



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΠΑΤΡΑ)

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

**«Πώς η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.
Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»**

ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ:

ΧΡΙΣΤΑΚΗΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ

ΧΡΟΝΑΙΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ

Επιβλέπων καθηγητής: ΝΤΕΜΠΡΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

ΠΑΤΡΑ- 2017

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Αρχικά, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον επιβλέποντα καθηγητή μας για τη βοήθεια και την καθοδήγησή του κατά τη διάρκεια εκπόνησης της πτυχιακής μας εργασίας.

Επιπλέον, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε όλα τα κοντινά μας πρόσωπα, τις οικογένειές μας και τους φίλους μας για την υποστήριξή τους κατά τη συγγραφή της παρούσας πτυχιακής.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στη σύγχρονη εποχή βιώνουμε μια πραγματικότητα που χαρακτηρίζεται από διαρκείς αλλαγές και αστάθεια, εξαιτίας της αβεβαιότητας που υπάρχει από την οικονομική κρίση. Παρόλ' αυτά, σε ένα τέτοιο περιβάλλον, υπάρχουν άτομα που λόγω της έλλειψης καλύτερης επιλογής εργασίας παίρνουν αποφάσεις να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση, αλλά υπάρχουν και αυτοί για τους οποίους είναι μια ευκαιρία. Οι καινοτομικές δραστηριότητες συντελούν στη μεγαλύτερη ικανοποίηση του καταναλωτικού κοινού μιας επιχείρησης, αλλά και στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας με τη δημιουργία νέων αγορών.

Αναμφίβολα, η οικονομική κρίση δε μπορεί να αφήσει ανεπηρέαστη την κατάσταση, αλλά οι επιχειρηματίες θα πρέπει να θέτουν κάποιους στόχους προκειμένου να ενισχυθεί το επιχειρηματικό περιβάλλον και να υπάρχει πρόσβαση σε νέα προγράμματα χρηματοδότησης. Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η μελέτη της επιχειρηματικότητας και πώς έχει επηρεαστεί από την κρίση, όπως επίσης να γίνουν κάποιες προτάσεις προκειμένου να βελτιωθεί η κατάσταση.

Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύεται η έννοια της επιχειρηματικότητας και της επιχειρηματικής κουλτούρας. Επίσης, αναφέρονται οι μορφές και ο ρόλος αυτής, καθώς και ο τρόπος που συνδέεται η επιχειρηματικότητα με το περιβάλλον της επιχείρησης. Στη συνέχεια καταγράφονται τα χαρακτηριστικά που θα πρέπει να έχει ένας επιχειρηματίας, αλλά και πώς έχει σήμερα η επιχειρηματικότητα στην ελληνική πραγματικότητα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην οικονομική κρίση και στη σύνδεση αυτής με την επιχειρηματικότητα. Αρχικά, δίνονται κάποιοι εννοιολογικοί προσδιορισμοί της «κρίσης», τα στάδια και οι φάσεις της. Επί πρόσθετα, αναλύεται η έννοια της οικονομικής κρίσης, αλλά και τα είδη των οικονομικών κρίσεων, καθώς και ο τρόπος που επηρεάζει η οικονομική κρίση τους επιχειρηματίες.

Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο η καινοτομία μπορεί να συντελέσει στην αντιμετώπιση της κρίσης. Αναλύονται η έννοια της καινοτομίας, αλλά και τα είδη αυτής, τα μοντέλα καινοτομίας, τα οφέλη που απορρέουν από την καινοτομική δραστηριότητα και τονίζεται ιδιαίτερα η αναγκαιότητα της καινοτομίας. Οι τοπικές συνθήκες

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

ευνοούν σε μεγάλο βαθμό την ενθάρρυνση καινοτομικής δραστηριότητας. Επίσης, η επιχειρηματικότητα συνδέεται με την καινοτομία και την πληροφόρηση.

Στο τέταρτο κεφάλαιο πραγματοποιείται μια μικρή αναφορά στους τρόπους που μπορεί να βελτιώσουν την κατάσταση. Πρώτα, δίνεται έμφαση στο όραμα και στους στόχους που πρέπει να τεθούν για τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Έπειτα, θα πρέπει να ενισχυθεί η πρόσβαση στη χρηματοδότηση προγραμμάτων και να διευκολυνθεί η πρόσβαση στις αγορές.

Στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο της παρούσας πτυχιακής εργασίας παρουσιάζεται το ερευνητικό μέρος της. Αφού γίνει μία σύντομη θεωρητική αναφορά στα στοιχεία της έρευνας αγοράς και στις τεχνικές ανάλυσης δεδομένων, ακολουθεί ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου, το οποίο αποτελείται από τρία μέρη. Κατόπιν, αναλύονται τα αποτελέσματα της έρευνας που προέκυψαν από δείγμα 40 ερωτώμενων επιχειρηματιών με τη χρήση του στατιστικού προγράμματος SPSS.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
----------------------	----------

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

1.1 Επιχειρηματικό μάρκετινγκ.....	9
1.2 Η έννοια της επιχειρηματικής κουλτούρας.....	10
1.3 Επιχειρηματικότητα, οι μορφές και ο ρόλος της.....	13
1.4 Σύνδεση επιχειρηματικότητας με το περιβάλλον της επιχείρησης.....	18
1.5 Τα χαρακτηριστικά ενός επιχειρηματία.....	24
1.6 Η επιχειρηματικότητα στην ελληνική πραγματικότητα.....	26

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΚΑΙ Η ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΗΣ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

2.1 Εννοιολογικοί προσδιορισμοί της «κρίσης».....	30
2.2 Τα στάδια και οι φάσεις της κρίσης.....	30
2.3 Η έννοια της οικονομικής κρίσης.....	32
2.4 Είδη οικονομικών κρίσεων.....	37
2.5 Πώς επηρεάζει η οικονομική κρίση τους επιχειρηματίες;.....	38

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΚΡΙΣΗΣ ΜΕ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

3.1 Η έννοια της καινοτομίας και τα είδη της.....	45
3.2 Τα μοντέλα καινοτομίας.....	48
3.3 Τα οφέλη της καινοτομικής δραστηριότητας.....	50

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

3.4 Αναγκαιότητα καινοτομίας.....	54
3.5 Οι τοπικές συνθήκες ευνοούν την καινοτομική δραστηριότητα.....	56
3.6 Επιχειρηματικότητα, καινοτομία και πληροφόρηση.....	59

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΤΡΟΠΟΙ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

4.1 Όραμα και στόχοι.....	66
4.2 Βελτίωση επιχειρηματικού περιβάλλοντος.....	69
4.3 Ενίσχυση πρόσβασης στη χρηματοδότηση προγραμμάτων.....	73
4.4 Διευκόλυνση πρόσβασης στις αγορές.....	74

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

5.1 Στοιχεία της έρευνας αγοράς.....	75
5.2 Μέθοδος δείγματος και τεχνικές ανάλυσης δεδομένων.....	76
5.3 Σχεδιασμός του ερωτηματολογίου.....	77
5.4 Αποτελέσματα έρευνας.....	78

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	104
--------------------------	------------

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	108
--------------------------	------------

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	111
-----------------------	------------

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η επιχειρηματικότητα είναι η προσπάθεια να δημιουργηθούν νέες επιχειρήσεις και συντελεί σημαντικά στη δημιουργία θέσεων εργασίας. Επιπλέον, βοηθάει τους νέους να βρουν απασχόληση, ενισχύει την κοινωνική συνοχή και ωθεί στην τοπική, αλλά και στη διεθνή οικονομική ανάπτυξη. Η επιτυχία ενός επιχειρηματία εξαρτάται από την προσωπικότητά του, τις ικανότητες που αναπτύσσει, την επιμονή του, το ρίσκο για τον κίνδυνο σε συνθήκες αβεβαιότητας και από την καλή γνώση του αντικειμένου με το οποίο ασχολείται.

Κάθε χώρα βίωσε ή εξακολουθεί να βιώνει την οικονομική κρίση με διαφορετικό τρόπο, σε διαφορετική ένταση και σε αυτό συντελεί η δομή της οικονομικής της διάρθρωσης. Συνεπώς, η δράση της εκτυλίσσεται στο πλαίσιο των αναγκών της, των προβλημάτων της, αλλά και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της για να μπορέσει να την αντιμετωπίσει. Η χρηματοπιστωτική κρίση μετατράπηκε σε οικονομική κρίση όταν οι τράπεζες προσπάθησαν να διατηρήσουν την επάρκεια των κεφαλαίων τους και περιόρισαν τις πιστώσεις προς τις επιχειρήσεις και τα νοικοκυριά.

Το αποτέλεσμα αυτού ήταν οι ανισότητες να αμβλυνθούν αφού η οικονομική κρίση έφερε όλες τις κοινωνικές ομάδες σε χειρότερη κατάσταση συμπιέζοντας τους οικογενειακούς προϋπολογισμούς και μειώνοντας σε πολύ μεγάλο βαθμό την αγοραστική δύναμη των νοικοκυριών, αλλά και τον τζίρο στην αγορά. Οι συνέπειες της διεθνούς χρηματοπιστωτικής κρίσης δεν άργησαν να φανούν και στην ελληνική οικονομία και να φέρουν στην επιφάνεια τις αδυναμίες της, κάνοντας φανερή την υπερχρέωση του ελληνικού Δημοσίου, αλλά και την αδυναμία ελέγχου του διογκούμενου χρέους του.

Η οικονομική κρίση άλλαξε δραματικά τις συνθήκες της αγοράς, όπου ιδρύονται, δρουν και αναπτύσσονται οι επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις είναι υποχρεωμένες να δεχτούν τις έντονες πιέσεις και να προσαρμοστούν σε αυτές τις συνθήκες. Πολύ συχνά μάλιστα αναγκάζονται να μειώσουν το κόστος, να προχωρήσουν στην επανεξέταση της εταιρικής τους στρατηγικής, σε επενδύσεις, αλλά και να προχωρήσουν σε αναδιάρθρωση των δραστηριοτήτων τους. Επομένως, μέσα σε αυτό το σύνθετο περιβάλλον, το οποίο χαρακτηρίζεται από ταχύτατες

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

εξελίξεις, καθώς και υψηλή αβεβαιότητα, το πιο βασικό θέμα που προκύπτει είναι ποιούς τρόπους θα βρουν οι επιχειρηματικές μονάδες για να επιβιώσουν.

Πολλές είναι οι επιχειρήσεις που κάνουν προσπάθειες για να εισάγουν καινούρια προϊόντα ή υπηρεσίες στην αγορά ή και για να βελτιώσουν αυτά που ήδη διαθέτουν. Η παρουσία καινοτομιών είναι απαραίτητη λόγω των νέων αναγκών που παρουσιάζονται μέρα με τη μέρα, της δράσης των ανταγωνιστών εξαιτίας των κοινωνικοοικονομικών συνθηκών, αλλά και των τεχνολογικών βελτιώσεων.

Για να βελτιωθεί η κατάσταση απαιτούνται οικονομικοί πόροι, άρα κρίνεται απαραίτητη η χρηματοδότηση μέσω ορισμένων προγραμμάτων, αλλά και η πρόσβαση σε νέες αγορές που θα εξασφαλίσει μεγαλύτερα μερίδια καταναλωτών. Η Ελλάδα αντιμετωπίζει πολύ σοβαρά προβλήματα υποδομών, οργανωτικών δομών, ενώ παράλληλα εντοπίζονται και σημαντικά εμπόδια στη μεταφορά τεχνολογίας και τεχνογνωσίας, περιορίζοντας τις εισροές για βελτίωση της επιχειρηματικότητας και την ανάπτυξη καινοτόμων στοιχείων.

Οι προτεινόμενες παρεμβάσεις στο επιχειρηματικό περιβάλλον σχετίζονται άμεσα με τον επαναπροσδιορισμό των βασικών αντιλήψεων που ευθύνονται σε μεγάλο βαθμό για την αρνητική κατάσταση που βιώνουμε. Κάθε επιχειρηματίας θα πρέπει να σκέφτεται στρατηγικά με στόχους και όραμα για τη θέση που επιθυμεί να κατέχει η επιχείρησή του σε τοπικό ή διεθνές επίπεδο για να μπορέσει να επιβιώσει.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

1.1 Επιχειρηματικό μάρκετινγκ

Η έννοια του Μάρκετινγκ περιλαμβάνει τις δραστηριότητες, τις επιχειρηματικές μονάδες, τους οργανισμούς και τις διαδικασίες για τη δημιουργία, την επικοινωνία, τη διανομή και την ανταλλαγή προϊόντων που έχουν σημασία και αξία για το πελατειακό κοινό, αλλά και για ολόκληρη την κοινωνία. Η φιλοσοφία του Μάρκετινγκ αποτελεί μία μέθοδο για να λειτουργήσει σωστά μια επιχειρηματική οντότητα. Είναι μια κοινωνική διαδικασία που περικλείει τις δραστηριότητες που απαιτούνται προκειμένου να κατορθώσουν τα άτομα και οι οργανώσεις να διασφαλίσουν αυτά που χρειάζονται και επιθυμούν μέσω των συναλλαγών τους με άλλους, αλλά και να εξακολουθήσουν να αναπτύσσουν όσο το δυνατό περισσότερο τις συναλλακτικές τους σχέσεις.

Το μάρκετινγκ εκτός από την έννοια της συναλλαγής, εστιάζει και στην ικανοποίηση του πελάτη, στην ικανοποίηση των στόχων της επιχείρησης και στην επίτευξη της αμοιβαίας ικανοποίησης των δύο μερών. Γι' αυτό το λόγο, χρησιμοποιεί μέσα, μεθόδους και διαδικασίες που συντελούν, προκειμένου η επιχείρηση να προσαρμοστεί στις ανάγκες του πελάτη, αλλά και στις συνθήκες της αγοράς και να ασκήσει την επιρροή της (Δημητριάδης, Τζωρτζάκη, 2010).

Σήμερα οι επιχειρηματίες κατανοούν τη μεγάλη σημασία και τη σπουδαιότητα του μάρκετινγκ στις συναλλαγές σε διεθνές επίπεδο. Η κερδοφορία των επιχειρήσεων, αλλά και το βιοτικό επίπεδο των αναπτυγμένων και των αναπτυσσόμενων χωρών εξαρτώνται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τις αρχές του επιχειρηματικού μάρκετινγκ. Μια πολιτική, μια στρατηγική, μια καινούρια μέθοδος ενδεχομένως να αποτελεί σημαντικό εργαλείο ενός πλάνου επιχειρηματικού μάρκετινγκ (Τζωρτζάκης, Τζωρτζάκη, 2001).

