέλη να έχουν συχνές επαφές, να ανταλλάσσουν γνώσεις, να δίνουν ακριβής πληροφορίες και λεπτομερείς επεξηγήσεις για τις αποφάσεις που λαμβάνονται, να υπάρχει ανοιχτή επικοινωνία, να αποκτήσουν το αίσθημα της κοινής ευθύνης και να λύνουν από κοινού τα τυχόν προβλήματα που προκύπτουν. Όλη η ανάλυση περί εμπιστοσύνης μεταξύ κάποιων επιχειρήσεων γίνεται για την από κοινού συνεργασία με στόχο την εκπόνηση μιας καινοτόμας δραστηριότητας ή ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος. Τα βασικά χαρακτηριστικά των από κοινού επιχειρηματικών εγχειρημάτων είναι η ύπαρξη εμπιστοσύνης, ο έλεγχος και η δυνατότητα της ανταλλαγής γνώσεων. Αυτά τα στοιχεία συνεξελίσσονται και ως συνέπεια καλλιεργείται η αμοιβαία κατανόηση μεταξύ των συνεργατών. Υψηλότερη είναι η εμπιστοσύνη μεταξύ ανθρώπων που παρουσιάζουν ίδια χαρακτηριστικά και είναι κοινωνικά όμοιοι. Με άλλα λόγια οι κοινωνίες που χαρακτηρίζονται κοινωνικά,

εθνολογικά και οικονομικά ως ομοιογενείς και έχουν λάβει τα κατάλληλα μέτρα για να αποφεύγεται ο καιροσκοπισμός είναι πιο ανεπτυγμένες(Σάκαλη, 2019).

3.5.Τρόποι στήριξης της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας

Η έρευνα για την επιχειρηματικότητα και τη δυναμική της καινοτομίας επικεντρώνεται κυρίως στη σύλληψη, τη χρηματοδότηση και τη σύσταση νέων ή ακόμη και στη μετατροπή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε επιχειρηματικά μοντέλα που βασίζονται στην καινοτομία. Η υποστήριξη για τη σύλληψη νέων επιχειρήσεων σκόπιμο είναι να περιλαμβάνει ένα είδος ημιδομημένης διαδικασίας, που κυμαίνεται από την παραγωγή ιδεών και τη συγκρότηση ομάδας, έως τον ορισμό ενός αρχικού επιχειρησιακού μοντέλου και την ολοκλήρωση ενός επιχειρησιακού σχεδίου, που μπορεί να παρουσιαστεί με επιτυχία σε χρηματοδότες και άλλα ενδιαφερόμενα μέρη. Η υποστήριξη της στροφής προς την καινοτομία έχει μακρά παράδοση από πλευράς των περιφερειακών, εθνικών και υπερεθνικών παρεμβάσεων πολιτικής, παράλληλα με την ακαδημαϊκή έρευνα που αναλύει εκτενώς αυτά τα φαινόμενα. Οι διαγωνισμοί επιχειρηματικών σχεδίων και επιχειρηματικών ιδεών είναι οι πιο συχνά συναντώμενοι μηχανισμοί υποστήριξης για τη σύσταση επιχειρήσεων. Το επιχειρηματικό σχέδιο θα είναι το αποτέλεσμα μιας συνεχώς βελτιούμενης διαδικασίας σχεδιασμού και προγραμματισμού, όπου υπάρχει δυναμική αλληλεπίδραση μεταξύ σχεδιασμού και μάθησης, με σκοπό την αξιολόγηση των επιλογών και τη λήψη αποφάσεων(Βασιλάκης & Μουζάκης, 2010).

Το βασικό εμπόδιο για την προσέλκυση κεφαλαίων είναι η έλλειψη γνώσης σχετικά με την προσέλκυση των επενδυτών. Οι λόγοι για αυτό το φαινόμενο είναι πολλοί. Οι νέοι εταίροι και οι επενδυτές μιλούν διαφορετικές γλώσσες, ενώ για πολλούς, υπάρχει έλλειψη γνώσης σε οικονομικά θέματα και έλλειψη τεχνογνωσίας για την παρουσίαση, την επικοινωνία και την προβολή των βασικών παραμέτρων που αναζητούν οι επενδυτές στις αλληλεπιδράσεις τους με τις νεοσύστατες επιχειρήσεις. Κατά συνέπεια, πρέπει να δοθεί έμφαση στις οικονομικές γνώσεις και στον κώδικα επικοινωνίας των επενδυτών. Όσον αφορά τη συλλογική τα νομικά ζητήματα στις τοπικές αγορές πρέπει να επιλυθούν και οι κοινοπραξίες να ενημερώνονται για τις διάφορες μορφές χρηματοδότησης από το πλήθος. Στην κατεύθυνση αυτή βοηθούν οι πρωτοβουλίες που λαμβάνονται για τη σύσταση θερμοκοιτίδων. Η διαδικασία αυτή περιλαμβάνει συνήθως επιχειρηματική και τεχνική βοήθεια, μέσω αλληλεπιδράσεων

συμβουλευτικής και δικτύωσης. Το αποτέλεσμα μιας διαδικασίας επώασης είναι μια επιχείρηση που παράγει έσοδα με μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης και μπορεί να σταθεί μόνη της πριν εξέλθει από το ασφαλές πλαίσιο της θερμοκοιτίδας (COM, 2003).

Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω καθίσταται σαφές ότι ο τομέας της επιχειρηματικότητας και της υποστήριξης της καινοτομίας είναι σε διαρκή εξέλιξη, τόσο σε επίπεδο ακαδημαϊκής έρευνας, αλλά και επιχειρηματικής πρακτικής.

Αναφορικά με τις πολιτικές για καινοτομία να σημειωθεί ότι η πολιτική καινοτομίας ασχολείται πρωτίστως με τη διασφάλιση της δημιουργίας νέων γνώσεων και την αύξηση της αποτελεσματικότητας των δημόσιων επενδύσεων στην καινοτομία, βελτιώνοντας την αλληλεπίδραση μεταξύ των κύριων φορέων του συστήματος καινοτομίας (π.χ. πανεπιστήμια, έρευνα και επιχειρήσεις) και τη δημιουργία των κατάλληλων κινήτρων για την καινοτομία του ιδιωτικού τομέα για τη μετατροπή της γνώσης σε οικονομικές αξίες και εμπορική επιτυχία.

Κεφάλαιο 4^ο: Μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις

4.1.Μικρομεσαίες επιχειρήσεις: Δομή πληθυσμού

Σε παγκόσμιο επίπεδο ο όρος της μικρομεσαίας επιχείρησης είναι ιδιαίτερα διαδεδομένος. Το 1992 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή με έκθεσή της προτείνει τον ορισμό των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε κοινοτικό επίπεδο. Τα κριτήρια που περιλαμβάνονταν στην έκθεση αφορούσαν τον αριθμό των απασχολούμενων ατόμων, τον κύκλο εργασιών των επιχειρήσεων, τον συνολικό ισολογισμό και την ανεξαρτησία. Ο αριθμός των ατόμων που απαρτίζουν το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης είναι ένα από τα βασικά κριτήρια που χαρακτηρίζουν μια μικρομεσαία επιχείρηση, ωστόσο κρίθηκε σημαντικό και αναγκαίο να καθιερωθεί και ένα χρηματοοικονομικό κριτήριο το οποίο θα προσδιορίζει την απόδοση της επιχείρησης και τη θέση της συγκριτικά με τους ανταγωνιστές της. Αναφορικά με την ανεξαρτησία, θεωρείται σημαντικό στοιχείο της μικρομεσαίας επιχείρησης σε περίπτωση που είναι μέλος ενός ομίλου, καθώς αντικατοπτρίζει τη δυνατότητα της να έχει πρόσβαση σε κεφάλαια και υποστήριξη που δεν απολαμβάνουν άλλες όμοιες σε μέγεθος επιχειρήσεις. Ως μικρή χαρακτηρίζεται μια επιχείρηση η οποία έχει ως ανθρώπινο δυναμικό 50 υπαλλήλους και ο ετήσιος κύκλος εργασιών της ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού της δεν ξεπερνάει τα 10 εκατ. ευρώ, ενώ ως μεσαία ορίζεται η επιχείρηση που απασχολεί έως 250 υπαλλήλους και ο ετήσιος κύκλος εργασιών της δεν υπερβαίνει τα 50 εκατ. ευρώ ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού της δεν υπερβαίνει 43 εκατ. ευρώ (Τσάντου, 2011).