Ένα πλάνο επιχειρηματικού μάρκετινγκ περιλαμβάνει σειρά συγκεκριμένων ενεργειών και γι' αυτόν ακριβώς το λόγο, ο στρατηγικός σχεδιασμός αποτελεί μια από τις σημαντικότερες επιχειρηματικές δραστηριότητες. Ένας από τους σημαντικότερους στόχους όταν εφαρμόζεται ένα στρατηγικό σχέδιο είναι η ανάπτυξή του με τρόπους που να μετασχηματίζεται πολύ εύκολα σε σχέδια δράσης. Επομένως, μία στρατηγική αποτελείται από

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

σειρά μελετημένων τακτικών που είναι αναγκαίες προκειμένου να ικανοποιηθούν οι ανάγκες του αγοραστικού κοινού. Η στρατηγική επιχειρηματικού μάρκετινγκ καθορίζει και την επιλογή αντικειμενικών στόχων, καθώς και την κατανομή των πόρων, υλικών, ανθρώπινων, οικονομικών κ.λ.π.

Αρχικά, υπάρχει κάποιο όραμα που καθορίζει τον τρόπο που θα αναπτυχθεί μια επιχείρηση στο μέλλον. Η αποστολή καθορίζει τους βασικούς σκοπούς του οργανισμού και ποιες ενέργειες κάνει προκειμένου να επιτύχει το όραμά της. Οι αξίες αναφέρονται στις πεποιθήσεις που μοιράζονται μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών της επιχείρησης. Οι στρατηγικές είναι συνδυασμοί στόχων για τους οποίους η επιχείρηση αγωνίζεται και περιλαμβάνει όλα τα μέσα με τα οποία προσπαθεί να φτάσει σε αυτούς. Βασικό στοιχείο της υλοποίησης της στρατηγικής είναι η διασφάλιση της επιχειρηματικής μονάδας προς την κατεύθυνση του τελικού της οράματος (Σιώμοκος, 2001).

1.2 Η έννοια της επιχειρηματικής κουλτούρας

Ο όρος κουλτούρα σχετίζεται με την προσπάθεια που καταβάλλει κανείς να κατανοήσει τον κόσμο καλύτερα, αλλά και τη θέση του ατόμου μέσα σε αυτόν. Στην επιχειρηματική ορολογία πραγματοποιείται η χρήση του όρου κυρίως για να εξηγήσει τις αξίες, τις βασικές αρχές, καθώς και τα πρότυπα με τα οποία λειτουργεί μια επιχείρηση ή ένας οργανισμός. Ειδικότερα, εννοούμε όλες εκείνες τις αξίες και τους κανόνες μιας επιχειρηματικής μονάδας που περιλαμβάνει ήθη, έθιμα, συνήθειες, παραδόσεις, αλλά και καθορισμένο τρόπο σκέψης και δράσης. Αποτελεί το πλαίσιο μέσα από το οποίο εκφράζεται η σχέση επιχείρησης και κοινωνίας και προσδιορίζει τον τρόπο σκέψης, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο δρουν τα άτομα σε μια επιχείρηση (Μήλιος, 2006).

Είναι η φιλοσοφία μέσα στην επιχείρηση, αποτελεί «το σύστημα των κατευθυντήριων προτύπων της επιχείρησης που εκφράζεται με τις εθιμικές και ηθικές αξίες της». Συνεπώς, υποστηρίζεται ότι είναι η «εθιμική και ηθική υποδομή» της οικονομικής διαδικασίας, στην οποία έχουν αντίκτυπο όλες οι απόψεις και αντιλήψεις για τις σχέσεις των ομάδων που εμπλέκονται στην επιχείρηση. Η σύλληψη της ιδέας της επιχειρησιακής κουλτούρας ξεκινάει

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

από το γεγονός ότι τα άτομα ψάχνουν να βρουν δυνατότητες και ευκαιρίες για να ταυτιστούν με κάποιες συγκεκριμένες ομάδες. Δηλαδή, έχουν έντονη την επιθυμία να ενταχθούν κάπου, άρα, οι επιχειρήσεις επιδιώκουν την ανάπτυξη χαρακτηριστικών από τους εργαζόμενους που συντελούν, ώστε να ταυτιστούν πιο έντονα με την επιχείρηση. Αυτό βοηθάει όλο και πιο πολύ στη διαμόρφωση ενός συνόλου αξιών και προτύπων που είναι δυνατό να καθορίσουν τη στάση, τη νοοροπία και τη συμπεριφορά που ασκεί επιρροή στον τρόπο λήψης αποφάσεων, αλλά και την ανάληψη δράσης και αποκαλείται επιχειρησιακή κουλτούρα.

Η αξιολόγηση της επιχειρησιακής κουλτούρας μπορεί να γίνει με δείκτες, όπως είναι παραδείγματος χάρη, οι τελετές, οι επέτειοι, τα εμπόδια που έχουν ξεπεραστεί στο παρελθόν, το κλίμα που βιώνουν οι εργαζόμενοι μέσα στην επιχείρηση, η επικοινωνία μεταξύ τους και οι αμοιβές τους. Θεωρείται ότι η εταιρική φιλοσοφία αποτελείται από τα εξής στοιχεία: (Μήλιος, 2006)

- Την οργανωτική δομή, τις αξίες της επιχειρηματικής οντότητας και αναγνωρίζει την ανάγκη που υπάρχει για την παραγωγή ενός καινοτόμου προϊόντος.
- Τις αντιλήψεις της επιχείρησης σε θέματα, τα οποία αναφέρονται στην ανάπτυξη, στον ανταγωνισμό και στην τεχνική πρόοδο.
- Την υπεύθυνη συμπεριφορά σε όλες τις ομάδες, οι οποίες συνδέονται με την επιχείρηση, αλλά και προς την κοινωνία και το περιβάλλον.
- Τους κανόνες, οι οποίοι αφορούν τις οικονομικές δραστηριότητες της επιχείρησης που σχετίζονται με την παραγωγή οποιουδήποτε προϊόντος, ήδη υπάρχοντος ή καινοτόμου.

Η εταιρική κουλτούρα αποτελεί την ψυχή και το πνεύμα της επιχείρησης που εκδηλώνεται με πολλούς τρόπους, δεν είναι κάτι το οποίο μπορεί κάποιος να δει ή να αγγίξει. Η εταιρική κουλτούρα παίζει ολοένα και πιο σημαντικό ρόλο στο μάρκετινγκ, επειδή στη σύγχρονη εποχή οι αγορές έχουν απελευθερωθεί, η εξέλιξη της τεχνολογίας πραγματοποιείται με πολύ γρήγορους ρυθμούς, έχει πραγματοποιηθεί η διάδοση διάφορων μορφών συστημάτων πληροφορίας και τηλεπικοινωνιών και εισάγονται συνέχεια καινοτόμα προϊόντα (Μήλιος, 2006).

Η έννοια της επιχειρηματικής κουλτούρας συντελεί, ώστε να καταργηθούν τα σύνορα του "επιχειρείν", να εξαλειφθούν τα εμπόδια στη διακίνηση κεφαλαίων και προϊόντων και να διαδοθούν πιο γρήγορα οποιεσδήποτε πληροφορίες, μέθοδοι και πρακτικές αναφέρονται στην

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών. Κατά συνέπεια, δημιουργήθηκαν ανακατατάξεις στην επιχειρηματική σκέψη και δράση που σχετίζονται με τις μεταβολές στις αγορές που αναφέρονται στην προσαρμογή σε νέες αξίες, νέους στόχους και καινούρια κοινωνικά, οικονομικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά. Η επιχειρηματική κουλτούρα είναι το πιο σπουδαίο στοιχείο για να έχει υψηλές αποδόσεις ένας οργανισμός. Σύμφωνα με αυτήν οι εργαζόμενοι συμμερίζονται την αποστολή της επιχείρησης (Τερζίδης, 2004).

Έτσι κι αλλιώς, η επιχείρηση περιγράφει στους εργαζόμενους τους στόχους της πολύ ξεκάθαρα και οι εργαζόμενοι μπορούν να εκφράσουν τη γνώμη τους ελεύθερα. Επιπλέον, οι επιχειρηματικές μονάδες έχουν σχεδιάσει συστήματα επιβράβευσης και βοηθούν ενεργά τους εργαζόμενους. Όμως, ο βασικότερος παράγοντας για την επιτυχημένη πορεία μιας επιχείρησης είναι η μέτρηση και η αξιολόγηση της επιχειρηματικής κουλτούρας, αφού δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στα μοναδικά χαρακτηριστικά της, όπως είναι για παράδειγμα, οι αξίες, ο κώδικας επικοινωνίας και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του ανθρώπινου δυναμικού που παραγνωρίζονται τις περισσότερες φορές, όπως λόγου χάρη, οι αντιλήψεις, οι στάσεις, οι προσδοκίες κ.λ.π. (Τερζίδης, 2004).

Μπορούν, λοιπόν, να μελετηθούν ο βαθμός που συμπίπτει η επιχειρηματική κουλτούρα με τη στρατηγική της επιχείρησης, πόσο ταιριάζει η κουλτούρα της επιχειρηματικής μονάδας με την κουλτούρα των νέων στελεχών της, ποιος είναι ο προσανατολισμός της επιχείρησης προς την αγορά και το πελατειακό της κοινό και πόσο εύκολα αυτή προσαρμόζεται. Επίσης, επιτυγχάνεται η καλύτερη εσωτερική επικοινωνία από τους εργαζόμενους προς τους ανώτερους, εντοπίζονται οι ευκαιρίες βελτίωσης και πραγματοποιούνται οι αλλαγές που πρέπει να γίνουν σε θέματα στρατηγικής και οργάνωσης (Μπήτρος, 2006).

Η μέτρηση της επιχειρηματικής κουλτούρας είναι αναγκαίο να βασίζεται σε όλα εκείνα τα υποδείγματα, τα οποία εξειδικεύονται ανάλογα με τις ανάγκες και τις ιδιαιτερότητες της επιχείρησης σε σχέση με την κατάσταση που επικρατεί, το ανταγωνιστικό της περιβάλλον, τις επιθυμίες και επιδιώξεις που έχουν τα διοικητικά της στελέχη και την ωριμότητα που δείχνουν. Όμως, κάποιες φορές υπάρχουν περιπτώσεις που η επιχειρηματική κουλτούρα προσεγγίζεται επιφανειακά και σε άλλες περιπτώσεις μπορεί να μη μετράται καθόλου. Οι αδυναμίες μέτρησης που εντοπίζονται πιο συχνά είναι η επιφανειακή ανάλυση των στοιχείων που συλλέγονται. Επομένως, είναι η αυθαίρετη ερμηνεία των αποτελεσμάτων και κατά κύριο λόγο οι έτοιμες λύσεις.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Συνεπώς, θα πρέπει να υπάρχει κάποιο έμπειρο άτομο μέσα στην επιχείρηση που να έχει την ικανότητα να αξιολογεί την επιχειρηματική κουλτούρα και να μπορέσει να βοηθήσει σημαντικά ως προς το σχεδιασμό των εργαλείων μέτρησης της επιχειρηματικής κουλτούρας, την εγκυρότητα και την αξιοπιστία των μετρήσεων. Επί πρόσθετα, να συμβάλλει σημαντικά στην αντικειμενική αξιολόγηση των αποτελεσμάτων και στην ανάπτυξη δράσεων προκειμένου να συμπίπτει η επιχειρηματική κουλτούρα με τη στρατηγική και τους στόχους που έχουν τεθεί από την επιχείρηση

1.3 Επιχειρηματικότητα, οι μορφές και ο ρόλος της

Ο Πλάτωνας ήταν επιφυλακτικός απέναντι στην έννοια της επιχειρηματικότητας, ενώ ο Δημοσθένης και ο Ξενοφώντας είδαν την ανακάλυψη και την αξιοποίηση ευκαιριών κέρδους ως το κίνητρο για μια επιχειρηματική δραστηριότητα. Κατά το 18^ο αιώνα, η επιχειρηματικότητα συνδεόταν με τον κίνδυνο της αγοράς πρώτων υλών, προϊόντων, κ.λ.π. σε καθορισμένες τιμές και η πώληση τους γινόταν σε απροσδιόριστες τιμές. Η διεύρυνση της έννοιας πραγματοποιήθηκε τους επόμενους αιώνες περικλείοντας τη διαχείριση παραγωγικών συντελεστών.

Από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα, η επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει και τη διάσταση της καινοτομίας και της αβεβαιότητας στην αγορά, αλλά και την άσκηση ελέγχου. Τις τελευταίες δεκαετίες περιλαμβάνει και την αναγνώριση ευκαιριών, την αξιοποίηση πόρων, την ίδρυση νέων επιχειρήσεων και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Με βάση τις σύγχρονες αντιλήψεις, η επιχειρηματικότητα αποτελεί νοοτροπία, είναι εκείνη η δύναμη που ωθεί τα άτομα στη διαφοροποίηση, στο άνοιγμα νέων δρόμων.

Στην ουσία η επιχειρηματικότητα συνιστά το σύνολο νομικών, διοικητικών, οικονομικών, πολιτικών, κοινωνικών, ψυχολογικών διαδικασιών που έχουν ως σκοπό την προσέλκυση του ενδιαφέροντος των επιστημόνων και των επαγγελματιών από διάφορους επιχειρηματικούς κλάδους. Η λέξη «επιχειρηματικότητα» προέρχεται από το ρήμα «επιχειρώ»

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

που σημαίνει «δοκιμάζω», «αρχίζω κάποιο έργο», «καταπιάνομαι με κάποια δραστηριότητα», «ενεργώ με συγκεκριμένο τρόπο και στόχο», «προσπαθώ να επιτύχω κάτι». Η έννοια εμπεριέχει συμπεριφορές και δεξιότητες που σχετίζονται με την πρωτοβουλία για την έναρξη μιας δραστηριότητας, την οργάνωση ενεργειών, την ύπαρξη κάποιου στόχου, αλλά και την κινητοποίηση για την επίτευξή του, δηλαδή για παρέμβαση στην κοινωνική πραγματικότητα.

Υπάρχουν πολλοί ορισμοί, οι οποίοι μπορούν να περιγράψουν πλήρως την έννοια της επιχειρηματικότητας. Δύο από τους ορισμούς που είναι γενικά αποδεκτοί και χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν την επιχειρηματικότητα αναφέρονται στη συνέχεια (Σαλαβού, 2006).

Ως επιχειρηματικότητα μπορεί να οριστεί το κινήγι μιας ευκαιρίας και η διαδικασία κατά την οποία μετασχηματίζεται μια ιδέα σε κάτι χειροπιαστό και επιχειρηματίας καλείται το άτομο εκείνο που μεταφράζει την ανάγκη για επιτυχία σε οικονομική ανάπτυξη.

Επιχειρηματίας είναι αυτός που έχει την ικανότητα να συλλάβει μια δημιουργική ιδέα, να την προσαρμόσει σε ευκαιρία στην αγορά και να συγκεντρώσει όλους τους πόρους που είναι απαραίτητοι, προκειμένου να υλοποιηθεί, έχοντας ως σκοπό να αποκομίσει κέρδος στο μέλλον.

Η έννοια του επιχειρείν ή της επιχειρηματικότητας περιλαμβάνει το συνδυασμό παραγωγικών συντελεστών προκειμένου να παράγει ένας οργανισμός προϊόντα ή υπηρεσίες, εμπεριέχει την εισαγωγή και εφαρμογή καινοτομιών καθώς και το στοιχείο του κινδύνου. Αποτελεί σημαντική δραστηριότητα, διότι συντελεί στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη (Μπουραντάς, 1999).

Ένας πιο διαδεδομένος ορισμός σε παγκόσμιο επίπεδο είναι ότι η επιχειρηματικότητα σαν οικονομική δραστηριότητα ορίζεται ως: «Η κάθε προσπάθεια που πραγματοποιείται προκειμένου να δημιουργηθεί μια νέα επιχείρηση ή μια νέα δραστηριότητα, όπως είναι το ελεύθερο επάγγελμα, η δημιουργία ενός νέου επιχειρηματικού οργανισμού ή ακόμα και η επέκταση της ήδη υπάρχουσας επιχείρησης από έναν ιδιώτη, από ομάδες ιδιωτών ή από επιχειρήσεις που ήδη λειτουργούν».

Η έννοια της επιχειρηματικότητας σχετίζεται άμεσα με την τεχνογνωσία και την καινοτομία σε οποιοδήποτε στάδιο ανάπτυξης μιας επιχείρησης. Πλήθος ερευνών έχει

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

αναδείξει ότι ένα από τα πιο σημαντικά κίνητρα για επιχειρηματική δραστηριότητα είναι η τάση του ατόμου για ανεξαρτησία, αλλά και η ανάγκη για προσωπική δημιουργία. Όταν ένα άτομο εξοικειώνεται με την επιχειρηματική δραστηριότητα, έχει ιδιαίτερη αυτοπεποίθηση και ξέρει πώς να αντιμετωπίσει το ενδεχόμενο αποτυχίας, τότε έχει εκείνα τα χαρακτηριστικά που συντελούν στην ανάπτυξη και στην καλή πορεία της επιχειρηματικής δραστηριότητας (Σαμαρτζή, 2008).

Οι ορισμοί για την έννοια της επιχειρηματικότητας είναι πολλοί, αλλά όλοι παρουσιάζουν ένα κοινό στοιχείο, αυτό είναι η επιχειρηματική ιδέα. Αν και αρκετοί έχουν επιχειρηματικές ιδέες, δεν προσπαθούν να αρπάξουν όλες τις ευκαιρίες, ακόμα και όταν αυτές είναι προφανείς. Άρα, αυτό που παίζει τον κυρίαρχο ρόλο στην έννοια της επιχειρηματικότητας είναι η διαφορετικότητα του κάθε ατόμου. Μια ιδέα ενδεχομένως να αποτελεί ευκαιρία για κάποιον, αλλά, δεν είναι απαραίτητα ευκαιρία και για κάποιο άλλο άτομο (Σαλαβού, 2006).

Μια επιχειρηματική ιδέα είναι επιτυχημένη όταν:

- παράγει αξία, συνεπώς, δημιουργεί κέρδος.
- συμβάλλει στην εξέλιξη των δυνατοτήτων της επιχείρησης.
- μπορεί να διατηρήσει το κέρδος για το μεγαλύτερο δυνατό χρονικό διάστημα.
- επεκτείνει την κερδοφορία, αφού η ιδέα αυτή είναι δυνατό να ωθήσει και σε άλλες ιδέες.

Η επιχειρηματικότητα είναι δυνατό να παρουσιαστεί με τις μορφές που αναφέρονται παρακάτω:

Την πρώτη μορφή αποτελεί η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας. Σύμφωνα με αυτήν ο επιχειρηματίας αρχίζει μια δραστηριότητα με σκοπό να εκμεταλλευτεί μια επιχειρηματική ευκαιρία. Οι επιχειρηματικές μονάδες που υιοθετούν αυτή τη μορφή επιχειρηματικότητας μπορούν να φέρουν καινοτόμες ιδέες και να δημιουργήσουν ένα ανταγωνιστικό προϊόν στην αγορά (Σαμαρτζή, 2008).

Τη δεύτερη μορφή αποτελεί η επιχειρηματικότητα ανάγκης. Πρόκειται για τη μορφή εκείνη που ο επιχειρηματίας, παίρνει την απόφαση να ασχοληθεί με κάποια δραστηριότητα για να καλύψει την ανάγκη που παρουσιάζει να ασχοληθεί με κάτι. Είναι μορφή που δε συντελεί

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

στην ανάπτυξη της οικονομίας, επειδή δεν είναι ανταγωνιστική, αλλά καλύπτει τις ανάγκες που υπάρχουν για επιβίωση. Αξίζει να αναφερθεί ότι δεν υπάρχει καμία προοπτική για κανένα άνοιγμα σε διεθνές επίπεδο μελλοντικά (Σαμαρτζή, 2008).

Η τρίτη μορφή είναι η επιχειρηματικότητα υψηλών δυνατοτήτων και συνδέεται με επιχειρηματικές δραστηριότητες που δεν εκτείνονται μόνο σε εθνικό επίπεδο, αλλά το προϊόν τους διατίθεται στη διεθνή αγορά. Οποιαδήποτε χώρα επιθυμεί και επιδιώκει να αυξήσει αυτή τη μορφή επιχειρηματικότητας, αφού βοηθάει στην εθνική της εξέλιξη και οδηγεί στην καλύτερευση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος ολόκληρης της χώρας (Σαμαρτζή, 2008).

Σύμφωνα με την Αποσπóρη (2008) οι μορφές της επιχειρηματικότητας είναι οι εξής:

Στρατηγικός νεωτερισμός που αναφέρεται στη μετατροπή μικρών εξειδικευμένων αγορών σε μεγάλες μαζικές αγορές. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η περίπτωση της εταιρίας amazon.com, η οποία μετέτρεψε μια μικρή εξειδικευμένη αγορά που απευθύνεται σε λίγους, την ταχυδρομική πώληση των βιβλίων σε μαζική αγορά, η οποία απευθύνεται σε πολλά άτομα.

Επαναστατικός νεωτερισμός που σχετίζεται με τις καινούριες μεθόδους και διαδικασίες που αντικαθιστούν τις ήδη υπάρχουσες μεθόδους παραγωγής και διανομής. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αυτής της μορφής επιχειρηματικότητας αποτελούν το ίντερνετ και η κινητή τηλεφωνία.

Νέα μοντέλα επιχειρηματικής και διαχειριστικής οργάνωσης είναι η τρίτη και τελευταία μορφή επιχειρηματικότητας, όπου εντάσσονται τα συστήματα διαδικτυακών επιχειρήσεων που έκαναν πρώτη φορά την εμφάνισή τους από τους Αμερικάνους στη δεκαετία του 1990.

Αρχικά, ένας επιχειρηματίας ενεργεί στα επίπεδα της επιχείρησης, της αγοράς και της οικονομίας. Λίγοι επιχειρηματίες δρουν με καινοτόμα προϊόντα δίνοντας στην οικονομία την απαραίτητη ώθηση για οικονομική πρόοδο. Η πλειονότητα αυτών δρα μιμητικά δίνοντας σταθερότητα στην οικονομία. Επιπλέον, ο επιχειρηματίας τις περισσότερες φορές λαμβάνει αποφάσεις υπό συνθήκες ατελούς πληροφόρησης, επομένως, θα πρέπει να έχει ηγετικές ικανότητες προκειμένου να καθορίζει στόχους και να κινητοποιεί, να ενδυναμώνει, να ενθαρρύνει και να καθοδηγεί τους εργαζόμενους της επιχείρησής του. Τέλος, θα πρέπει να αναζητά τι κατάλληλες ευκαιρίες που του αποδίδουν κέρδος και οι οποίες συνεχώς δημιουργούνται στα πλαίσια μιας αναπτυσσόμενης οικονομίας (Μπήτρος, 2006)

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Φυσικά για να είναι θετικά τα αποτελεσματα της επιχειρηματικότητας για ολόκληρο το κοινωνικό σύνολο, θα πρέπει το κοινωνικό και το πολιτικό περιβάλλον να είναι φιλικό και να υπάρχουν τα κατάλληλα κίνητρα. Σε αντίθετη περίπτωση, η επιχειρηματικότητα δε θα αποφέρει τα επιδιωκόμενα οφέλη, ακόμα μπορεί να είναι και καταστροφική.

Σχετικά με τη διαφοροποίηση του πεδίου επιχειρηματικότητας είναι τέσσερις οι τύποι επιχειρηματικής δράσης. Ο πρώτος τύπος είναι η επιχειρηματική αναπαραγωγή, όπου εντάσσεται η δημιουργία νέας και μικρής επιχειρηματικής μονάδας δίχως την εμφάνιση κάποιας καινοτομίας, όπως παραδείγματος χάρη, η ίδρυση ενός μικρού καταστήματος υποδημάτων από πωλητή που έχει πολύχρονη εμπειρία στο χώρο.

Το δεύτερο τύπο αποτελεί η επιχειρηματική μίμηση που αναφέρεται και αυτή στη δημιουργία μιας καινούριας επιχειρηματικής μονάδας, αλλά συνεπάγεται και πολύ μεγάλες αλλαγές για το πρόσωπο που επιχειρεί. Δηλαδή, κάποιο στέλεχος μιας πολυεθνικής επιχείρησης που επιδιώκει να αλλάξει εντελώς τον τρόπο ζωής του και αποφασίζει να ιδρύσει δικό του κατάστημα ρούχων (Αποσπότη, 2008).

Ο τρίτος τύπος αναφέρεται στην επιχειρηματική διατίμηση που έχει σχέση με τη δημιουργία μεγάλης μονάδας και συνεπάγεται μικρές αλλαγές στο άτομο που επιχειρεί. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι ένας πολιτικός μηχανικός που εμπλέκεται στην ανάπτυξη πολλών καινοτομικών έργων πολυεθνικής εταιρίας και αναπτύσσει δικό του έργο στον τομέα που γνωρίζει εκείνος καλύτερα. Ο τέταρτος και τελευταίος τύπος είναι η επιχειρηματική δραστηριότητα, δηλαδή πρόκειται για τη δημιουργία νέας αξίας και για μια μεγάλη αλλαγή στο άτομο που επιχειρεί (Αποσπότη, 2008).

Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα είναι στραμμένη στον τελικό καταναλωτή. Επίσης, στη σύγχρονη εποχή είναι έντονη η παρουσία της επιχειρηματικότητας της «ανάγκης», η υποχώρηση της επιχειρηματικότητας της «ευκαιρίας» που στηρίζεται στην εύρεση μιας πραγματικής ευκαιρίας κι όχι στην έλλειψη άλλων επιλογών, η έλλειψη άλλων δυνατοτήτων ικανοποιητικής απασχόλησης και η περιορισμένη εισοδος σε νέες αγορές. Άλλα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία αποτελούν το ενδιαφέρον να απασχοληθεί σε παραδοσιακούς κλάδους, η αδυναμία ανάπτυξης εξαγωγικών επιδόσεων, αλλά και η περιορισμένη συνεισφορά στην ανάπτυξη (Παπαδούλης, 2012).

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

1.4 Σύνδεση επιχειρηματικότητας με το περιβάλλον της επιχείρησης

Είναι γενικά αποδεκτό ότι η επιχειρηματικότητα υιοθετείται μέσα από τη στρατηγική κατεύθυνση που δίνει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην επιχειρηματική μονάδα, καθώς και από τη διάταξη των πόρων μέσα σε ένα περιβάλλον που μεταβάλλεται συνεχώς, έχοντας ως στόχο να ανταποκριθεί στις ανάγκες της αγοράς και να ικανοποιήσει τις ανάγκες που έχει το καταναλωτικό κοινό.

Η έννοια της επιχειρηματικότητας εξαρτάται σημαντικά όχι μόνο από το εξωτερικό, αλλά και από το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης. Σχετικά με το εξωτερικό της περιβάλλον πρόκειται για στοιχεία της οικονομίας (πληθωρισμός, ρυθμοί ανάπτυξης, πορεία κεφαλαιαγοράς), της κοινωνίας (δημογραφικά στοιχεία), της πολιτικής (άσκηση νομισματικής πολιτικής, δημοσιονομικής πολιτικής, εισοδηματικής πολιτικής) και της τεχνολογίας, δηλαδή της βελτίωσης της ποιότητας και της ποσότητας εξοπλισμού. Επίσης, το εξωτερικό περιβάλλον εμπεριέχει το νομικό που αναφέρεται στους κανόνες και νόμους που στηρίζεται μια κοινωνία, το οικολογικό και το πολιτισμικό περιβάλλον, δηλαδή τα ήθη, έθιμα, παραδόσεις μιας κοινωνίας (Μπουραντάς, 1999).



Το περιβάλλον της επιχείρησης

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Στο εσωτερικό περιβάλλον της η επιχείρηση αποκτά τους πόρους από τους οποίους και αποτελείται. Σε αυτό εντάσσονται οι προμηθευτές υλικών ή υπηρεσιών, οι καταναλωτές, οι εργαζόμενοι, οι χρηματοδότες, οι πιστωτές και οι μέτοχοι και επιχειρήσεις που συνεργάζονται ή την ανταγωνίζονται, λόγω χάρη οικονομικοί οργανισμοί και τράπεζες με τους οποίους συναλλάσσεται και όποιο άλλο στοιχείο σχετίζεται με αυτήν και ως ένα βαθμό την επηρεάζει (Μπουραντάς, 1999).