4.1.1.Μικρομεσαίες επιχειρήσεις και παγκόσμια αγορά

Είναι γεγονός ότι λαμβάνουν χώρα συνεχείς αλλαγές στην παγκόσμια οικονομία, επομένως οι επιχειρήσεις προκειμένου να ανταπεξέλθουν σε αυτές τις αλλαγές πρέπει και οι ίδιες να πραγματοποιούν μεταρρυθμίσεις. Η ανάπτυξη της παγκόσμιας οικονομίας οφείλεται σε ένα πλήθος παραγόντων. Οι κυριότεροι από αυτούς είναι η αύξηση που παρουσίασε η κινητικότητα του ανθρώπινου δυναμικού, η εξέλιξη και βελτίωση που πραγματοποιήθηκαν στις μεθόδους της πληροφόρησης και των επικοινωνιών, οι τεχνολογικές εξελίξεις που ωφελούν τις μικρές επιχειρήσεις, ο περιορισμός των εμπορικών κωλυμάτων με τη σύναψη συμφωνιών στο πλαίσιο της Γενικής Συμφωνίας Δασμών και Εμπορίου, η ανάπτυξη των κεφαλαιαγορών σε παγκόσμιο επίπεδο κλπ (Κορρές, 2015).

Το μεγαλύτερο ποσοστό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων δραστηριοποιούνται στην εγχώρια αγορά, ωστόσο υπάρχει και ένας αριθμός μικρομεσαίων επιχειρήσεων που έχει επεκταθεί στην παγκόσμια αγορά. Οι κυριότεροι παράγοντες που στρέφουν το ενδιαφέρον των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην παγκόσμια αγορά είναι η επιδίωξη επιχειρηματικής ανάπτυξης και παράγοντες που σχετίζονται με την διεθνοποίηση μέσα από την συμμετοχή στις αγορές του εξωτερικού. Η συμμετοχή μιας μικρομεσαίας επιχείρησης στην παγκόσμια αγορά μπορεί να επιφέρει αύξηση της παραγωγικότητας και της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης, να ανοίξει νέους δρόμους σε πιο κερδοφόρες αγορές, να παρέχει πρόσβασης ε πλήθος νέων ιδεών για προϊόντα και καινοτομίες, να μειώσει τα κόστη έρευνας και ανάπτυξης, διοίκησης, παραγωγής και marketing, να επεκτείνει τον κύκλο ζωής των προϊόντων κλπ (Κουλουριώτη, et al., 2012).

4.1.2. Δυνατά σημεία μικρών επιχειρήσεων

Βάση μελετών και δεδομένων τα κέρδη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι υψηλότερα από εκείνα των μεγάλων επιχειρήσεων. Από τις ίδιες μελέτες προκύπτει ότι οι μικρές επιχειρήσεις είναι δυνατόν να εξασφαλίσουν υψηλότερη απόδοση καθαρής θέσης συγκριτικά με τις μεγάλες. Βάση των μελετών δυο είναι οι λόγοι που υφίσταται αυτό το φαινόμενο. Ο πρώτος υποστηρίζει ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι σε θέση να ανταπεξέλθουν με πιο γοργούς ρυθμούς και με μικρότερο κόστος στον αυξανόμενο ρυθμό αλλαγών σε προϊόντα, υπηρεσίες και διαδικασίες. Ο δεύτερος λόγος θεωρεί ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν πόλο έλξης για νέα άτομα που επιδιώκουν την επαγγελματική ανεξαρτησία. Συνεχόμενες μελέτες αναδεικνύουν ότι σημαντικές καινοτομίες προκύπτουν σε μεγαλύτερο ποσοστό από μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Επιπρόσθετα, η οικονομία εξαρτάται σημαντικά από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις καθώς απασχολούν δεκάδες εκατομμύρια υπαλλήλων και ταυτόχρονα πωλούν τα προϊόντα των μεγαλύτερων επιχειρήσεων στους καταναλωτές. Ακόμα, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι δυνατόν να εξασφαλίζουν πλήθος υπηρεσιών στις μεγάλες επιχειρήσεις καθώς και τις προμήθειες και τις πρώτες ύλες που χρειάζονται και αυτό διότι οι μεγάλες εταιρείες δεν είναι σε θέση να εξασφαλίσουν προϊόντα και υπηρεσίες τόσο φτηνά όσο οι μικρές επιχειρήσεις. Επιπλέον οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δημιουργούν επιπρόσθετες νέες θέσεις εργασίας γεγονός στο οποίο έχει

συμβάλλει η συνεχόμενη αυξητική πορεία που ακολουθούν αυτές οι επιχειρήσεις από το 1960 (Σταμάτης, 2007).

4.1.3. Πώς μια μικρή επιχείρηση μπορεί να γίνει ανταγωνιστική

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις με στόχο την απόκτηση και τη διατήρηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος είναι σημαντικό να εφαρμόσουν συγκεκριμένες στρατηγικές.

Η πρώτη ονομάζεται στρατηγική φραγμού και στοχεύει στη δημιουργία φραγμών που θα περιβάλλουν τον χώρο της αγοράς των προϊόντων. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δημιουργούν ένα επιχειρησιακό πρότυπο που δεν φέρει δυνατότητα αντιγραφής, προσφέροντας στους καταναλωτές μοναδικά προϊόντα οι υπηρεσίες αντιμετωπίζοντας επιτυχώς τον έντονο ανταγωνισμό, ενώ αν λειτουργούν έχοντας ως γνώμονα τη μοναδικότητα του προϊόντος, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις μπορούν να διεκδικήσουν καλύτερη τιμή ως προς τη πώλησή του. Η δεύτερη στρατηγική ονομάζεται στρατηγική ροής και χρησιμοποιείται ώστε να υπάρχει ενημέρωση για το αν οι αποκλεισμοί εισόδου είναι ορατοί ή όχι. Εάν μια μικρομεσαία επιχείρηση βρίσκεται πίσω από τους αποκλεισμούς εισόδου, παρέχει χρόνο στους ανταγωνιστές να φθάσουν ή και να περάσουν τους innovators. Εξαιτίας της ραγδαίας τεχνολογικής εξέλιξης πολλές επιχειρήσεις επενδύουν σε αυτή τη στρατηγική. Η τελευταία στρατηγική που πρέπει να εφαρμόσουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις προκειμένου να εξασφαλίσουν και να διατηρήσουν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα είναι η στρατηγική συμμαχίας. Σύμφωνα με αυτή τη στρατηγική είναι σημαντικό για μια μικρομεσαία επιχείρηση να συνεργαστεί με άλλες επιχειρήσεις του κλάδου εάν δεν μπορούν να εφαρμοστούν οι προηγούμενες δυο στρατηγικές. Μέσω αυτής της στρατηγικής η μικρομεσαία επιχείρηση μπορεί να μοιραστεί πόρους τους οποίους είτε δεν μπορεί να αποκτήσει είτε δεν επιθυμεί. Ωστόσο, η στρατηγική αυτή κρύβει κινδύνους εξάρτησης της μικρομεσαίας επιχείρησης. Για να διατηρηθεί το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, είναι σημαντικό να μπορούν να συνδυαστούν και οι τρεις στρατηγικές αποδοτικά και αποτελεσματικά (Δούκα, 2014).

4.2. Θεσμικό και κανονιστικό πλαίσιο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων

Ο κύριος στόχος των κυβερνήσεων είναι η οικονομική ανάπτυξη μέσω βιώσιμων επενδύσεων. Οι Αναπτυξιακοί νόμοι αποτελούν το μέσο με το οποίο επιτυγχάνεται η

ανάπτυξη της οικονομίας και αποτυπώνουν τις πολιτικές πρακτικές των κυβερνήσεων αναφορικά με το περιεχόμενο και τους στόχους της αναπτυξιακής διαδικασίας της χώρας. Οι δυο κυριότεροι αναπτυξιακοί νόμοι είναι ο Ν.3908/2011 και ο Ν.4399/2016.