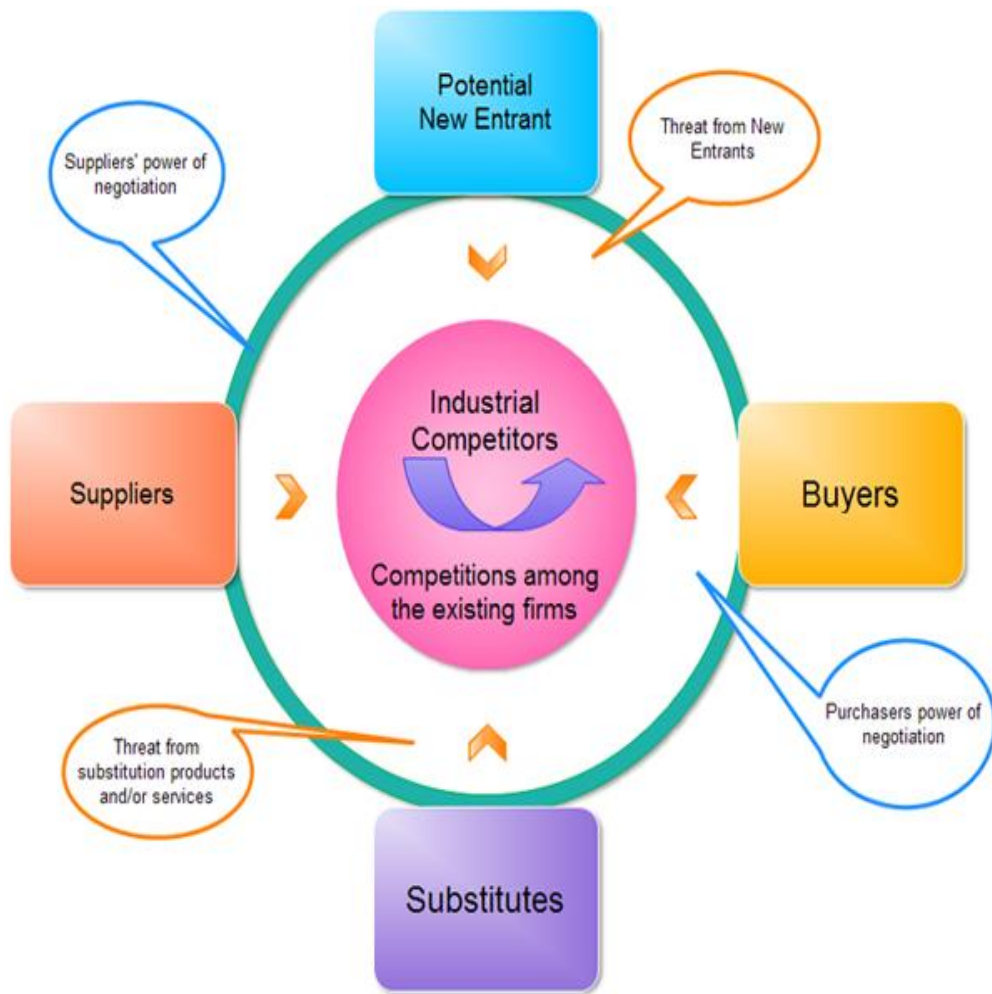
Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μιας επιχειρηματικής μονάδας προκύπτει από τη διαφοροποίησή της συγκριτικά με μία άλλη και γι' αυτό στηρίζεται στη δύναμη που αποκτά χρησιμοποιώντας σωστά τις ικανότητές της, αλλά και από τη σωστή διαχείριση των πόρων της. Στο μοντέλο των πέντε δυνάμεων του Porter υπάρχουν όλες οι δυνάμεις, τις οποίες αντιμετωπίζει η επιχείρηση προκειμένου να ασκήσει επιρροή και να μπορέσει να αναπτύξει την επιχειρηματικότητά της. Όσο πιο ισχυρή είναι μια επιχείρηση τόσο πιο εύκολο είναι να αντιμετωπίσει τις δυνάμεις αυτές. Ο ανταγωνισμός είναι κατά κύριο λόγο, αυτό το συστατικό, το οποίο ωθεί στην επιτυχία ή στην αποτυχία μιας εταιρίας, αφού το ανταγωνιστικό περιβάλλον ασκεί σημαντική επιρροή στην ισχύ της επιχείρησης.

Ο Porter, λοιπόν, καθόρισε 5 ανταγωνιστικές δυνάμεις που έχουν αντίκτυπο σε οποιοδήποτε κλάδο και στην αγορά κάθε οικονομίας. Καθεμία από αυτές τις δυνάμεις ξεχωριστά προσδιορίζει την ένταση του ανταγωνισμού της επιχείρησης και τα πιθανά κέρδη της, όπως επίσης και την ελκυστικότητα κάθε νέας επιχειρηματικής μονάδας. Το μοντέλο του Porter αποτελεί ένα χρήσιμο εργαλείο για να αναλυθούν οι κινητήριες δυνάμεις της αγοράς. Περιλαμβάνει τις εξής δυνάμεις:

- Ανταγωνισμός μεταξύ υφιστάμενων επιχειρήσεων
- Απειλή εισόδου νέων ανταγωνιστικών επιχειρήσεων
- Απειλή υποκατάστατων προϊόντων ή υπηρεσιών
- Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών
- Διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»



Οι πέντε δυνάμεις του Porter

1^η δύναμη: Ανταγωνισμός μεταξύ υφιστάμενων επιχειρήσεων

Ο ανταγωνισμός μεταξύ των ήδη υπαρχουσών επιχειρήσεων αποτελεί την πρώτη και πιο βασική δύναμη της αγοράς. Οι ανταγωνιστικές επιχειρήσεις όλων των επιχειρηματικών κλάδων αναζητούν συνεχώς περισσότερους τρόπους προκειμένου να επιτύχουν τη βελτίωση των προϊόντων ή των υπηρεσιών που προσφέρουν στο αγοραστικό κοινό για να παραμείνουν στην αγορά και να αυξήσουν τους πελάτες τους. Κάποιοι από τους τρόπους που αναζητούν για να το επιτύχουν μπορεί να είναι η μείωση των τιμών, η βελτίωση ποιότητας υπηρεσιών, η καλή και άμεση εξυπηρέτηση του πελατειακού κοινού, η ενίσχυση ενός προϊόντος μέσω διαφημιστικών μηνυμάτων και καλής επικοινωνιακής πολιτικής κ.λ.π. (Σιώμος, 2002).

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Ο έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των εταιριών συνδέεται με μια σειρά παραγόντων που αλληλεπιδρούν μεταξύ τους. Οι παράγοντες αυτοί έχουν να κάνουν με την πληθώρα των επιχειρήσεων που παρουσιάζουν ίση δύναμη κι έχουν το ίδιο αντικείμενο, πράγμα που καθιστά όλο και πιο δύσκολη την επιβίωσή τους λόγω του υψηλού επιπέδου του ανταγωνισμού. Επί πρόσθετα, σε μια αγορά που αναπτύσσεται συνεχώς με πιο γρήγορους ρυθμούς ο αριθμός των καταναλωτών παρουσιάζει αύξηση και οι επιχειρήσεις επιθυμούν να αυξήσουν τις πωλήσεις τους για να προσελκύσουν το μεγαλύτερο μερίδιο.

Όταν οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν υψηλά σταθερά κόστη, επιδιώκουν να αυξήσουν την ποσότητα του παραγόμενου προϊόντος και με το μεγαλύτερο καταμερισμό να επωφεληθούν των οικονομιών κλίμακας. Επίσης, οι ήδη υπάρχουσες επιχειρηματικές οντότητες προσπαθούν όλο και πιο πολύ για να αυξήσουν το μερίδιο της αγοράς και να επενδύσουν σε προωθητικές ενέργειες, ιδιαίτερα στη διαφήμιση, εισάγουν νέα προϊόντα, αλλά και καταβάλλουν προσπάθειες για τη μείωση των τιμών. Εάν το προϊόν δεν είναι διαφοροποιημένο, το καταναλωτικό κοινό μπορεί εύκολα να υποκαταστήσει το προϊόν με προϊόντα ανταγωνιστικών επιχειρήσεων. Ακόμα λόγω της ύπαρξης υψηλών εμποδίων εξόδου, οι επιχειρηματικές οντότητες έχουν σοβαρούς λόγους να συνεχίσουν να δραστηριοποιούνται στον κλάδο, αφού είναι γεγονός ότι αρκετές φορές κοστίζει σε μια επιχείρηση περισσότερο να βγει από έναν κλάδο παρά να παραμείνει σε αυτόν (Παπαδάκης, 2007).

2^η δύναμη: Απειλή εισόδου νέων ανταγωνιστικών επιχειρήσεων

Οι καινούριες επιχειρήσεις που εισέρχονται στην αγορά αποτελούν κίνδυνο για τις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις. Γι' αυτό το λόγο, οι υφιστάμενες επιχειρήσεις πρέπει να βρουν όσο το δυνατό γρηγορότερα στρατηγικές για τη διατήρηση της θέσης τους. Ένα από τα πιο σημαντικά εμπόδια που συναντούν κατά την είσοδό τους σε έναν κλάδο οι νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις είναι οι οικονομίες κλίμακας. Επιπλέον, οι νέοι ανταγωνιστές θα πρέπει να πετύχουν σταδιακή μείωση των σταθερών εξόδων, αφού είναι υποχρεωμένοι να μπουν στην αγορά με μικρότερες ποσότητες προϊόντων. Η είσοδος νέων ανταγωνιστών στην αγορά είναι πολύ δύσκολη, αφού οι υφιστάμενες επιχειρήσεις έχουν κερδίσει την εμπιστοσύνη και την αφοσίωση του καταναλωτικού κοινού.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Όμως, οι καινούριες επιχειρηματικές μονάδες εμφανίζουν και ανάγκες σε κεφάλαια για εξοπλισμό, για έρευνα και ανάπτυξη, για διαφημιστικές εκστρατείες κ.λ.π. Εκτός από το αυξημένο κόστος των νέων ανταγωνιστικών επιχειρήσεων, αν οι καταναλωτές προτιμήσουν αλλάξουν προϊόν απευθυνόμενοι σε μια καινούρια επιχείρηση, θα πρέπει να υποστούν και το κόστος προσαρμογής. Υπάρχουν και κάποιοι περιορισμοί στην πρόσβαση σε κανάλια διανομής, αφού οι ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις έχουν κατοχυρώσει συνεργασίες με συμβόλαια. Τέλος, η πολιτική του κράτους είναι δυνατό να ενισχύσει την είσοδο στην αγορά νέων μονάδων, παραδείγματος χάρη, με επιχορηγήσεις ή και να αποτρέψει την είσοδο σε αυτήν με τον περιορισμό της πρόσβασης σε πρώτες ύλες ή με άλλους τρόπους (Paleru et al, 2007).

3^η δύναμη: Απειλή υποκατάστατων προϊόντων ή υπηρεσιών

Τα υποκατάστατα προϊόντα ή υπηρεσίες αποτελούν τη μεγαλύτερη ίσως απειλή για τις πωλήσεις όλων των ήδη υπάρχουσών επιχειρήσεων. Σε περιόδους οικονομικής κρίσης, οι αγοραστές στρέφονται σε προϊόντα που έχουν χαμηλότερο κόστος χωρίς να σκέφτονται ιδιαίτερα τη χαμηλή ποιότητά τους. Η απειλή των υποκατάστατων είναι μεγαλύτερη, εάν η ποιότητα και η απόδοση τους είναι ίδια ή αν είναι καλύτερη από τα προϊόντα της επιχείρησης.

Στη δημιουργία στενών υποκατάστατων σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν και οι τεχνολογικές εξελίξεις. Επίσης, η ύπαρξη κοντινών υποκατάστατων παίζει ρόλο στη διαμόρφωση της τιμής των προϊόντων μιας εταιρίας. Στην περίπτωση που οι τιμές των προϊόντων της είναι υψηλότερες από αυτές των στενών υποκατάστατων, το καταναλωτικό κοινό πιθανότατα να στραφεί προς τα υποκατάστατα για την κάλυψη των ίδιων αναγκών. Η απειλή από αυτά γίνεται όλο και πιο έντονη, στην περίπτωση που οι πελάτες είναι πρόθυμοι να δοκιμάσουν υποκατάστατα προϊόντα λόγω χαμηλότερης τιμής (Σιώμκος, 2002).

4^η δύναμη: Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών

Οι προμηθευτές είναι υπεύθυνοι για την ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων και υπηρεσιών της επιχείρησης. Η επιχείρηση επιδιώκει φερέγγυες και αξιόπιστες συναλλαγές με τους προμηθευτές. Όταν είναι πιο ισχυρή η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών είναι

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

περιορισμένα και τα περιθώρια κέρδους των αγοραστών. Η θέση τους είναι πιο ευνοϊκή όταν δεν υπάρχουν υποκατάστατα προϊόντα, καθώς και όταν διατίθενται τα προϊόντα τους σε πολλούς κλάδους της οικονομίας. Η αλλαγή προμηθευτών έχει μεγάλο κόστος για την επιχείρηση και όταν συμβαίνει κάτι τέτοιο χάνονται τα προνόμια των προμηθευτών (Paleru et al, 2007).

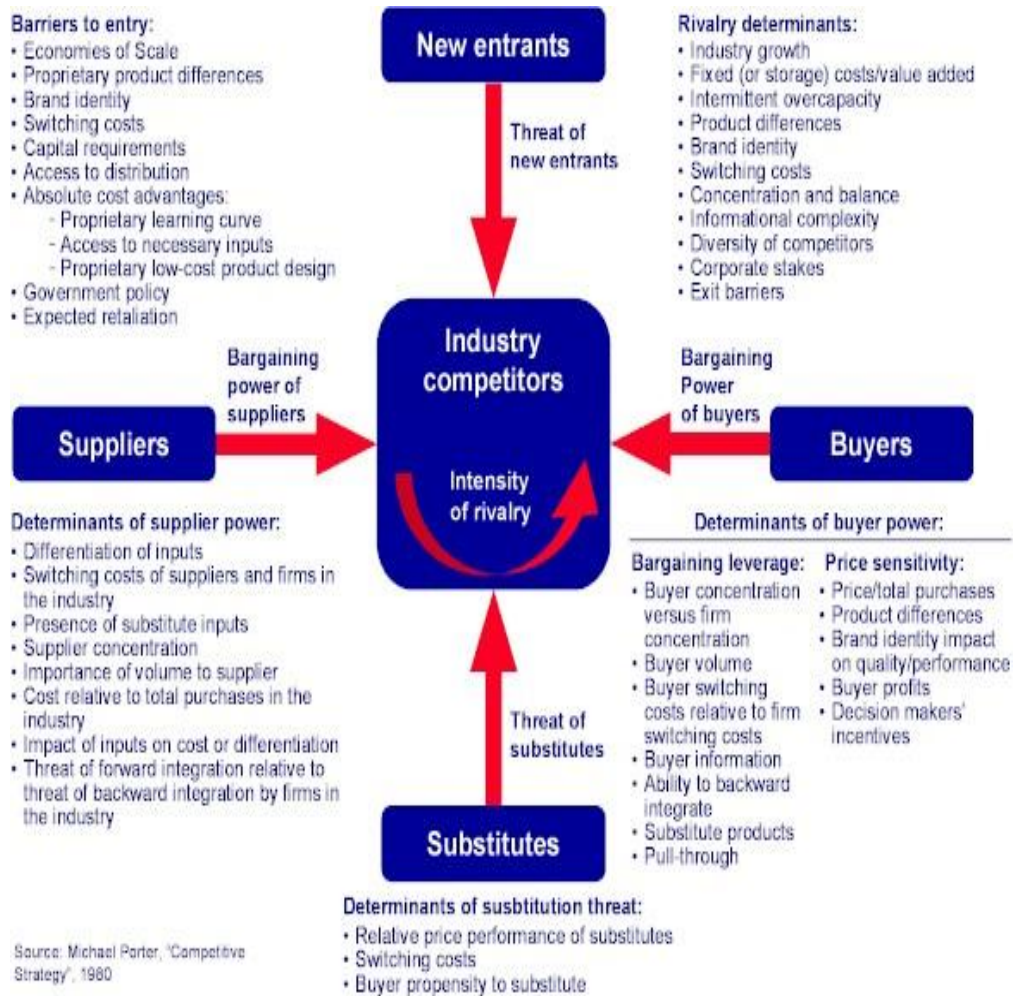
5^η δύναμη: Διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών

Οι καταναλωτές διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην πορεία της επιχειρηματικής μονάδας. Η συμπεριφορά καταναλωτή μεταβάλλεται πάντα ανάλογα με τα δεδομένα που υπάρχουν στην αγορά. Οι καταναλωτές είναι αυτοί που προσδιορίζουν τη λήψη των αποφάσεων των διοικητικών στελεχών της επιχείρησης. Συνεπώς, η δύναμη των αγοραστών καθορίζει τη ζήτηση του προϊόντος. Το καταναλωτικό κοινό έχει πρόσβαση σε υποκατάστατα προϊόντα και είναι εύκολο να προβεί σε σύγκριση παρόμοιων προϊόντων και να επιλέξει μεταξύ αυτών. Αναμφίβολα, η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών αποτελεί σημαντικό κριτήριο του ανταγωνισμού, επειδή αυτοί ανταγωνίζονται τον κλάδο πιέζοντας για χαμηλότερες τιμές και απαιτώντας την καλύτερη δυνατή ποιότητα.

Παρακάτω παρουσιάζεται μία εικονική σύντομη ανάλυση των πέντε δυνάμεων του Porter, δηλαδή τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά του ανταγωνισμού μεταξύ υφιστάμενων επιχειρήσεων, της απειλής εισόδου νέων ανταγωνιστικών επιχειρήσεων, της απειλής υποκατάστατων προϊόντων ή υπηρεσιών, της διαπραγματευτικής δύναμης προμηθευτών και της διαπραγματευτικής δύναμης αγοραστών.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»



Συνοπτική ανάλυση των πέντε δυνάμεων του Porter

1.5 Τα χαρακτηριστικά ενός επιχειρηματία

Τα άτομα που αναζητούν καινούριες ευκαιρίες και καινοτόμες ιδέες αποκαλούνται επιχειρηματίες. Ένα άτομο είναι δυνατό να γίνει επιχειρηματίας, επειδή εκμεταλλεύεται μια καινούρια ιδέα, δεν είναι αναγκαίο να έχει η οικογένειά του επιχειρήση ή να διαθέτει μεγάλα κεφάλαια. Κανένας δε μπορεί να γεννηθεί επιχειρηματίας, επιχειρηματίας γίνεται στην πορεία της ζωής του. Από έρευνες που έγιναν προσδιορίστηκαν τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας των επιχειρηματιών που μπορούν να εντοπιστούν όλα συγκεντρωμένα στο

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Επιπλέον, ένας καλός επιχειρηματίας δημιουργεί την επιχείρησή του, επειδή παρακινείται από το φόβο μήπως χάσει την εργασία του ή μήπως μείνει άνεργος. Επίσης, στην αρχή εργάζεται σε μικρές επιχειρηματικές μονάδες και στη συνέχεια προχωράει στην ίδρυση της δικής του επιχείρησης. Τέλος, εστιάζει την προσοχή του κυρίως σε κλάδους που έχει εξοικειωθεί από προηγούμενη απασχόλησή τους.

Οι επιχειρηματίες μπορούν να προκαλούν επανάσταση στη διαδικασία παραγωγής, εκμεταλλευόμενοι τις επινοήσεις και τις τεχνολογικές δυνατότητες για την παραγωγή ενός νέου αγαθού ή ακόμη και για την παραγωγή ενός παλαιότερου, αλλά με καινούρια μέθοδο, με μία νέα πηγή παροχής αγαθών ή μία νέα αγορά προϊόντων, κ.λ.π. Αυτό απαιτεί κάποιες ικανότητες που γενικότερα τις έχει ένα μικρό ποσοστό του πληθυσμού και αυτό είναι κάτι, το οποίο προσδιορίζει τον επιχειρηματικό τύπο, αλλά και την επιχειρηματική λειτουργία (Γεωργαντά, 2003).

Η επιχειρηματικότητα παίζει σπουδαίο ρόλο στην ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας σε κάθε χώρα. Η ανταγωνιστικότητα αντανακλά στην παραγωγικότητα, στο κόστος των επιχειρήσεων και στις τιμές των προϊόντων ή υπηρεσιών. Κάποιοι παράγοντες που ασκούν επιρροή σε αυτές τις περιοχές είναι οι εξής:

- Η εκπαίδευση και οι δεξιότητες
- Το περιβάλλον
- Η επιχειρηματικότητα συνδυαστικά με την αξιοποίηση της δημιουργικότητας, αλλά και της καινοτομίας.
- Οι κατάλληλες υποδομές
- Η δημιουργία επιχειρηματικής κουλτούρας

1.6 Η επιχειρηματικότητα στην ελληνική πραγματικότητα

Στη σύγχρονη εποχή, το ανταγωνιστικό περιβάλλον των επιχειρήσεων μεταβάλλεται συνεχώς, γι' αυτό το λόγο, η πληροφόρηση αποτελεί ένα πολύ σημαντικό εργαλείο που

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

παρέχει σωστή οργάνωση, μία καλή διοίκηση και βοηθάει την επιχείρηση να αναπτυχθεί. Κάθε επιχείρηση πρέπει να έχει το κατάλληλο πληροφοριακό υλικό, λόγω της ποιότητας, της αμεσότητας. Αναμφίβολα, οι πληροφορίες είναι απαραίτητες για το μέλλον των επιχειρηματικών μονάδων και ειδικότερα στις μέρες μας που η τεχνολογία έχει αναπτυχθεί με αλματώδεις ρυθμούς. Επίσης, το πληροφοριακό υλικό συντελεί, ώστε να δημιουργηθούν ακόμα καλύτερες συνθήκες για την επιχείρηση (Λιούκας, 2010).

Τα τελευταία χρόνια αρκετοί επιστήμονες καθόρισαν την επιτυχία μιας επιχείρησης μέσα από οργανωμένα συστήματα ολικής ποιότητας. Σαφώς, με την είσοδο της τεχνολογίας, τα συστήματα των επιχειρήσεων εξελίχθηκαν. Στην Ελλάδα, όπως και σε άλλες χώρες, οι επιχειρηματίες γνωρίζουν πολύ καλά τί σημαίνει σωστή πληροφόρηση, αλλά και πώς μπορεί να συντελέσει στη δική τους επιχείρηση. Η ανάπτυξη του τομέα της πληροφορικής έχει ωθήσει στην ανάπτυξη μικρομεσαίων επιχειρήσεων που χαρακτηρίζονται από ευελιξία και είναι εύκολη η προσαρμογή τους στη νέα τεχνολογία.

Ο σκοπός των ενεργειών πληροφόρησης είναι η υποστήριξη πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων σε θέματα που σχετίζονται με την καινοτομία, την εξέλιξη της τεχνολογίας και όλων των κριτηρίων που σχετίζονται με το επιχειρηματικό περιβάλλον.

Στις μέρες μας το επιχειρηματικό περιβάλλον διαφοροποιείται εξαιτίας της οικονομικής κρίσης και οι προτιμήσεις του καταναλωτικού κοινού μεταβάλλονται διαρκώς, αφού εξαιτίας της έλλειψης χρηματικών πόρων περιορίζονται οι αγορές του και αναζητώνται οικονομικότερα προϊόντα. Μάλιστα, θα πρέπει τα προϊόντα να είναι ποιοτικά για την κάλυψη των απαιτήσεων των καταναλωτών. Τα προϊόντα που προσφέρουν οι επιχειρήσεις θα πρέπει να συνδυάζουν καλή ποιότητα σε λογικό κόστος (Λιούκας, 2010).

Στο ξεκίνημα μιας επιχείρησης είναι απαραίτητο να υπάρχουν οι κατάλληλοι οικονομικοί πόροι και η κατάλληλη επιχειρηματική ιδέα. Φυσικά δεν υπάρχει ποικιλία διαθέσιμων πόρων και οι δυσκολίες ως προς τις διαδικασίες που απαιτούνται για να ιδρυθεί μια εταιρία είναι πολλές. Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία από έρευνες, οι οποίες έχουν διεξαχθεί σε παγκόσμιο επίπεδο, η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα υστερεί σε σημαντικό βαθμό. Γενικότερα, προτιμάται η εργασία που εξαρτάται κανείς από άλλα άτομα και δεν υπάρχει καμία σκέψη για αυτοαπασχόληση.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Ιδιαίτερο πρόβλημα αποτελούν τα εμπόδια, τα οποία δημιουργούνται και δεν αφήνουν την επιχειρηματική δραστηριότητα να αναπτυχθεί. Τα πιο βασικά εμπόδια είναι πρώτον, το μη ικανοποιητικό θεσμικό πλαίσιο για την ίδρυση και χρηματοδότηση της επιχείρησης και κατά δεύτερον, η φορολογική επιβάρυνση. Οι Έλληνες πολίτες θα έπρεπε να εξοικειώνονται από μικρή ηλικία με την επιχειρηματικότητα και να αναπτύσσουν επιχειρηματικό πνεύμα. Μάλιστα, ίσως η ένταξη στο σχολείο ειδικού μαθήματος που σχετίζεται με την επιχειρηματικότητα με την καθοδήγηση του Υπουργείου Παιδείας θα μπορούσε να συντελέσει στην προετοιμασία των νέων ατόμων για την επιχειρηματική σταδιοδρομία τους.

Είναι λογικό ότι πάντα θα υπάρχει το ενδεχόμενο για την αποτυχία της επιχειρηματικότητας. Προκειμένου να ελαττωθεί ο φόβος πρέπει να υπάρχει ο κατάλληλος σχεδιασμός, αλλά και η σωστή εκπαίδευση και πληροφόρηση για να συνδυαστεί η επιχειρηματικότητα με την οικονομική ανάπτυξη. Δηλαδή, για να αναπτυχθεί η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα θα πρέπει να υπάρξει βελτίωση του εκπαιδευτικού συστήματος και να διαμορφωθεί μια οικονομική πολιτική που ευνοεί την επιχειρηματικότητα με: (Λιούκας, 2010)

- Τη δημιουργία ανταγωνιστικού κλίματος που θα συμβάλλει στην εξέλιξη του επιχειρηματικού πνεύματος.
- Τη θέσπιση θεσμικού πλαισίου για την επιβράβευση της προσπάθειας του επιχειρηματία.
- Τη μείωση εμποδίων εισόδου των νέων επιχειρηματιών σε διάφορους κλάδους της οικονομίας.

Ενώ η επιχειρηματικότητα έχει γίνει το σύνθημα της παγκόσμιας οικονομίας τα τελευταία έτη, στην Ελλάδα ακόμα καταβάλλονται προσπάθειες για την απομυθοποίησή της. Η δημιουργία κερδοφόρων επιχειρήσεων θα μπορούσε να δημιουργήσει δίκτυα καινοτομίας και γνώσης, θα βοηθούσε στην ανάπτυξη της βιώσιμης επιχειρηματικότητας και θα συντελούσε σε μια υγιή ανταγωνιστικότητα της χώρας (Καραγιάννης-Μπακούρος, 2010).

Όμως, η επιχειρηματικότητα στη χώρα μας μέχρι και τις αρχές του 21ου αιώνα δεν ήταν αποδεκτή από τους Έλληνες και μάλιστα, οι περισσότεροι θεωρούσαν την επιχειρηματικότητα ως δράση που αναπτύσσουν οι ήδη υπάρχουσες και κατά κύριο λόγο οι μεγάλες επιχειρήσεις.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Αξίζει να αναφερθεί ότι η Ελλάδα έχει χαρακτηριστεί από τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ) ως εχθρική προς την επιχειρηματικότητα χώρα, ενώ οι ρυθμοί ανάπτυξης της οικονομίας που απαιτούνται δεν είναι δυνατό να υποστηριχθούν από παρόμοιες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες.

Είναι πλέον γεγονός ότι η ελληνική επιχειρηματικότητα έχει χαρακτηριστεί κυρίως από τη δημιουργία πολύ μικρού μεγέθους επιχειρήσεων που αποτελούν το 96% του συνόλου των επιχειρηματικών μονάδων, ενώ η ανάπτυξη και επιβίωσή τους βρίσκει εσωτερικές και εξωτερικές δυσκολίες στην αγορά. Από τα πιο σημαντικά προβλήματα ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα είναι το ρυθμιστικό πλαίσιο σχετικά με τις διαδικασίες ίδρυσης νέων επιχειρήσεων, η διοικητική γραφειοκρατία, το ασταθές φορολογικό σύστημα, οι δυσκολίες δανεισμού και γενικότερα το αρνητικό επιχειρηματικό κλίμα. Αν και τα νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα τα τελευταία χρόνια της οικονομικής κρίσης εμφανίζουν υψηλό βαθμό καινοτομίας, έχουν μικρή ανταγωνιστικότητα (Καραγιάννης-Μπακούρος, 2010).