Ο ν.3908/2011 θεσπίστηκε κατά τη διάρκεια της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης και περιελάμβανε ένα μείγμα παρεμβάσεων με στόχο την ελληνική οικονομία. Πιο συγκεκριμένα δημιουργήθηκαν γενικά και ειδικά καθεστώτα ενίσχυσης και σχέδια βάσει των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των επιχειρήσεων. Ο συγκεκριμένος νόμος ορίζει συγκεκριμένο προϋπολογισμό και σαφές χρονοδιάγραμμα, προβλέπει διαδικασία ανταγωνισμού των υποβαλλόμενων σχεδίων, αντικειμενικά, μετρήσιμα και σαφή κριτήρια αξιολόγησης. Επίσης εισάγει το θεσμό της αξιολόγησης ο οποίος μπορεί να ενισχύσει την οικονομική αποτελεσματικότητα και διαφάνεια. Ενδεικτικά οι κατηγορίες σχεδίων ήταν(Νόμος 3908/2011, 2011):

1. Κατηγορία Σχεδίων Γενικής επιχειρηματικότητας που περιλαμβάνει όλες τις υγιείς επιχειρήσεις ανεξαρτήτως είδους και κλάδου
2. Κατηγορία Σχεδίων Τεχνολογικής Ανάπτυξης που περιλαμβάνει των εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων με τη χρήση τεχνολογικών και οργανωτικών καινοτομιών
3. Κατηγορία Σχεδίων Περιφερειακής Συνοχής που στοχεύει στην ανάπτυξη ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων με χρήση περιβαλλοντικών βιώσιμων εφαρμογών
4. Ειδική Κατηγορία Σχεδίων Επιχειρηματικότητας των νέων που περιλαμβάνει μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις στις οποίες οι μέτοχοι κατέχουν το άνω του 50% και είναι έως 40 ετών
5. Ειδική Κατηγορία Μεγάλων Επενδυτικών Σχεδίων που θα ξεπερνούν τα 50 εκατομμύρια ευρώ
6. Ειδική Κατηγορία Ολοκληρωμένων Πολυετών Επιχειρηματικών Σχεδίων που προϋποθέτει διάρκεια 2-5 χρόνια και προϋπολογισμό που ανέρχεται τα 2 εκατομμύρια ευρώ
7. Ειδική Κατηγορία των σχεδίων Συνέργειας και Δικτύωσης η οποία προϋποθέτει τη συνεργασία τουλάχιστον 10 επιχειρήσεων με τη μορφή Κοινοπραξίας

Με τον νέο Αναπτυξιακό νόμο 4399/2016 συστήνονται καθεστώτα ενίσχυσης ιδιωτικών επενδύσεων με στόχο την περιφερειακή και οικονομική ανάπτυξη της

χώρας. Ο συγκεκριμένος νόμος επιδιώκει τη δημιουργία θέσεων εργασίας εστιάζοντας στην απασχόληση εκπαιδευμένου ανθρώπινου δυναμικού, την προώθηση μιας βιώσιμης ανάπτυξης που θα συγκλίνει προς την περιφερειακή, την στήριξη περιοχών που εμφανίζουν χαμηλά επίπεδα αναπτυξιακής δυναμικής περιορίζοντας τις περιφερειακές ανισότητες, τη βελτίωση του τεχνολογικού επιπέδου των επιχειρήσεων και της ανταγωνιστικότητας, τη στήριξη της κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας, την ενίσχυση της υγιούς και στοχευμένης επιχειρηματικής δράσης και την προσέλκυση νέων επενδύσεων (Νόμος 4399/2016, 2016).

4.3.Ο ρόλος και η θέση της μικρομεσαίας επιχείρησης στη σύγχρονη οικονομία

Είναι γεγονός ότι στις περισσότερες χώρες οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις επηρεάζουν σημαντικά τη συνολική οικονομία. Οι μεγάλες επιχειρήσεις παρουσιάζουν σημαντική ανάπτυξη του ρυθμού και των κύκλων εργασιών τους, εντούτοις οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δύνανται να συνεχίζουν την ανάπτυξη τους στις εκβιομηχανισμένες περιοχές. Η μικρομεσαία επιχείρηση συμβάλλει ώστε η επιχειρηματική δράση να διαχέεται σε όλη την επικράτεια, να είναι δηλαδή αποκεντρωμένη, κυρίως σε τομείς όπως η αλιεία, η εκμετάλλευση και η παραγωγή δασικών προϊόντων, που θεωρούνται ασύμφοροι για μια μεγάλη επιχείρηση. Επιπλέον, αναφορικά με το ανθρώπινο δυναμικό, από τη μελέτη τις βιβλιογραφίας προκύπτει ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν το 70% των θέσεων εργασίας σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης. Με άλλα λόγια, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις απασχολούν περίπου 88.8 εκατομμύρια υπαλλήλους παράγοντας 3.66 δις ευρώ προστιθέμενης αξίας. Ενδεικτικά, τα μεγαλύτερα κράτη της Ευρώπης – Γαλλία, Γερμανία, Πολωνία, Ιταλία, Ισπανία και Αγγλία- κατέχουν το 66.6% του συνόλου των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, από τις οποίες προκύπτει το 74% της προστιθέμενης αξίας και το 69% της απασχόλησης συνολικά(Πιτένη, 2019).

Κατά τη διάρκεια της μεγάλης χρηματοπιστωτικής κρίσης την περίοδο 2008-2011, είναι καταγεγραμμένο πως οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις ανταπεξέρχονταν καλύτερα στα νέα δεδομένα από ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις. Την περίοδο 2011-2012 παρατηρείται μείωση της συνεισφοράς των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στο ΑΕΠ κατά 1.3%, δηλαδή από 3.44 δις ευρώ το 2011 το ΑΕΠ μειώθηκε σε 3.99 δις ευρώ το 2012. Ακόμα, την ίδια περίοδο οι μεγάλες επιχειρήσεις παρουσιάζουν πτώση της

προστιθέμενης αξίας κατά 8.6 δις ευρώ, ενώ αντίθετα η προστιθέμενη αξία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων εμφάνισε πτώση ύψους 17 δις ευρώ. Στην περίοδο που εξετάζεται η μεγάλη διαφορά στην απόδοση της προστιθέμενης αξίας οφείλεται στην αποτυχία που σημείωσε η εγχώρια ζήτηση, την οποία αντιμετώπισαν οι μεγάλες επιχειρήσεις με αύξηση των εξαγωγικών τους αποδόσεων. Ο συνολικός αριθμός επιχειρήσεων, η απασχόληση και η προστιθέμενη αξία, ως δείκτες απόδοσης παρουσιάζουν αλληλεξάρτηση και επηρεάζονται μεταξύ τους σε σημαντικό επίπεδο. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν τη θεμέλιο λίθο της οικονομίας. Από το 2013 έως το 2016 η απασχόληση στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχει παρουσιάσει αύξηση κατά 5.2%, ήτοι 50% ταχύτερα συγκριτικά με τη συνολική οικονομία. Με το πέρασμα της οικονομικής ύφεσης οι ευρωπαϊκές μικρομεσαίες επιχειρήσεις εμφάνισαν αύξηση σε επίπεδα απασχόλησης η οποία ξεπέρασε την οικονομία στο σύνολό της. Σε γενικές γραμμές η συμβολή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην προστιθέμενη αξία είναι εμφανής (Μπιζένης, 2008).

Αναφορικά με την απασχόληση, παρατηρείται κατά 1% για το 2017 και εξαιρετικά υψηλή αύξηση της τάξης 99% για το 2019. Συνολικά οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις φαίνεται πως επιτυγχάνουν οριακά καλύτερα από τις μεγάλες επιχειρήσεις την περίοδο 2017-2019. Ο μεγάλος αριθμός μικρομεσαίων επιχειρήσεων δημιουργεί τις απαραίτητες συνθήκες υγιούς ανταγωνισμού. Η σπουδαιότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων μπορεί να γίνει εύκολα αντιληπτή μέσα από το πλήθος προγραμμάτων στήριξης και βελτίωσης που παρέχει η Ευρωπαϊκή ένωση (Πιτένη, 2019).

4.4. Η επίδραση της καινοτομικής δράσης στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις

4.4.1. Η επιτυχία και οι κίνδυνοι

Όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω, η καινοτομία σε γενικές γραμμές φέρει θετικό πρόσημο. Ωστόσο, η θετική επιρροή της καινοτομίας θεωρείται σημαντική καθώς αυτή επιδρά θετικά στον οικονομικό δυναμισμό της κοινωνίας, συμβάλλοντας στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων και στην ικανοποίηση κοινωνικών αναγκών ενώ επιπλέον είναι δυνατόν να οδηγήσει σε υψηλότερα επίπεδα οικονομικής ανάπτυξης και ευημερίας. Οι επιδράσεις της καινοτομίας σε μια μικρομεσαία επιχείρηση μπορεί να αφορά τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, την οικονομική μεγέθυνση της επιχείρησης, την αύξηση της παραγωγικότητας, την ένταξη και ενσωμάτωση της

μονάδας στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον, την ισότητα και την ευημερία, την άσκηση διεθνούς επιρροής κλπ. Επομένως σε ένα γενικό πλαίσιο η καινοτομία ως έννοια έχει θετική αντιμετώπιση. Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι, όπως η τεχνολογία, έτσι και η καινοτομία, μπορεί να επιφέρει αρνητικές κοινωνικές, παραγωγικές αλλά και οικολογικές παρενέργειες. Επομένως κρίνεται σημαντικό να προσδιοριστεί επαρκών τι θεωρείται επιτυχία ενός καινοτόμου έργου και πως μπορούμε να μετρήσουμε αυτή την επιτυχία(Εμμανουιλίδης, 2012).