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΚΑΙ Η ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΗΣ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

2.1 Εννοιολογικοί προσδιορισμοί της «κρίσης»

Για την έννοια της κρίσης υπάρχουν διάφορες ερμηνείες. Χρησιμοποιείται και στην καθημερινότητα από απλούς ανθρώπους για να περιγράψουν ότι είναι αντιμέτωποι με ένα δύσκολο πρόβλημα, ότι περνούν μια κρίσιμη φάση. Η κρίση ορίζεται ως το χρονικό διάστημα, μέσα στο οποίο περιγράφεται μια απρόβλεπτη κατάσταση που χαρακτηρίζεται από ένταση και ανασφάλεια, διαταράσσεται η ομαλή λειτουργία ενός συστήματος και οι αρχικές του ιδιότητες αλλοιώνονται (Husfmid, 2006).

Η κρίση είναι δυνατό να αναφέρεται στο ίδιο το άτομο, την οικογένεια, μια επιχείρηση, έναν οργανισμό, την κοινωνία, τους θεσμούς της κοινωνίας, το διεθνές περιβάλλον και επιφέρει αρνητικά αποτελέσματα. Μπορεί να περιγράψει και τις διάφορες καταστάσεις, αλλά και γεγονότα, όπως είναι λόγου χάρη, οι φυσικές καταστροφές, η εξάπλωση επιδημιών, η οικονομική κατάρρευση, καθώς και η κατάρρευση καθεστώτων. Επομένως, ανάλογα με την περίπτωση μπορούμε να μιλάμε για πολιτική, οικονομική, κοινωνική, οικολογική κρίση κ.λ.π. Μάλιστα, εν όψει κρίσης είναι δυνατό να μεταβάλλεται η συνήθης ροή των πραγμάτων και διανύουμε ένα χρονικό διάστημα με δυσχέρειες και κινδύνους (Κιότος, Παυλίδης, 2012).

2.2 Τα στάδια και οι φάσεις της κρίσης

Η πλειονότητα των κρίσεων δε συμβαίνει αιφνίδια. Σύμφωνα με τον Thomas (2003) μια κρίση μπορεί να αποτελείται από τέσσερα διαφορετικά στάδια.

Το πρώτο στάδιο είναι το στάδιο διαμόρφωσης της κατάστασης ή πρόδρομων συμπτωμάτων (Prodomal crisis stage). Είναι το πρώτο στάδιο της κρίσης, αυτό της προειδοποίησης. Αλλιώς χαρακτηρίζεται και ως στάδιο συμπτωμάτων, αφού κάποιος θα διαγνώσει την κρίση που θα επέλθει. Πάντοτε οι κρίσεις στέλνουν επαναλαμβανόμενες

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

ενδείξεις προειδοποιητικών σημαδιών. Τέτοια συμπτώματα είναι οι πράξεις, οι ενέργειες, αλλά και οι παραλήψεις, οι οποίες ωθούν σε εκδήλωση κρίσης. Οποιαδήποτε δραστηριότητα έχει τα δικά της πρόδρομα συμπτώματα και κάθε διάστημα στο οποίο δεν υπάρχει κρίση είναι μια κατάσταση πρόκρισης.

Το δεύτερο στάδιο είναι αυτό της εκδήλωσης και κορύφωσης της κρίσης (acute crisis stage). Η ζημιά έχει ήδη συμβεί και θα πρέπει να διαχειριστεί σωστά, έτσι ώστε να μη διατηρηθεί. Το στάδιο αυτό διαρκεί όσο εκδηλώνονται τα χαρακτηριστικά της κρίσης.

Το τρίτο στάδιο είναι αυτό των επιπτώσεων (chronic crisis stage) και αποτελεί την περίοδο που εδραιώνεται η κρίση και παράλληλα εκδηλώνονται οι επιπτώσεις της, αλλά είναι ορατές και οι συνέπειές της. Χαρακτηριστικά του τρίτου σταδίου αποτελούν ο έλεγχος, οι έρευνες και οι νέες προσπάθειες επανάκαμψης.

Το τέταρτο στάδιο είναι αυτό της επίλυσης και ομαλοποίησης (crisis resolution stage) κατά το οποίο το σύστημα αποκτά τις αρχικές του ιδιότητες και τους κανονικούς ρυθμούς που είχε πριν από την κρίση. Πρόκειται για εκείνο το στάδιο που συμβαίνει κατόπιν του ελέγχου και της απόφασης για τον πιο κατάλληλο και εύστοχο δρόμο προκειμένου να επιλυθεί η κρίση (Thomas, 2003).

Σύμφωνα με άλλους μελετητές τα στάδια της κρίσης είναι πέντε: το στάδιο της ανίχνευσης των σημάτων, το στάδιο της προετοιμασίας, το στάδιο της συγκράτησης, το στάδιο της αποκατάστασης και το στάδιο της μάθησης (Mitroll, Pearson, 1993).

Εκτός από τα στάδια, υπάρχουν και οι φάσεις της κρίσης. Η πρώτη είναι η φάση πριν την κρίση. Πρόκειται για το χρονικό διάστημα, όπου το σύνολο των ατόμων που διαχειρίζεται την κρίση επιδιώκει να την προλάβει. Αναγκαία προϋπόθεση αποτελεί η γνώση των θεμάτων που σχετίζονται με την εμφάνιση της κρίσης. Αν εντοπιστούν οι αιτίες της κρίσης, θα υπάρξουν μέτρα πρόληψης με αποτέλεσμα να αποφευχθεί ή τουλάχιστον να μειωθεί ο κίνδυνος. Επίσης, στην πρώτη φάση συμπεριλαμβάνονται ο προσδιορισμός των ευαίσθητων σημείων της κρίσης, η δημιουργία ομάδων διαχείρισης της κρίσης, καθώς και η διαμόρφωση πλάνου διαχείρισης της κρίσης (Thomas, 2003).

Η δεύτερη φάση είναι η φάση κατά τη διάρκεια της κρίσης που περιλαμβάνει την αναγνώριση της κρίσης με τη συλλογή των απαραίτητων πληροφοριών και τον προσδιορισμό

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

των πηγών εκ των οποίων προέρχεται. Συμπεριλαμβάνει τη διαχείριση, την παρακολούθηση και τον έλεγχό της.

Η τρίτη και τελευταία φάση είναι αυτή μετά την κρίση, όπου αξιολογείται και η προσπάθεια της σωστής διαχείρισης της κρίσης και συνεχίζεται η δράση, δηλαδή η παρακολούθηση κι ο έλεγχος επικοινωνίας και επιπλέον το θέμα ερευνάται συνεχώς.

2.3 Η έννοια της οικονομικής κρίσης

Όλες οι οικονομικές κρίσεις που συνέβησαν κατά καιρούς είχαν έναν ευρύτερο χαρακτήρα και σημάδεψαν ολόκληρους λαούς. Υπάρχουν πολλοί και διάφοροι ορισμοί, οι οποίοι είναι δυνατό να εξηγήσουν την έννοια της οικονομικής κρίσης.

Ο όρος οικονομική κρίση σημαίνει έλλειψη ρευστότητας στις καθημερινές συναλλαγές και αδυναμία πληρωμής οικονομικών υποχρεώσεων. Επίσης, συνδέεται με την αύξηση της ανεργίας, τη μείωση της αγοραστικής δύναμης, τη χαμηλή κατανάλωση και επένδυση. Οι οικονομικές κρίσεις είναι οι διαταραχές της οικονομικής δραστηριότητας, οι οποίες είναι δυνατό να προκληθούν από τις μεταβολές των οικονομικών μεγεθών και αποτελούν μέρος των οικονομικών διακυμάνσεων.

Τα αίτιά τους, ενδεχομένως να είναι καθαρά οικονομικά, όμως, ενδέχεται να οφείλονται και σε φυσικά γεγονότα, σε τεχνολογικές εξελίξεις ή και στο ψυχολογικό κλίμα που σε ενδεχόμενη στιγμή παρασύρει την αγορά σε πλήρη απορρύθμιση. Στις ανεπτυγμένες οικονομίες χαρακτηριστικός προάγγελος μιας οικονομικής κρίσης είναι συνήθως η κατάρρευση του συστήματος τιμών και μετοχών. Η οικονομική κρίση ορίζεται ως μια περίοδος πτώσης των πραγματικών εισοδημάτων και αύξησης της ανεργίας στην οικονομία (Mankiw, 2002).

Η οικονομική ζωή ως σύνολο σχέσεων, φορέων, κανόνων είναι ευάλωτη σε κρίσεις. Οι οικονομικές κρίσεις θέτουν σε δοκιμασία θεσμούς και ισορροπίες συμφερόντων έχοντας δυσμενείς και καταστροφικές επιπτώσεις για τους πληθυσμούς και συνιστώντας συχνά παράγοντα οπισθοδρόμησης. Στην παγκόσμια οικονομική ιστορία, οι οικονομικές κρίσεις αποτελούν ένα συνηθισμένο φαινόμενο. Υπήρξαν περίοδοι ευημερίας και στασιμότητας, όπως

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

δείχνουν οι μελέτες της εξέλιξης των φαινομένων που αφορούν στην παραγωγή και στις ανταλλαγές στο πέρασμα του χρόνου. Όμως, από την προβιομηχανική έως και την σημερινή εποχή δεν έλειψαν οι κρίσεις που έφεραν αναταραχή στην οικονομική ζωή και στις υφιστάμενες ισορροπίες (Κόλλιας, Ναζάκης, Χλέτσος, 2005).



Οικονομική κρίση, λοιπόν, είναι το φαινόμενο κατά το οποίο μια οικονομία είναι δυνατό να χαρακτηριστεί από μια διαρκή και ταυτόχρονα αισθητή μείωση της οικονομικής της δραστηριότητας. Ο όρος οικονομική δραστηριότητα αναφέρεται σε όλα τα μακροοικονομικά μεγέθη της οικονομίας, όπως είναι παραδείγματος χάρη, η απασχόληση, το εθνικό προϊόν, οι τιμές, οι επενδύσεις κ.λ.π. (Κουφάρης, 2010).

Η οικονομική κρίση είναι η φάση της καθόδου, δηλαδή η χρονική περίοδος που η οικονομική δραστηριότητα βρίσκεται σε συνεχή συρρίκνωση. Οι οικονομικές διακυμάνσεις είναι οι διαδοχικές αυξομειώσεις της οικονομικής δραστηριότητας σε μια οικονομία και ονομάζονται εναλλακτικά και κυκλικές διακυμάνσεις ή οικονομικοί κύκλοι. Το φαινόμενο αποδίδεται και με τον όρο «business cycles», προκειμένου να τονιστεί η ιδιαίτερη βαρύτητα των επενδύσεων στην εξέλιξη του οικονομικού κύκλου. Από πολύχρονες στατιστικές παρατηρήσεις έχει διαπιστωθεί ότι οι οικονομικοί κύκλοι έχουν διάρκεια περίπου από 7 έως 11 έτη.

Ο Kondratiev ανέπτυξε τη θεωρία του περί μακρών κυμάτων, αφού επεξεργάστηκε στοιχεία χρονολογικών σειρών τιμών και ποσοτήτων σε διάφορα βασικά προϊόντα και

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι καπιταλιστικές οικονομίες παθαίνουν μακροχρόνιες κυκλικές διακυμάνσεις που έχουν διάρκεια από 45 έως και 55 έτη και η φάση της οικονομικής ανόδου διαρκεί περίπου όσο και η φάση της καθόδου. Επίσης, έχουν διεθνή χαρακτήρα. Τα επαναλαμβανόμενα χαρακτηριστικά που εμφανίζονται (stylized facts) σύμφωνα με τον Kondratieff περιλαμβάνουν κύματα ενδιάμεσης διάρκειας που είναι δυνατό να χαρακτηρίσουν κύκλους αποθεμάτων (3-3,5 έτη) και επενδύσεων (7-11 έτη) (Τσουλφίδη, 2005).

- Στην ανοδική φάση του μακρού κύματος τα έτη άνθησης είναι περισσότερα από αυτά της ύφεσης. Το αντίθετο συμβαίνει στην καθοδική φάση του μακρού κύματος.
- Στη διάρκεια της ύφεσης του μακρού κύματος, ο αγροτικός τομέας της οικονομίας πλήττεται περισσότερο από όλους τους υπόλοιπους.
- Οι καινοτομίες μεγάλης κλίμακας πραγματοποιούνται κατά κύριο λόγο στη φάση της ύφεσης του μακρού κύματος και η διάχυσή τους επιταχύνεται στην αρχική φάση της άνθησης.
- Στην αρχική φάση της άνθησης αυξάνεται η παραγωγή χρυσού και η παγκόσμια αγορά επεκτείνεται με την προσάρτηση καινούριων αγορών.
- Στη διάρκεια της φάσης άνθησης παρατηρούνται κατά κανόνα οι πολεμικές συρράξεις και οι επαναστάσεις.

Η οικονομική κρίση έχει μια σειρά από αρνητικά αποτελέσματα και συνέπειες για την οικονομία κάθε χώρας. Πρόκειται για αρνητικά αποτελέσματα που είναι δυνατό να ποικίλλουν από τη μία χώρα στην άλλη ως προς την εμφάνισή τους και ως προς την έντασή τους. Τα χαρακτηριστικά αυτά είναι:

1) Η μείωση ρευστότητας στην οικονομία, αφού μειώνονται τα κέρδη των επιχειρήσεων και οι τράπεζες προχωρούν στη μείωση των δανείων που χορηγούν.

2) Τα υψηλά επιτόκια δανεισμού. Μια χώρα μπορεί να χάσει τη φήμη και την οικονομική αξιοπιστία της και όταν προσπαθεί να δανειστεί για την κάλυψη των αναγκών της και των ελλειμμάτων της να συναντά καχυποψία στην εκπλήρωση της αποπληρωμής των δανείων της, κάτι που θα επιφέρει αύξηση των επιτοκίων δανεισμού της.

3) Η μείωση της επενδυτικής δραστηριότητας εξαιτίας της μειωμένης εμπιστοσύνης, αλλά και της μείωσης ρευστότητας στην οικονομία που βρίσκεται σε κρίση.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

4) Η αύξηση αβεβαιότητας για το μέλλον στην οποία οδηγούν οι αρνητικές επιπτώσεις από την εμφάνιση της κρίσης και δημιουργούν αρνητικό κλίμα σε όλη την οικονομία, αλλά και δυσάρεστες προβλέψεις για το μέλλον, αφού οι πολίτες είναι απογοητευμένοι από την υπάρχουσα κατάσταση και δεν έχουν ελπίδες και αισιοδοξία για ένα πιο ευνοϊκό μέλλον. Επιπλέον, υπάρχει ο φόβος για μια επικείμενη χρεοκοπία.

5) Η αύξηση ανεργίας, αφού οι επιχειρήσεις δε μπορούν να αντισταθούν στις αρνητικές επιπτώσεις της κρίσης και αδυνατούν να επιβιώσουν διακόπτοντας τη λειτουργία τους και δημιουργώντας ανεργία.