Η επιτυχία μια καινοτομία μπορεί να λάβει πολλές μορφές. Μπορεί να είναι τεχνολογική επιτυχία ή εμπορική όπως για παράδειγμα ένα νέο προϊόν με δυναμική στην αγορά. Επιπλέον, μπορεί ως καινοτομία να είναι κοινωνικά χρήσιμη ή μπορεί να είναι οικονομικά επιτυχής για τη μικρομεσαία επιχείρηση συμβάλλοντας στην οικονομική μεγέθυνση και την κερδοφορίας της. Ωστόσο, να σημειωθεί ότι πολλά προϊόντα που είναι εμπορικά επιτυχημένα δεν χαρακτηρίζονται ως καινοτόμα, κυρίως από τεχνολογική άποψη, ή πολλές επιχειρήσεις δεν έχουν κατορθώσει να αξιοποιήσουν ένα προϊόν που οι ίδιες έχουν αναπτύξει και επιλέγουν ως προσφορότερη λύση την παραχώρηση της άδειας χρήσης σε άλλη επιχείρηση. Συνεχίζοντας, κατά τον σχεδιασμό και την υλοποίηση της καινοτομίας είναι σημαντικό οι αρμόδιοι να εντοπίσουν και να εξετάσουν τυχόν ανακύπτοντα προβλήματα και τις προκλήσεις που δημιουργεί το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση. Πρακτικά, η δημιουργία καινοτομιών χαρακτηρίζεται ως αδιάκοπη διεργασία που μπορεί να φέρει ρίσκα και αβεβαιότητα αναφορικά με την επιτυχία ή μη έκβαση της. Συνεπώς, θεωρείται σημαντικό να υπάρξει διάκριση μεταξύ του ρίσκου-κινδύνου, της αβεβαιότητας αλλά και της αναπάντεχα καλότυχης καινοτομίας ώστε να κατανοηθεί η διεργασία της ανάπτυξης καινοτομίας και επιπλέον οι επιχειρηματίες να συνειδητοποιήσουν τα όρια της συστηματικής διαχείρισης αυτής της διεργασίας (Αλεξανδρή, 2012).

Το ρίσκο, ως κατάσταση είναι μετρήσιμο και μπορεί να υλοποιηθεί η αποτίμησή του βασιζόμενοι σε υποθέσεις αναφορικά με το ενδεχόμενο εξέλιξης διαφόρων πιθανοτήτων και επιπλέον βασιζόμενοι σε ήδη υπάρχοντα αποτελέσματα από παλαιότερες ανάλογες περιπτώσεις. Βέβαια, είναι σημαντικό οι εκτιμήσεις προηγούμενων περιπτώσεων να μην προδικάζουν τις μελλοντικές εξελίξεις. Αντιθέτως με το ρίσκο, η αβεβαιότητα δεν είναι δυνατόν να εκτιμηθεί ουσιαστικά η αβεβαιότητα υποδηλώνει την αδυναμία να γνωρίζουμε και να εκτιμήσουμε την εξέλιξη του

εγχειρήματος. Μια ακόμα διαφορά της αβεβαιότητας από το ρίσκο είναι ότι η αβεβαιότητα μπορεί και ασκεί σημαντική επίδραση στη συμπεριφορά όσων λαμβάνουν τις αντίστοιχες αποφάσεις (Πιτένη, 2019).

Αναφορικά με την καινοτομία, μια μικρομεσαία επιχείρηση είναι σε θέση να εκτιμήσει και να διαχειριστεί τα ρίσκα και τους κινδύνους που μπορεί να προκύψουν. Η διαχείριση του κινδύνου σε γενικές γραμμές είναι εφικτή και μπορεί να προκύψει μέσω υπολογισμού των κινδύνων που είναι εκτιμήσιμοι, διασφάλιση του κόστους σε περίπτωση αποτυχίας μέσω ασφάλισης του κινδύνου ενώ σε περίπτωση που η επιχείρηση διαπιστώσει ότι δεν μπορεί να ανταπεξέλθει στο κόστος της αποτυχίας μιας καινοτομίας διακόπτει το εγχείρημα. Ωστόσο στην περίπτωση της αβεβαιότητας οι καταστάσεις δεν είναι τόσο εύκολες. Οι σχετικοί υπολογισμοί δεν είναι δυνατόν να υλοποιηθούν εφόσον είναι αδύνατον να μετρηθούν οι πιθανότητες των συμβάντων, τα οφέλη αλλά και το κόστος και επιπλέον δεν είναι γνωστά τα μεγέθη. Επομένως, η διαχείριση της αβεβαιότητας βασίζεται σε αποφάσεις οι οποίες προέρχονται από τη διαίσθηση και την πείρα. Είναι, επομένως, αναμενόμενο ορισμένες μικρομεσαίες επιχειρήσεις να οδηγούνται στην απραξία εξαιτίας της αβεβαιότητας. Όσες μικρομεσαίες επιχειρήσεις επιλέγουν να υλοποιούν καινοτόμες δράσεις δεν θεωρούνται περισσότερο ρισοκίνδυνες, αντίθετα, έχουν καλύτερη πληροφόρηση από τους ανταγωνιστές τους και επομένως είναι λιγότερο αβέβαιες αναφορικά με το καινοτόμο εγχείρημα (Λευκαδίτη & Μπιλιλή, 2017).

Ο συνδυασμός ρίσκων και αβεβαιότητας είναι μια συχνή αιτία αποτυχίας των καινοτομιών μικρομεσαίων επιχειρήσεων, ταυτόχρονα όμως αποτελούν κίνητρο για τις ίδιες επιχειρήσεις ώστε να καινοτομήσουν αποκτώντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών. Ωστόσο, για την ομαλή έκβαση μια καινοτομίας, οι εμπλεκόμενοι πρέπει να είναι σε θέση να ξεχωρίσουν πότε οι αποφάσεις τους σχετίζονται με συγκεκριμένα ρίσκα και πότε προκύπτουν από συνθήκες αβεβαιότητας. Επομένως, για την προώθηση ενός νέου εγχειρήματος είναι αναγκαίο να προηγείται η εκτίμηση του οφέλους της ενδεχόμενης επιτυχημένης έκβασης του σε σύγκριση με το κόστος της αποτυχίας και επιπλέον, αφού το ρίσκο και η αβεβαιότητα ασκούν πολύ διαφορετικές επιδράσεις στις σχετικές αποφάσεις είναι απαραίτητη η διάκρισή τους (Εμμανουιλίδης, 2012).

4.4.2.Η μέτρηση

Μια από τις κυριότερες προκλήσεις που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι η συστηματική και συγκριτική μέτρηση της καινοτομίας. Οι στόχοι των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι άμεσα συνδεδεμένοι με την ανάπτυξη και την αξιοποίηση της καινοτομίας, επομένως θα πρέπει να είναι εφικτό να πραγματοποιηθεί μέτρηση της επίτευξης αυτών των στόχων ώστε να χαρακτηρίζονται χρήσιμοι και λειτουργικοί. Επομένως, και η ανάπτυξη καινοτομιών είναι αναγκαίο να μπορεί να εκφραστεί ποσοτικά ως ποσοστό της οργανικής μεγέθυνσης της επιχείρησης και να μετράται κάθε φορά η επίτευξή της. Εκτός των άλλων, η καινοτομία είναι μια πολύπλοκη διαδικασία δεν είναι δυνατόν να αποδοθεί σε έναν τελικό αριθμό, επομένως για να είναι εφικτή η διαχείριση της απαιτούνται πολλαπλά μέτρα. Οι λόγοι στους οποίους οφείλονται οι δυσκολίες αποτίμησης της καινοτομίας αφορούν α) τη χρονική υστέρηση που υπάρχει για την εμφάνιση των θετικών συνεπειών από την είσοδο μιας καινοτομίας στην αγορά μέχρι να γίνει φιλική και προσιτή στον καταναλωτή ώστε να μπορέσει να διοχετευτεί, β) τη δυσκολία που υπάρχει στη διάκριση της διεργασίας από τα αποτελέσματά της, οπότε ορισμένα συστήματα στρέφονται στις εισροές, άλλα στην ενδιάμεση διεργασία μετασχηματισμού και άλλα στις εκροές, γ) τις δυσκολίες στη μέτρηση της συνεισφοράς της έρευνας και της τεχνολογικής ανάπτυξης, του marketing και της ζήτησης των χρηστών ή των προμηθευτών (Ξηρουχάκης, 2016).