6) Η μειωμένη εμπιστοσύνη στα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, αφού οι πολίτες βλέποντας τις συνθήκες που επικρατούν και τις συνεχείς υποσχέσεις χάνουν την εμπιστοσύνη τους στα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και μειώνουν όλο και περισσότερο την χρηματοδοτική τους βοήθεια προς τις επιχειρήσεις.

7) Η αύξηση φορολογίας, αφού οι κυβερνήσεις στην προσπάθειά τους να αυξήσουν τα μειωμένα έσοδά τους και προκειμένου να έχουν την ικανότητα να ανταποκριθούν στις δανειακές τους υποχρεώσεις αυξάνουν τους φόρους και φέρνουν σε χειρότερη θέση τους πολίτες.

8) Η μείωση κρατικών δαπανών, αφού ακολουθούν αυστηρές οικονομικές πολιτικές προκειμένου να ανταπεξέλθουν στη δυσχερή οικονομική κατάσταση που έχουν περιέλθει.

9) Το ρευστό οικονομικό περιβάλλον που δεν αφήνει τις καλύτερες υποσχέσεις για να ξεπεραστεί ανώδυνα η κρίση σε συνδυασμό με μια αρνητική ψυχολογία του πληθυσμού για τις μελλοντικές εξελίξεις.

10) Η μείωση των εξαγωγών και της ανταγωνιστικότητας που φέρνει η κρίση, καθώς και οι αρνητικοί ρυθμοί οικονομικής ανάπτυξης, αλλά και η μειωμένη παραγωγική δραστηριότητα.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

11) Η μείωση καταναλωτικής συμπεριφοράς, εννοώντας την αυξημένη φορολογία και το αρνητικό οικονομικό κλίμα που είναι δυνατό να συντελέσουν στη μείωση της καταναλωτικής συμπεριφοράς και ωθούν τους καταναλωτές να αρκούνται στα απολύτως απαραίτητα. Οι μειωμένοι μισθοί και οι μειωμένες συντάξεις ωθούν σε μείωση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών, κατά συνέπεια, μειώνεται η εγχώρια ζήτηση και ταυτόχρονα μειώνονται οι πωλήσεις και τα κέρδη σε όλους τους κλάδους της οικονομίας.

Από το 2007 είναι εμφανής μια μεγάλης έντασης οικονομική κρίση, η οποία εκδηλώθηκε αρχικά στις Ηνωμένες Πολιτείες με επίκεντρο τις τραπεζικές επισφάλειες και ειδικότερα την αδυναμία εξυπηρέτησης των στεγαστικών δανείων και στη συνέχεια επεκτάθηκε στις οικονομίες και των υπόλοιπων χωρών. Η χρηματοπιστωτική κρίση επεκτάθηκε ταχύτατα στις αναπτυγμένες χώρες και στη συνέχεια σε ολόκληρο τον κόσμο, έχοντας ολέθριες συνέπειες στο τραπεζικό σύστημα και τις επιχειρήσεις.

Η αντίδραση των χωρών ήταν η λήψη μέτρων για την αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης. Τα μέτρα αυτά ήταν διαφορετικά από χώρα σε χώρα, παρόλ' αυτά, είχαν κοινό στόχο, τη βελτίωση της ρευστότητας και την κινητοποίηση των επενδύσεων στοχεύοντας στην ανάκαμψη της οικονομίας και τη συγκράτηση της απασχόλησης στα επίπεδα προ κρίσης. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση το σχέδιο για να αντιμετωπιστεί η οικονομική κρίση και να ανακάμψει η οικονομία κατατέθηκε το Δεκέμβριο του 2008. Βασικό χαρακτηριστικό αυτού του σχεδίου ήταν η ανάπτυξη κοινών στρατηγικών συνδυαστικά με την προώθηση των μακροπρόθεσμων στόχων της Ευρωπαϊκής Ένωσης και με βασικό σκοπό την τόνωση της αγοράς και τη λήψη μέτρων για να στηριχθεί η απασχόληση και να επιβιώσουν οι επιχειρήσεις.

Βασική προτεραιότητα για να αντιμετωπιστεί η οικονομική κρίση είναι η εισαγωγή ρευστότητας στην οικονομία, προκειμένου να επέλθει η τόνωση της ζήτησης και να προωθηθούν οι επενδύσεις για να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα της Ευρώπης, λαμβάνοντας υπόψη τους περιορισμούς του Συμφώνου Σταθερότητας που δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στη δημοσιονομική πειθαρχία, αλλά και τη νομισματική σταθερότητα.

Η παγκόσμια οικονομική ύφεση του 2008 είναι η συνέπεια τη διεθνούς χρηματοπιστωτικής κρίσης του 2007. Η κρίση από την έλλειψη ρευστότητας έγινε εμφανής στους χρηματιστηριακούς δείκτες των ανεπτυγμένων χωρών. Επίσης, πολλά χρηματιστήρια παρέμειναν κλειστά, αφού οι επενδυτές είχαν σημαντικές απώλειες. Η οικονομική κρίση είχε

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

αντίκτυπο σε πολλούς κλάδους της οικονομίας, όπως για παράδειγμα, ο τραπεζικός, ο ασφαλιστικός, ο κτηματομεσιτικός, οι αυτοκινητοβιομηχανίες, το εμπόριο και άλλοι κι αυτό είχε άμεσα αποτελέσματα σε οικονομικά μεγέθη, όπως η αύξηση της ανεργίας, οι νέες πληθωριστικές πιέσεις, η υποτίμηση νομισμάτων κ.λ.π. Η σημερινή κρίση ξεκίνησε από την ταυτόχρονη συνύπαρξη των ακόλουθων τριών παραγόντων (INE-ΓΣΕΕ, 2008):

Πρώτος παράγοντας ήταν η φούσκα στις τιμές των ακινήτων σε πολλές περιοχές των ΗΠΑ, που προκάλεσε υπερκατανάλωση με συνέπεια την αύξηση του ελλείμματος τρεχουσών συναλλαγών.

Δεύτερος παράγοντας ήταν η ραγδαία εξάπλωση των στεγαστικών δανείων υψηλού κινδύνου. Οι τράπεζες παρείχαν δάνεια με μόνη εγγύηση την αναμενόμενη αύξηση στην τιμή της κατοικίας, ενώ παρείχαν και διευκολύνσεις με ελκυστικά χαμηλά επιτόκια στα πρώτα χρόνια. Μάλιστα, οι τράπεζες αναλάμβαναν να πληρώσουν το δάνειο του νοικοκυριού από άλλη τράπεζα, λόγω προβλημάτων αποπληρωμής των νοικοκυριών.

Ο τρίτος παράγοντας ήταν η μεταφορά του ρίσκου από τους ισολογισμούς των τραπεζών στους επενδυτές μέσω τιτλοποιήσεων. Κάποιοι αγνοούσαν τον κίνδυνο και υπήρξαν επιρρεπείς στις υψηλές αποδόσεις, γεγονός το οποίο επέτρεπε στις τράπεζες να δανείζουν άφοβα σε δανειολήπτες που δε χαρακτηρίζονταν από φερεγγυότητα και στη συνέχεια να αποκτούν ρευστότητα για επιπλέον δανειοδοτήσεις, χωρίς να βρίσκουν νέους καταθέτες.

2.4 Είδη οικονομικών κρίσεων

Όπως είναι φυσικό δεν έχουν όλες οι οικονομικές κρίσεις την ίδια φύση, ένταση χρονική διάρκεια, γεωγραφική έκταση ούτε τις ίδιες συνέπειες για τον πληθυσμό. Ως προς τη χρονική τους διάρκεια οι οικονομικές κρίσεις διαχωρίζονται σε παροδικές και χρόνιες. Η διάρκεια των κρίσεων εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό αφενός από τα αίτια που τις προκαλούν και αφετέρου από τα μέτρα τα οποία λαμβάνονται για την αντιμετώπισή τους. Επιπρόσθετα, όταν παρατείνεται η διάρκεια μιας κρίσης δημιουργούνται καταστροφικές συνέπειες που είναι δύσκολο να ανατραπούν. Γι' αυτό το λόγο είναι πολύ σημαντικό να εντοπίζονται εγκαίρως οι κρίσεις (Κιότος, Παυλίδης, 2012).

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Με κριτήριο τη γεωγραφική τους διάσταση οι οικονομικές κρίσεις διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες. Τις εθνικές, τις περιφερειακές και τις παγκόσμιες κρίσεις. Εθνικές οικονομικές κρίσεις είναι αυτές που οι συνέπειες τους περιορίζονται εντός των εθνικών συνόρων και δεν μεταδίδονται σε άλλα κράτη. Περιφερειακές κρίσεις είναι εκείνες που επηρεάζουν τη λειτουργία περιφερειών, δηλαδή γεωγραφικών περιοχών με ομοιογενή χαρακτηριστικά και οικονομικές και πολιτικές αλληλεπιδράσεις. Παγκόσμιες είναι οι κρίσεις, οι οποίες εξαπλώνονται και γίνονται αισθητές σε διεθνές επίπεδο και είναι αναμφίβολα οι πιο πολύπλοκες (Σοκοδήμος, 2000).

Ως προς τη φύση τους οι οικονομικές κρίσεις διακρίνονται στις παρακάτω βασικές κατηγορίες: (Κιότος και Παυλίδης, 2012).

- § Κρίσεις στις αγορές αγαθών
- § Συγκυριακές και αναπτυξιακές κρίσεις
- § Πληθωριστικές κρίσεις
- § Κρίσεις δημόσιου χρέους
- § Τραπεζικές κρίσεις
- § Χρηματιστηριακές κρίσεις
- § Συναλλαγματικές κρίσεις

2.5 Πώς επηρεάζει η οικονομική κρίση τους επιχειρηματίες;

Η παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση δημιούργησε επιβράδυνση στην παγκόσμια οικονομική ανάπτυξη. Η επιβράδυνση αυτή έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση της ζήτησης των αγαθών, των υπηρεσιών, αλλά και των βιομηχανικών προϊόντων. Οι επιχειρήσεις αναγκάζονται τις περισσότερες φορές να μειώσουν το κόστος προκειμένου να επανεξετάσουν τις επενδύσεις και τη στρατηγική τους και να προχωρήσουν σε αναδιάρθρωση των δραστηριοτήτων τους (Ulrich, Rogovsky, Lamotte, 2009).

Οι συνέπειες από τις προσπάθειες για αναδιάρθρωση των επιχειρηματικών μονάδων είναι πολύ μεγάλες. Πληθώρα εταιριών δεν κάνει πλέον προσλήψεις και κάποιες επιχειρήσεις

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

απολύουν σημαντικό αριθμό εργαζομένων. Συνεπώς, η παγκόσμια οικονομική κρίση άλλαξε σε μεγάλο βαθμό τις συνθήκες της αγοράς. Η οικονομική κρίση είχε αρνητικές συνέπειες για όλους τους κλάδους και για όλα τα μεγέθη των επιχειρήσεων ανεξαρτήτως της τοποθεσίας, όπου βρίσκονταν (Σοκοδήμος, 2000).

Στο γεμάτο ταραχές οικονομικό περιβάλλον της κρίσης, οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν την ανάγκη για λήψη μέτρων, ώστε να επιβιώσουν. Τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις σε περίοδο κρίσης σχετίζονται άμεσα με τη μείωση των πωλήσεων, με την αγορά πρώτων υλών, με την είσπραξη των απαιτήσεων, με την περιορισμένη δυνατότητα δανεισμού κ.λ.π. Οι επιχειρήσεις που δρουν αποφασιστικά και ακολουθούν τις κατάλληλες στρατηγικές μπορούν να ανταποκριθούν στην οικονομική κρίση και είναι σε θέση να ανταπεξέλθουν καλύτερα σε σχέση με εκείνες που αντιδρούν πανικόβλητα (Branstad, Jackson, Banerji, 2009).



Σπάνια εμφανίζεται μια κρίση χωρίς να έχουν προηγηθεί προειδοποιητικά σημάδια. Αν εντοπιστούν εγκαίρως οι προειδοποιητικές ενδείξεις, η πρόληψη επηρεάζει τη στρατηγική αντιμετώπισης που θα ακολουθήσει μια επιχείρηση. Η ανίχνευση προειδοποιητικών ενδείξεων απαιτεί τη γνώση της κρίσης που πιθανότατα να συμβεί καθώς και προσπάθειες για να αποκαλυφθούν κρυφά σημάδια, ενώ στόχος της πρόληψης είναι ο αποτελεσματικός χειρισμός της κρίσης προκειμένου να αποφευχθεί μια καινούρια.

Ενώ είναι δυνατό να γίνει πρόβλεψη μιας κρίσης, δε μπορεί να προβλεφθεί η ένταση και ο βαθμός της. Για το λόγο ότι η κρίση δεν απέχει ποτέ από τις επιχειρήσεις, αρκετές από αυτές σχεδιάζουν με ποιους τρόπους θα δράσουν όταν αντιμετωπίσουν καταστάσεις υψηλής αβεβαιότητας. Όμως, δεν έχουν προετοιμαστεί όλες οι επιχειρηματικές μονάδες για να

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

αντιμετωπίσουν μια τέτοια κατάσταση. Οι επιχειρήσεις που δεν έχουν κανένα σχέδιο κρίσης πρόκειται να χτυπηθούν πιο σκληρά σε σχέση με την απώλεια εσόδων και τις απολύσεις από αυτές που σε κάποιο βαθμό είχαν προετοιμαστεί. Οι επιχειρήσεις, οι οποίες έχουν σχέδιο για την αντιμετώπιση της κρίσης αντιδρούν πιο άμεσα και αναμένεται γρήγορη ανάκαμψή τους έχοντας πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού.

Σχέδιο κρίσης συνήθως έχουν οι μεγάλες επιχειρήσεις. Γενικότερα, όσο πιο καλά προετοιμασμένη είναι μια επιχείρηση, τόσο πιο εύκολα μπορεί να αντιμετωπίσει την κρίση. Πολλές έρευνες πραγματοποιήθηκαν προκειμένου να απαντηθούν ερωτήματα όπως είναι το εξής: «Ποιες δράσεις θα πρέπει να ακολουθήσουν οι επιχειρήσεις για να αναδειχθούν πιο δυνατές μετά την ύφεση;» (Mainardi, Ammann, 2009).