Ανώτατα στελέχη μικρομεσαίων επιχειρήσεων για τη μέτρηση της καινοτομίας χρησιμοποιούν συνήθως απλά μέτρα τα οποία αναφέρονται σε αποτελέσματα της καινοτομικής δραστηριότητας όπως ο χρόνος για την εισαγωγή στην αγορά ενός προϊόντος ή και το νεκρό σημείο. Ειδικότερα, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις που θεωρούν την καινοτομία ως σημαντική στρατηγική προτεραιότητα τα τρία κυριότερα μέτρα τα οποία χρησιμοποιούν αφορούν την ικανοποίηση του πελάτη από τα νέα προϊόντα, τον αριθμό των ιδεών που είναι προς αξιοποίηση σε ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και τις δαπάνες για έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη ως ποσοστό των εισροών από τις πωλήσεις των νέων προϊόντων. Η μέτρηση της ανάπτυξης της καινοτομίας είναι εφικτό να πραγματοποιηθεί με όρους εισροών, ολοκλήρωσης διαδικασιών και αποτελεσμάτων. Ωστόσο η χρήση κατάλληλων μέτρων για την καινοτομία αποτελεί πρόκληση καθώς υπάρχει δυσκολία στην ανεύρεση των

απαραίτητων πρωτογενών δεδομένων, επομένως γίνεται χρήση προσεγγιστικών μεταβλητών. Ενδεικτικά, αυτές οι μεταβλητές είναι(Λευκαδίτη & Μπιλιλή, 2017):

1. η δαπάνη της επιχείρησης για έρευνα και ανάπτυξη ως ποσοστό της αξίας των πωλήσεων της. Η μεταβλητή αυτή χαρακτηρίζεται ως εισροή στην παραγωγή καινοτομιών που βασίζονται στην ερευνητική δραστηριότητα. Επιπρόσθετα η μεταβλητή αυτή στηρίζεται στο γραμμικό μοντέλο ανάπτυξης καινοτομιών το οποίο ακολουθεί την απλουστευτική υπόθεση πως οι περισσότεροι πόροι που διατίθενται στην έρευνα θα αποδώσουν μεγαλύτερο αριθμό καινοτομιών. Ως μέτρο υπολογισμού του βαθμού καινοτομίας εμφανίζει ορισμένα ελαττώματα καθώς αγνοεί την παραγωγικότητα στη χρήση αυτών των πόρων, δεν λαμβάνει υπόψη τον αριθμό των καινοτομιών που προκύπτουν από άλλες πηγές πέραν της κλασικής ερευνητικής δράσεις ενώ δεν μετράει άλλου τύπου καινοτομίες όπως τις οργανωτικές και αυτές που συνδέονται με τη διάθεση του προϊόντος στην αγορά.
2. ο αριθμός των ευρεσιτεχνιών και των αναφορών σε ευρεσιτεχνίες σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο και για συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων και διεργασιών. Η μεταβλητή αυτή καταγράφει και μετράει όσες ευρεσιτεχνίες έχουν καταχωρηθεί και οι οποίες αποτελούν εισροή στην ανάπτυξη καινοτομιών. Η συγκεκριμένη μεταβλητή, παρουσιάζει ορισμένες ατέλειες, ωστόσο εξαιτίας της συστηματικής καταγραφής δεδομένων εθνικών και διεθνών οργανισμών αποτελεί σημαντικό μέτρο προσέγγισης της καινοτομικής δραστηριότητας.
3. ικανοποίηση του πελάτη από τα νέα καινοτόμα προϊόντα

Κεφάλαιο 5^ο: Εξωτερικοί παράγοντες που δρουν στην επιχειρηματικότητα και την καινοτομία

5.1. Παράγοντες εξωτερικού περιβάλλοντος που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία

Το εξωτερικό περιβάλλον στο οποίο πρόκειται να αναπτυχθεί μια επιχειρηματική δράση ή ένα καινοτόμο εγχείρημα αποτελείται από ευρύτερες εξωτερικές δυνάμεις και παράγοντες του μικρο-περιβάλλοντος. Οι παράγοντες αυτοί διαμορφώνουν τα χαρακτηριστικά των ευκαιριών και των απειλών και σε μεγάλο βαθμό θεωρούνται ανεξέλεγκτοι από τους ιδρυτές ή οποιαδήποτε άλλη εταιρεία. Εάν υπάρχει η πρόθεση επιχειρηματικής δράσης ή ανάπτυξης καινοτομίας, το άτομο οφείλει να παρακολουθεί τους παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν τις πράξεις του και να είναι προετοιμασμένο να ανταπεξέλθει σε επερχόμενες αλλαγές. Το εξωτερικό περιβάλλον βάσει των παραγόντων χωρίζεται σε μακρο-περιβάλλον και μικρο-περιβάλλον.

5.1.1. Εξωτερικό Μάκρο-περιβάλλον

Το εξωτερικό μάκρο-περιβάλλον μπορεί να χωριστεί επιπλέον σε έξι κατηγορίες (Γουδέλης, 2015):

1. Το πολιτικό περιβάλλον: Αναφορικά με το πολιτικό περιβάλλον, η πολιτική ευστάθεια ή αστάθεια μιας χώρας επιδρά άμεσα στις λειτουργίες μιας επιχείρησης που επιθυμεί να εισάγει στην αγορά ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία και στην πρόθεση των ατόμων να προβούν σε επιχειρηματική δράση, δηλαδή να συστήσουν μια νέα επιχείρηση. Για παράδειγμα, συνεχείς εκλογικές αναμετρήσεις που οδηγούν σε αδυναμία σχηματισμού κυβέρνησης δημιουργούν αβεβαιότητα σχετικά με την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία. Οι πολιτικοί παράγοντες που είναι ικανοί να επηρεάσουν την επιχειρηματική και καινοτόμα δράση των ατόμων μπορεί να είναι η γραφειοκρατία, η ελλιπής ελευθερία του τύπου, το επίπεδο της διαφθοράς, η έκταση του ανταγωνισμού, η νομοθεσία αναφορικά με το εμπορικό δίκαιο και τις διακρίσεις, η φορολογική πολιτική κ.α.
2. Το οικονομικό περιβάλλον: Το οικονομικό περιβάλλον αφορά την κατάσταση στην οποία βρίσκονται τα οικονομικά μεγέθη της χώρας στην οποία πρόκειται να γίνει επιχειρηματική δράση ή εισαγωγή μιας καινοτομίας στην αγορά. Μέσω

του οικονομικού περιβάλλοντος μπορεί να εκτιμηθεί η πορεία μιας νεοσύστατης επιχείρησης ή ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας. Τα οικονομικά μεγέθη που λαμβάνονται υπόψη είναι το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ), το ύψος των επιτοκίων, το επίπεδο της προσφοράς χρήματος, τα επίπεδα της ανεργίας, η δημοσιονομική και νομισματική πολιτική κ.α.

3. Το κοινωνικοπολιτιστικό περιβάλλον: Κάθε χώρα έχει διαφορετική κουλτούρα και νοοτροπία τα οποία επηρεάζουν με διαφορετικό τρόπο τις επιχειρηματικές και καινοτόμες δράσεις. Οι κοινωνικοπολιτιστικοί παράγοντες μπορούν να επηρεάσουν την πορεία μιας επιχείρησης ή τις πωλήσεις ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας. Σε αυτούς τους παράγοντες περιλαμβάνονται τα δημογραφικά στοιχεία, οι εγχώριες δομές, το εκπαιδευτικό επίπεδο, η κατανομή του εισοδήματος και του πλούτου κ.α.
4. Το τεχνολογικό περιβάλλον: Η τεχνολογία εξελίσσεται συνεχώς και με ραγδαίους ρυθμούς. Οι τεχνολογικοί παράγοντες παρέχουν τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις και στους ιδρυτές να κατανοήσουν τις συνήθειες των καταναλωτών και αποτελούν ευκαιρίες για την αποτελεσματική εισαγωγή νέων προϊόντων στην αγορά. Ωστόσο, αξίζει να αναφερθεί ότι η τεχνολογία μπορεί να αποτελέσει κίνδυνο για την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία, εφόσον τα άτομα δεν καταφέρουν να προσαρμοστούν εγκαίρως στα νέα τεχνολογικά δεδομένα που ορίζονται.
5. Το νομικό περιβάλλον: Το νομικό περιβάλλον αναφέρεται στις νομοθετικές μεταρρυθμίσεις που λαμβάνουν χώρα με την πάροδο των χρόνων. Άτομα που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν σε ένα περιβάλλον ή επιχειρήσεις που επιθυμούν να εισάγουν νέες υπηρεσίες ή προϊόντα οφείλουν να ενημερώνονται συνεχώς για τις νομικές εξελίξεις. Μεταξύ των νομικών παραγόντων που λαμβάνονται υπόψη συγκαταλέγονται οι κανονισμοί των προϊόντων και της απασχόλησης, κανονισμοί αναφορικά με την ανταγωνιστικότητα, κανονισμοί υγείας και ασφάλειας κ.α.

5.1.2. Εξωτερικό Μίκρο-περιβάλλον

Αναφορικά με το εξωτερικό μίκρο-περιβάλλον εξετάζονται οι βασικοί παράγοντες (Χαλακατεβάκης, 2005):

1. Απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων: Η δυνατότητα εισόδου νέων επιχειρήσεων σε έναν κλάδο έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση του ανταγωνισμού τόσο μεταξύ των υπάρχουσών και των νέων επιχειρήσεων. Μειώνοντας τον ρυθμό εισόδου νέων επιχειρήσεων διατηρείται το επίπεδο των κερδών για τις επιχειρήσεις που ήδη υπάρχουν. Είναι λογικό ένας κλάδος που χαρακτηρίζεται από υψηλή απόδοση κεφαλαίου να προσελκύει νέες επιχειρήσεις και καινοτομικές δράσεις.
2. Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών: Οι προμηθευτές κατέχουν τις πρώτες ύλες επομένως θεωρείται απαραίτητο να υπάρξει μια ισχυρή και σταθερή σχέση. Ανάλογα με τη δυναμική του κλάδου οι προμηθευτές δύνανται να καθορίσουν τις τιμές και τη διαθεσιμότητα των πρώτων υλών.
3. Η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών: Η διαπραγματευτική δύναμη των καταναλωτών αποτελεί βασικό παράγοντα που επηρεάζει την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία. Οι αγοραστές έχουν τη δύναμη να καθορίσουν τις τιμές ενός κλάδου όταν αγοράζουν σε μεγάλες ποσότητες ή όταν μπορούν εύκολα να στραφούν σε άλλον προμηθευτή.
4. Η απειλή από τα υποκατάστατα προϊόντα: Υποκατάστατα θεωρούνται τα προϊόντα τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν έναντι κάποιων άλλων. Η ύπαρξη υποκατάστατων προϊόντων επηρεάζει τη ζήτηση η οποία γίνεται ελαστική. Επομένως μια επιχείρηση που θέλει να εισάγει νέα προϊόντα ή ένας ιδρυτής που θέλει να επιχειρήσει οφείλει να λάβει υπόψη τα επίπεδα των υποκατάστατων προϊόντων και τις τιμές τους.

5.2.Εξωτερικοί παράγοντες που επηρεάζουν το επιχειρηματικό οικοσύστημα

5.2.1.Οικονομία

Η παγκόσμια οικονομία αποτελεί έναν από τους πιο βασικούς παράγοντες που επηρεάζουν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Οι μεταβολές της αγοράς προκύπτουν από τις πολιτικές πρακτικές, τις τρομοκρατικές επιθέσεις, τους πολέμους και τις νομισματικές υποτιμήσεις επηρεάζοντας τις επιδόσεις των επιχειρήσεων. Επιπλέον, στην οικονομία περιλαμβάνονται η παροχή δρόμων, η κατασκευή υδροηλεκτρικών έργων και υποδομών επικοινωνίας κ.α. Επίσης, είναι σημαντικό οι επιχειρηματίες να εντοπίζουν και να αξιοποιούν τις ευκαιρίες, να μετατρέπουν τους διαθέσιμους πόρους της γης, της εργασίας και του κεφαλαίου σε εθνικό εισόδημα και πλούτο με τη μορφή αγαθών και υπηρεσιών (Γκαγκάτσιος & Λελεδάκης, 2008).

5.2.2.Τάσεις και Τεχνολογία

Οι επιχειρηματίες μικρομεσαίων επιχειρήσεων έχουν τη δυνατότητα να ξοδέψουν μέρος από τα κέρδη τους προκειμένου να επηρεάσουν μέσω του marketing ορισμένες τάσεις ευνοϊκά. Ωστόσο κρίνεται σημαντικό να μπορούν να ανταπεξέλθουν στις συνεχείς μεταβαλλόμενες συνθήκες της τεχνολογίας ώστε να μπορούν να προωθούν αποτελεσματικά την επιχείρησή τους. Επιπρόσθετα η ευρεία χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα φαινόμενο που μπορεί να επηρεάσει μια επιχείρηση είτε θετικά είτε αρνητικά χωρίς ο επιχειρηματίας να είναι σε θέση να ασκήσει έλεγχο σε αυτή την τάση (Γουδέλης, 2015).

5.2.3.Πελατειακή Βάση και ευκολία

Ένας ακόμα εξωτερικός παράγοντας που μπορεί να επηρεάσει την πορεία μιας μικρομεσαίας επιχείρησης είναι η πελατειακή βάση η οποία δύναται να αλλάζει ξαφνικά ή να μειώνεται με το πέρασμα του χρόνου. Ενδεικτικά, αλλαγές που μπορεί να λάβουν χώρα σε μια γειτονιά μπορεί να προσελκύσουν νεαρότερης ηλικίας ενοικιαστές, οπότε ο επιχειρηματίας που έχει ως πελατειακή βάση τις οικογένειες θα επηρεαστεί αρνητικά. Αξίζει να σημειωθεί ότι είναι σημαντικό η τοποθεσία της επιχείρησης να είναι εύκολα προσβάσιμη στους πελάτες οι οποίοι επιδιώκουν να μην μετακινούνται πολύ για τις αγορές τους και είναι αναγκαίο να είναι εύκολα προσβάσιμη με τα μέσα μαζικής μεταφοράς (COM, 2003).

5.2.4.Εργασία και απασχόληση

Η εργασία και η απασχόληση είναι δυο επιπρόσθετοι παράγοντες που επηρεάζουν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Για να υπάρξει οικονομική ανάπτυξη και βελτίωση των δυνατοτήτων παραγωγής είναι σημαντικό να λαμβάνει χώρα σωστός καταμερισμός της εργασίας. Επιπρόσθετα, είναι πιο επωφελές οι προσλήψεις να στρέφονται προς άτομα της περιοχής με σκοπό την μείωση και την αποφυγή των εξόδων μετεγκατάστασης.

5.2.5. Διαφημιστική κίνηση

Σημαντικός εξωτερικός παράγοντας είναι και η διαφημιστική κίνηση. Μέσω των διαφημίσεων οι άνθρωποι γνωρίζουν για πρώτη φορά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες των επιχειρήσεων αυξάνοντας με αυτόν τον τρόπο τις πιθανότητες να καταστούν πελάτες τους. Η σωστή διαφήμιση που γνωρίζει το κοινό της είναι δυνατόν να αυξήσει σημαντικά τις πωλήσεις άρα και τα κέρδη από τις πωλήσεις ευνοώντας την πορεία μιας μικρομεσαίας επιχείρησης.

5.2.6.Φορολογία

Η φορολογία είναι σημαντικός εξωτερικός παράγοντας για τη βιωσιμότητα μιας μικρομεσαίας επιχείρησης. Σύμφωνα με τον Σύνδεσμο Επιχειρήσεων και βιομηχανιών οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις βιώνουν σημαντικές συνέπειες της παθογένειας της φορολογικής νομοθεσίας που υφίσταται στην χώρα. Οι αλλαγές λαμβάνουν χώρα σε τακτά χρονικά διαστήματα και επομένως από τη μια δεν είναι εφικτό να υπάρξει ορθολογικός σχεδιασμός στη στρατηγική της φορολόγησης και από την άλλη οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έρχονται αντιμέτωπες με κυρώσεις εξαιτίας της αδυναμίας να ακολουθήσουν και να ικανοποιήσουν αυτές τις αλλαγές. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έρχονται αντιμέτωπες με ουσιαστικά κωλύματα αναφορικά με τον προσδιορισμό των καθαρών κερδών και την έκπτωση των δαπανών από το ακαθάριστο εισόδημα. Επιπρόσθετα σύμφωνα με το ελληνικό φορολογικό σύστημα δεν προβλέπεται η μεταφορά της ζημίας στο απεριόριστο μέλλον αλλά ορίζεται ο συμψηφισμός της με τα κέρδη των επόμενων πέντε χρόνων. Ακόμα το θεσμικό πλαίσιο αλλάζει συνεχώς με βάση τις εκάστοτε εισπρακτικές ανάγκες, ενώ οι ασαφείς νομοθετικές διατάξεις φέρουν σε ακόμα πιο δυσμενή θέση τους επιχειρηματίες. Ακόμα οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα ρευστότητας και δέσμευσης οικονομικών πόρων εξαιτίας του πενταπλασιασμού του ποσοστού προβεβαίωσης(Γουδέλης, 2015).

Οι σημαντικότερες επιπτώσεις αυτών των εμποδίων είναι ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται σε ένα ασαφές και συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον, στο οποίο καλούνται να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα της ρευστότητας δημιουργώντας σημαντικά εμπόδια στην επιχειρηματική δράση και ανάπτυξη. Επιπρόσθετα, το διοικητικό κόστος συνεχώς αυξάνεται ενώ οι επιχειρήσεις αδυνατούν να προσαρμοστούν και να εφαρμόσουν νέα πλαίσια ανάλογα με τις οικονομικές συγκυρίες.

5.2.7.Γραφειοκρατία

Η γραφειοκρατία είναι ένας εξωτερικός παράγοντας που οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις καλούνται να αντιμετωπίσουν σε καθημερινή βάση για την ομαλή λειτουργία τους. οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στα έξοδα τους πρέπει να περιλαμβάνουν και το χρηματοοικονομικό κόστος που προκύπτει από παράβολα, αμοιβές τρίτων και διάφορα έξοδα που επιβάλλει η γραφειοκρατία καθώς και το κόστος σε ανθρωπομέρες που αφορά την απασχόληση του ανθρώπινου δυναμικού. Επιπλέον, αντιμετωπίζει το κόστος ευκαιρίας που προκύπτει εξαιτίας των συχνών αλλαγών στη νομοθεσία καθώς και το υπερβάλλον κόστος που σχετίζεται με τα επιπρόσθετα κόστη που καλείται να καλύψει η επιχείρηση και αφορούν τη συμμόρφωση της επιχείρησης με την εκάστοτε νομοθεσία (πρόσληψη συγκεκριμένων ειδικοτήτων, συγκεκριμένες υποδομές κλπ.) (Γουδέλης, 2015).

Επίλογος

Στη σημερινή εποχή, η οικονομική ανάπτυξη είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την καινοτομία, την επιχειρηματικότητα και τη συνεργασία. Οι έννοιες της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας βρίσκονται παγκοσμίως στο κέντρο κάθε συζήτησης. Το νέο επιχειρηματικό περιβάλλον είναι διαφορετικό καθώς οι καταναλωτές είναι πιο ενημερωμένοι και πιο απαιτητικοί δημιουργώντας έτσι μεγαλύτερη ανταγωνιστικότητα ανάμεσα στις επιχειρήσεις. Για να κατορθώσουν οι επιχειρήσεις να γλιτώσουν από την κρίση πρέπει να συνδυάζουν την καινοτομία και την επιχειρηματικότητα για να μπορέσουν να προσελκύσουν περισσότερους πελάτες, οι οποίοι ψάχνουν κάτι φθηνό αλλά με την ίδια ποιότητα και με σεβασμό προς το περιβάλλον.

Επίσης, η εθνική κουλτούρα είναι αρκετά ανοιχτή σε νέες ιδέες και προτάσεις, συνεπώς με οργανωμένες διαδικασίες, νέα προγράμματα και μεγαλύτερη δικτύωση, η χώρα μπορεί να επανέρθει σταδιακά. Η εφαρμογή καινοτόμων επιχειρησιακών ιδεών που ευδοκούν στο εξωτερικό και η μεταφορά δοκιμασμένων λύσεων σε τοπικές συνθήκες θα συντελέσουν στο πρώτο στάδιο εξέλιξης. Η ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων αξιοποιώντας το ανθρώπινο δυναμικό και τις νέες ιδέες που επικρατούν τα τελευταία χρόνια, αλλά δεν υλοποιούνται, αποτελεί το επόμενο στάδιο.

Νομικές, θεσμικές και διαρθρωτικές αλλαγές πρέπει να συντελεστούν στο χώρο της καινοτομίας σαν προϋπόθεση για την αντιμετώπιση προκλήσεων. Η προσέλκυση επενδύσεων από ξένες εταιρίες με πρωτοποριακή υψηλή τεχνολογία και ο επαναπροσανατολισμός της έρευνας προς τις κοινωνικές και οικονομικές ανάγκες αποτελούν μέτρα που συντελούν προς αυτή την πορεία.

Νέα στρατηγικά μοντέλα επιχειρηματικότητας και καινοτομίας πιο ρεαλιστικά και εφικτά πρέπει να χτιστούν πάνω στα σημεία αιχμής της χώρας εκεί που επιτυγχάνονται οι καλύτερες επιδόσεις. Τέλος, διαφορετικά άτομα, ομάδες και φορείς πρέπει να ενεργοποιηθούν και με μικρά βήματα κάθε φορά ώστε η γενική κατάσταση της χώρας να αποκτήσει μία καλύτερη εικόνα με ευοίωνες συνθήκες ανάπτυξης.

Βιβλιογραφία

Annual Activity Report, 2016. *Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and Small and Medium sized Enterprises (DG GROW)*. s.l., European Commission.

Boden, R., 1999. Flexible Working Hours, Family Responsibilities and Female Self-Employment: Gender Difference Selection. *American Journal of Economic and Sociology*, Τόμος 58, pp. 71-83.

Bridge, S., O'Neil, K. & Cromie, S., 2003. *Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business*. Second Edition επιμ. s.l.:Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Brockhaus, R. & Horwitz, P., 1986. The Psychology of the Entrepreneur. *he Art and Science of Entrepreneurship*, Ed. Donald L. Sexton and Raymond W.Smilor. Cambridge, Mass.: Ballinger, pp. 25-48.

Carlsson, B., Jacobsson, S., Annika, A. & Holmen, M., 2002. Innovation systems: analytical and methological issues. *Research Policy*, Issue 31, pp. 233-245.

COM, 2003. *Πράσινη Βίβλος για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη*. Βρυξέλλες, Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων.

Fonsesca, J., 2002. *Complexity and Innovation in Organizations*. London: Routledge.

Gartner, W., 1985. A Conceptual Framework of Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *The Academy of Managment Review*, 4(10).

Godin, B., 2006. The linear model of innovation: The historical of an analytical framework. *ciencia, Technology and Human Values*, p. 31.

Hisrich, R. & Peters, M., 1998. *Entrepreneurship*. 4th ed. επιμ. s.l.: Boston, Mass. : Irwin/McGraw-Hill.

Kerr, W. & Mandorff, M., 2019. Social Networks, Ethnicith and Enterprneurship. *NBER WORKING PAPER SERIES*.

Malerba, F., 2002. *New challenges for sectoral systems of innovation in Europe*, Copenhagen, Denmark: CESPRI - Bocconi University.

Matthews, C. & Moser, S., 1996. A longitudinal investigation of the impact of family background and gender on interest in small firm ownership. *Journal of Small Business Managment*, 2(34), p. 69.

OECD, 2005. *Oslo Manual. Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, The Measurement of Scientific and Technological Activities*, Paris: Organization for Economic Co-operation and Development.

Parkin, M., Powell, M. & Matthews, K., 1997. *Economics*. 3rd επιμ. England: Addison Wesley Longman Limited.

Piva, M. & Vivarelli, M., 2005. Innovation and Employment: Evidence from Italian Microdata. *Journal of Economics*, 86(1), pp. 65-83.

Rotter, J., 1966. Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, p. 1–28.

Schienstock, G., 2006. *Innovation systems and beyond: Towards modern regional innovation policy*. s.l., Finnish-Russian innovation forum, The Baltic Institute of Finland, University of Tampere.

Schiller, B. & Crewson, P., 2007. Entrepreneurial origins: A longitudinal inquiry. *Economic Inquiry*, 35(3), pp. 523-531.

Schumpeter, J., 1942. *Capitalism, Socialism and Democracy*. London: George Allen & Unwin.

Timmons, J., 1994. *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. Fourth edition επιμ. s.l.:Irwin Press, Burr Ridge, IL.

Αϊντινιάν, Σ., 2020. *Επιχειρηματικότητα Εθνοτικών Μειονοτήτων: Οι παράγοντες επιτυχίας τους στην Ελλάδα*, (Διπλωματική εργασία), Πειραιάς: Πανεπιστήμιο Πειραιώς.

Αλεξανδρή, Κ., 2012. *Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Μελέτη Περίπτωσης: Η ίδρυση εστιατορίου με βιολογικό μενού*, Πτυχιακή εργασία, Πρέβεζα: Ανώτατο Τεχνολογικό Ίδρυμα Ηπείρου.

Αντωνόπουλος, Α. & Βλάχος, Π., 2010. *Η σημασία της καινοτομίας στις επιχειρήσεις: Τεχνολογία & Επιχειρηματική Στρατηγική-Ανταγωνισμός-Διεθνοποίηση-Πολιτικές έρευνας & ανάπτυξης*, (Πτυχιακή εργασία), Καβάλα: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Καβάλας.

Απαλίδη, Α., 2019. *Επιχειρηματική πίστη και πιστωτικός κίνδυνος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (Business credit and SME credit risk)*, Διπλωματική εργασία, Αθήνα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

Βασιλάκης, Π. & Μουζάκης, Β., 2010. *Επιχειρηματικότητα, καινοτομικές δραστηριότητες και ανταγωνιστικότητα σε επιχειρήσεις του Ν. Ηρακλείου*, (Πτυχιακή εργασία): Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης.

Γκαγκάτσιος, Ι. & Λελεδάκης, Γ., 2008. *Καινοτομία -Επιχειρηματικότητα Επιχειρήσεις*. Αθήνα: Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Ίνστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων.

Γουδέλης, Γ., 2015. *Εσωτερικοί και Εξωτερικοί Παράγοντες που επηρεάζουν τη βιωσιμότητα μιας νεοφυούς επιχείρησης*, Διπλωματική εργασία, Πειραιάς: Πανεπιστήμιο Πειραιώς.

Δούκα, Ε., 2014. *Μικρομεσαίες επιχειρήσεις με έμφαση στην καινοτομία*, Πτυχιακή εργασία, Θεσσαλονίκη: Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης.

Δρ. Χατζηκιάν, Ι., 2004. *προσδιοριστικοί παράγοντες και εμπόδια της καινοτομίας των ελληνικών επιχειρήσεων και η περιφερειακή διάσταση: 1994 έως 2000*, s.l.: Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, ΤΕΙ Αθήνας.

Εμμανουιλίδης, Χ., 2012. *Η καινοτομία ως μέσο ανάπτυξης των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων*, Πτυχιακή εργασία, Καβάλα: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Καβάλας.

Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών, 2010. *Υπέρογκη η γραφειοκρατία για τις νέες επιχειρήσεις*. *Οικονομία_Αγορά*, Ιούλιος-Αύγουστος(519), pp. <http://www.eea-info.gr/viewcon.asp?typ=1&aID=120001167>.

Ζαχαράκη, Κ., 2013. *Η επιχειρηματικότητα και η καινοτομία ως φορείς ανάπτυξης της Ελληνικής Οικονομίας μετά την κρίση*, Διπλωματική εργασία: Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.

Κακούρης, Α., 2010. *Εννοιολογικές Προσεγγίσεις στην Επιχειρηματικότητα της Καινοτομίας*. s.l.:Διάυλος.

Καραγιάννης, Α., 1999. *Επιχειρηματικότητα και Οικονομικές Μελέτες*. Αθήνα: Interbooks.

Κόβρας, Σ. & Φιλλιπάκης, Φ., 2016. *Η καινοτομία στην οργανωτική δομή της επιχείρησης ως ένας από τους όρους διαμόρφωσης του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος*, Πτυχιακή εργασία, Πάτρα: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Δυτικής Ελλάδας.

Κορρές, Γ., 2015. *Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη*. Αθήνα: ΣΕΑΒ, Κάλλιπος.

Κουλουριώτη, Δ., Παναγιωτοπούλου, Γ. & Ταμπουρά, Β., 2012. *Επιχειρηματικότητα και καινοτομία σε περίοδο κρίσης*, Ηράκλειο: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης.

Κώστα, Γ., 2010. *Επιχειρηματικότητα και οργανωσιακή κουλτούρα των Ελληνικών οργανισμών*, Διπλωματική εργασία: Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.

Λάγιου, Χ., 2012. *Καινοτομία και ερευνητικοί οργανισμοί-Η Περίπτωση του ΙΤΕ (Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας)*, Σπάρτη: Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου.

Λευκαδίτη, Η. & Μπιλιλή, Ι., 2017. *Η Καινοτομική Δραστηριότητα των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων. Η περίπτωση της Κρήτης*, σ.1.: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης.

Λιβιεράτος, Α., 2013. *Οδηγός Καινοτομίας για Μικρές Επιχειρήσεις*. Αθήνα: ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ.

Μιχιώτης, Σ. & Οικονόμου, Κ., 2006. *Η Έννοια και η σημασία της επιχειρηματικότητας σήμερα*. σ.1.:Εθνικό Ίδρυμα Νεότητας.

Μπήτρος, Γ., 2004. *Οι ρόλοι και η σημασία της επιχειρηματικότητας*, Αθήνα: Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Μπιζένης, Δ., 2008. *Ο ρόλος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην οικονομία*, Πτυχιακή εργασία, Θεσσαλονίκη: Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης.

Νάστου, Δ., 2014. *Καινοτομία και επιχειρηματικότητα-Innovation and Entrepreneurship*, Πτυχιακή εργασία, Αθήνα: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πειραιά.

Νόμος 3908/2011, 2011. *Ενίσχυση Ιδιωτικών Επενδύσεων για την Οικονομική Ανάπτυξη, την Επιχειρηματικότητα και την Περιφερειακή Συνοχή*. σ.1.:σ.η.

Νόμος 4399/2016, 2016. *Θεσμικό πλαίσιο για τη σύσταση καθεστώτων Ενισχύσεων Ιδιωτικών Επενδύσεων για την περιφερειακή και οικονομική ανάπτυξη της χώρας - Σύσταση Αναπτυξιακού Συμβουλίου και άλλες διατάξεις*. σ.1.:σ.η.

Ξανθουδάκης, Γ. & Γεωργιακάκης, Θ., 2015. *Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία: Η γνώμη των επιχειρήσεων του Ηρακλείου*, Ηράκλειο: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης.

Ξεκαρδάκης, Δ., 2017. *Καινοτομία, συνεργασίες επιχειρήσεων και εξαγωγές σε οικονομική κρίση*, Διπλωματική εργασία, Ηράκλειο: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα.

Ξηρουχάκης, Φ., 2016. *Επιχειρηματικότητα, καινοτομικές δραστηριότητες και ανταγωνιστικότητα στις Μικρο-Μεσαίες Επιχειρήσεις: Η Περίπτωση της Περιφέρειας Κρήτης*, Διδακτορική Διατριβή, Μυτιλήνη: Πανεπιστήμιο Αιγαίου.

Παπαγεωργίου, Γ., 2010. *Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων και ελληνική πραγματικότητα*, Διπλωματική εργασία: Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.

Παπαθανασίου, Φ., 2021. *Νέοι και Επιχειρηματικότητα*, (Πτυχιακή εργασία), Μεσολόγγι: Πανεπιστήμιο Πάτρας.

Πιτένη, Ε., 2019. *Ο ρόλος του μάρκετινγκ στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις: Μια μελέτη περίπτωσης στην Ελλάδα*, Πτυχιακή εργασία, Βόλος: πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

Σάκαλη, Π. Χ., 2019. *Η σχέση επιχειρηματικής στρατηγικής και συνεργασίας με την καινοτομία και η επίδραση της στην ανταγωνιστικότητα και την οικονομική απόδοση των επιχειρήσεων τροφίμων*, (Διδακτορική διατριβή): Πανεπιστήμιο Αιγαίου.

Σαλμίδου, Ε., 2018. *Η Επίδραση της Εμπιστοσύνης και των Θεσμών στην Καινοτομία και την Επιχειρηματικότητα*, s.l.: ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ.

Σκανδάλης, Κ., 2009. *Προσδιοριστικοί παράγοντες επιχειρηματικής ανταγωνιστικότητας: Η περίπτωση των Ελληνικών επιχειρήσεων στις αγορές της Ελλάδας και της Νοτιοανατολικής Ευρώπης (1996-2006)*, (Διδακτορική Διατριβή), Τρίπολη: Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου.

Σταμάτης, Ι., 2007. *Η Μικρομεσαία Επιχείρηση στην Παγκοσμιοποιημένη Οικονομία*, Πτυχιακή εργασία, Καβάλα: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Καβάλας.

Τσάντου, Α., 2011. *Η καινοτομία των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων: η περίπτωση της Περιφέρειας Θεσσαλίας*, Βόλος: Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

Τσομπάνογλου, Ο., 2017. *Κοινωνική Οικονομία, Κοινωνικό Κεφάλαιο, Τοπική Ανάπτυξη μέσω Καινοτόμων Δράσεων*, Μυτιλήνη: Πανεπιστήμιο Αιγαίου.

Χαλακατεβάκης, Γ., 2005. *Περιβάλλον: Εσωτερικό-Εξωτερικό Η επίδρασή του στην επιχείρηση*, Αθήνα: Πανεπιστήμιο Πειραιώς.