Σύμφωνα με κάποιες από αυτές ένα μεγάλο ποσοστό των επιχειρήσεων δε λαμβάνει τα απαιτούμενα μέτρα δράσης. Ορισμένα στελέχη ήλπιζαν ότι η ύφεση θα αποδειχθεί λιγότερο σοβαρή σε σχέση με αυτό που πίστευαν. Πάρα πολλές επιχειρήσεις δεν κάνουν τα κατάλληλα βήματα για την έξοδο από την κρίση, όπως είναι η ρεαλιστική εκτίμηση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, ο εντοπισμός θέσης της επιχείρησης σε αυτό το περιβάλλον, η επιλογή μιας στρατηγικής, καθώς και η αποτελεσματική επίδιωξη της στρατηγικής αυτής.

Σύμφωνα με άλλες έρευνες που πραγματοποιήθηκαν την ίδια χρονική περίοδο (Raghavan, 2009), οι επιχειρήσεις ανταποκρίθηκαν στην κρίση, όπως αναμένονταν. Φυσικά όλες οι επιχειρήσεις άρχισαν μειώνοντας το κόστος λόγω των μειωμένων πωλήσεων και της έλλειψης τραπεζικών πιστώσεων. Η μείωση του κόστους αφορούσε τα αποθέματα, τις απαιτήσεις, τις περικοπές μισθών και τις απολύσεις εργαζομένων (Calloway, Keen, 1996).

Μάλιστα, πολλές επιχειρήσεις φαίνεται να χρησιμοποιούν την ύφεση για να επεκταθούν, κυνηγώντας νέες ευκαιρίες και επιθυμώντας να αυξήσουν τους πελάτες τους. Οι σημαντικότερες συνέπειες ήταν η μείωση της ζήτησης, η μείωση των πωλήσεων, η μείωση της παραγωγικής δυναμικότητας, αλλά και η μείωση της απασχόλησης. Σχετικά με τις πωλήσεις, παρατηρήθηκε μικρότερο ποσοστό μείωσης σε επιχειρήσεις μεγάλου μεγέθους συγκριτικά με τις επιχειρήσεις μεσαίου και μικρού μεγέθους. Η επίδραση της κρίσης, αλλά και οι αντιδράσεις των επιχειρήσεων είναι διαφορετικές από χώρα σε χώρα, αφού δεν υπάρχει συγκεκριμένη στρατηγική που να εφαρμόζεται και να οδηγεί σε βέβαιη επιτυχία. (Λιούκας, 2010).

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Οι επιχειρήσεις αντέδρασαν στην οικονομική κρίση, αφού στηρίχθηκαν κατά κύριο λόγο σε εσωτερικές πηγές για τη χρηματοδότηση του κεφαλαίου κίνησης που χρειάζονταν. Όμως, αυτό σημαίνει ότι θα είναι διαθέσιμοι λιγότεροι πόροι για επενδύσεις σε καινούργιο εξοπλισμό, για εκπαίδευση εργατικού δυναμικού και έρευνα και ανάπτυξη (R&D). Κάτι τέτοιο οδηγεί στον περιορισμό της παραγωγικότητας των επιχειρήσεων. Μια άλλη συνηθισμένη αντίδραση των επιχειρηματικών μονάδων εξαιτίας της περιορισμένης ρευστότητάς τους αποτελεί η καθυστέρηση των πληρωμών σε προμηθευτές και φορολογικές αρχές (Correa, Iootty, 2010).

Ειδικότερα, οι αδύναμες επιχειρήσεις πρέπει να αναλογιστούν ότι ο χρόνος είναι πολύτιμος και γι' αυτό θα πρέπει να βρουν τον πιο κατάλληλο τρόπο προκειμένου να τοποθετήσουν τα περιουσιακά τους στοιχεία, να αξιοποιήσουν το εργατικό τους δυναμικό και να λάβουν τα καταλληλότερα μέτρα, προκειμένου κάθε τμήμα της επιχείρησης να μπορεί να πετύχει. Οι επιχειρηματικές μονάδες θα πρέπει να υιοθετήσουν αιεφόρες επιχειρηματικές πρακτικές που τους επιτρέπουν να παραμένουν οικονομικά βιώσιμες σε περιόδους κρίσης. Οι βιώσιμες επιχειρήσεις θα πρέπει να καινοτομούν, να υιοθετήσουν τις κατάλληλες τεχνολογίες, να έχουν ανθρώπινο δυναμικό με τις απαιτούμενες δραστηριότητες και να ενισχύσουν την παραγωγικότητά τους, προκειμένου να παραμείνουν ανταγωνιστικές σε εθνικές και διεθνείς αγορές (Calloway, Keen, 1996).

Για να βγουν οι επιχειρήσεις όσο γίνεται λιγότερο «χτυπημένες» από την κρίση θα πρέπει να εστιάσουν στο μέλλον τους, δηλαδή να επικεντρωθούν στο χαρτοφυλάκιο δραστηριοτήτων και κυρίως σε αυτές που παρουσιάζουν κέρδη μακροπρόθεσμα. Το ίδιο σημαντικό με το να εστιάσει μια επιχείρηση στις πιο αποδοτικές επιχειρηματικές δραστηριότητες είναι η εστίαση στους πολυτιμότερους πελάτες της που θα ανταμείψουν την επιχείρηση με πίστη και σεβασμό.

Επομένως, μια επιχείρηση θα πρέπει να αναζητήσει πελάτες, οι οποίοι είναι σε θέση να αναγνωρίσουν το προϊόν ή την υπηρεσία της σαν αυτό που τους προσφέρει τη μεγαλύτερη υπεραξία ανεξάρτητα από την τιμή του προϊόντος ή τα κέρδη της επιχείρησης. Συνεπώς, στηρίζεται στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που εμφανίζει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για να κερδίσει μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς (Ulrich, Rogovsky, Lamotte, 2009).

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Επίσης, η επιχείρηση θα πρέπει να είναι σε ετοιμότητα να αντιμετωπίσει ενδεχόμενες απειλές. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να μειώσουν το νεκρό σημείο για να παραμείνουν κερδοφόρες και να προχωρήσουν σε μείωση της παραγωγικής ικανότητας, της πολυπλοκότητας και των πάγιων εξόδων. Επιπλέον, θα πρέπει να βρίσκονται σε θέση να κατανοήσουν τις επιπτώσεις του κρατικού παρεμβατισμού (Branstad, Jackson, Banerji, 2009).

Η ύφεση αποτελεί ευκαιρία για επαναπροσδιορισμό της ανταγωνιστικής τους θέσης. Σημαντικός είναι και ο επαναπροσδιορισμός του σχεδίου δράσης, αφού αν κάποια επιχείρηση συγχωνευθεί θα πρέπει να αποφασίσει αν θα είναι ο αγοραστής ή ο πωλητής. Ακόμη ένα σημαντικό στοιχείο είναι η ανάληψη κινδύνου, διότι οι επιχειρήσεις θα πρέπει να είναι έτοιμες για ανάκαμψη, να παρακολουθούν την παρούσα κατάσταση και να είναι προετοιμασμένες για αναδιάρθρωση του χρέους τους εάν υπερβούν τα πακέτα στήριξης.



Αναμφίβολα, η ελληνική οικονομία περνάει μία περίοδο παρατεταμένης κρίσης με συνεχή μείωση της οικονομικής δραστηριότητάς της. Η επιδείνωση είναι φανερή σε όλες τις εμπορικές δραστηριότητες με βασικά χαρακτηριστικά την πτώση στον κύκλο εργασιών, την ανατροπή στην κερδοφορία και τη συρρίκνωση της κεφαλαιουχικής βάσης του εμπορίου. Η κρίση επηρέασε τις ελληνικές επιχειρήσεις και δημιούργησε αρκετά προβλήματα. Σε αυτή την δύσκολη οικονομικά περίοδο είναι απαραίτητη η χάραξη μιας σωστής στρατηγικής.

Το περιβάλλον που διαμορφώνεται απαιτεί άμεσες και αποφασιστικές δράσεις, αλλά γι' αυτό το λόγο οι επιχειρήσεις θα πρέπει να έχουν πλήρη γνώση του περιβάλλοντός τους, να βρίσκονται πάντα σε ετοιμότητα, να αντιλαμβάνονται, καθώς και να αξιολογούν τις αλλαγές,

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

προκειμένου να μπορούν να διαχειριστούν την αβεβαιότητα και να μπορούν να αποφύγουν τις απειλές με τις εκμεταλλευόμενες ευκαιρίες. Οι επιχειρήσεις για να επιβιώσουν και να συνεχίσουν τη λειτουργία τους πρέπει να διασφαλίσουν την απαιτούμενη ρευστότητα, να προχωρήσουν σε μείωση των περιττών δαπανών, να προβούν σε πιο σωστή τιμολόγηση, να αξιοποιήσουν το ανθρώπινο δυναμικό τους και να υιοθετήσουν καινοτόμες ιδέες (Mainardi, Ammann, 2009).

Επιπλέον, οι επιχειρηματίες πρέπει να μπορούν να προβλέψουν πιθανές οικονομικές δυσκολίες που συνδέονται με τη μείωση των πωλήσεων, με προβλήματα που παρουσιάζονται με προμηθευτές, την απώλεια σταθερών πελατών, τη μη αποτελεσματική αξιοποίηση του προσωπικού, αλλά και τη μη έγκαιρη πληρωμή των τιμολογίων. Τα μέτρα που λαμβάνουν για την αντιμετώπιση της κρίσης είναι η μείωση των τιμών, ο περιορισμός του κόστους λειτουργίας, η αλλαγή προμηθευτών, η μείωση προσωπικού, η επέκταση πωλήσεων σε αγορές του εξωτερικού, η επέκταση σε άλλες δραστηριότητες, ο περιορισμός της δραστηριότητας κ.λ.π. (Κιότος, Παυλίδης, 2012).

Σχετική έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την IOBE το 2009 απέδειξε ότι ο πιο πιθανός τρόπος για αντίδραση στην οικονομική κρίση σύμφωνα με την πλειοψηφία των επιχειρήσεων (περίπου το 93% αυτών) είναι η περικοπή στο κόστος λειτουργίας, ενώ ακολουθεί και ο περιορισμός στα περιθώρια κέρδους. Το κόστος λειτουργίας περιορίζεται με την περικοπή των μεταβλητών στοιχείων εργατικού κόστους, με την προσαρμογή του χρόνου εργασίας, με τη μείωση του αριθμού των απασχολούμενων, αλλά και μέσω της συγκράτησης των αυξήσεων των τακτικών αποδοχών (Calloway, Keen, 1996).

Άλλα μέτρα πολιτικής, τα οποία προτείνονται προκειμένου να αντιμετωπιστεί η κρίση των ελληνικών επιχειρήσεων σχετίζονται με τη μείωση της φορολογίας, τη μείωση των επιτοκίων δανεισμού, τον περιορισμό της γραφειοκρατίας, την αύξηση της ρευστότητας στην αγορά και την αύξηση των δημοσίων επενδύσεων. Κατόπιν κρίσης, το μέλλον των ελληνικών επιχειρήσεων κρίνεται αβέβαιο και οδηγούνται να αναγνωρίσουν τις δυνάμεις τους και να ανακαλύψουν τα όρια αντοχής τους. Τα προβλήματα που προϋπάρχουν χρειάζονται μεγάλη προσοχή και οι επιχειρηματίες δε θα πρέπει να πανικοβάλλονται αλλά να χειρίζονται ψύχραιμα την αβεβαιότητα (Mainardi, Ammann, 2009).

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Οι επιχειρήσεις που είναι διορατικές και έχουν προετοιμαστεί καλά μπορούν να διακρίνουν σημαντικές ευκαιρίες μέσα στην κρίση. Ως αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης, η συμπεριφορά των καταναλωτών έχει αλλάξει και ο καταναλωτής είναι πιο ευαίσθητος στο θέμα της τιμής, μετρά τα χρήματά του, πραγματοποιεί έρευνες αγοράς πριν πραγματοποιήσει τις αγορές, αναζητά έξυπνες λύσεις και στρέφεται τελικά σε προϊόντα και υπηρεσίες που έχουν προσιτές τιμές και την καλύτερη ποιότητα.

Σε περιόδους οικονομικής κρίσης, τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας γνωρίζουν συνήθως άνοδο, ενώ η πίστη του καταναλωτικού κοινού σε επώνυμα προϊόντα έχει μειωθεί σε μεγάλο βαθμό. Κατά συνέπεια, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να προσφέρουν προσιτές λύσεις στους καταναλωτές δίνοντας ιδιαίτερη προσοχή στην ποιότητα των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών. Για την αντοχή και την επιβίωση των επιχειρηματικών μονάδων στην οικονομική κρίση θα πρέπει να διατηρήσουν ένα υψηλό συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων ανταγωνιστικών επιχειρήσεων και να έχουν την ευελιξία να προσαρμοστούν εγκαίρως και να αξιοποιήσουν την τεχνολογία για να εισάγουν καινοτόμα προϊόντα.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΚΡΙΣΗΣ ΜΕ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

3.1 Η έννοια της καινοτομίας και τα είδη της

Με την έννοια της επιχειρηματικότητας συνδέεται άμεσα η καινοτομία. Καινοτομία είναι η καινούρια και πρωτοποριακή ιδέα, η οποία είναι πολύτιμη προκειμένου να υλοποιηθεί κάποια ενέργεια ή μια νέα διαδικασία που αφορά σε αυτήν την υλοποίηση. Παράλληλα, μπορεί να είναι και η εφαρμογή καινούριων εφευρέσεων ή ακόμα και ανακαλύψεων για την πραγματοποίηση του επιθυμητού αποτελέσματος.

Ο όρος καινοτομία επικρατεί σε οικονομικά στοιχεία και στον επιχειρηματικό κόσμο. Ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ) ορίζει ως καινοτομία τη διαδικασία εκείνη με βάση την οποία μπορεί να μετασχηματιστεί μια ιδέα σε κάποιο προϊόν και στη συνέχεια να διατεθεί στην αγορά. Σύμφωνα με τον Drucker η καινοτομία "αποτελεί το ειδικό εργαλείο των επιχειρηματιών με βάση το οποίο είναι δυνατό να εκμεταλλευτούν την αλλαγή σαν μια ευκαιρία προκειμένου να γίνει μια διαφορετική δραστηριότητα ή υπηρεσία" (Drucker, 1985).

Καθένα από τα είδη καινοτομίας θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει μία σημαντική διαφοροποίηση στα υπάρχοντα προϊόντα, στις διαδικασίες, αλλά και στις οργανωτικές δομές της επιχειρηματικής μονάδας. Δεν είναι καινοτομία οι αλλαγές που έχουν μικρή σημασία ή ακόμα δεν επιφέρουν ικανό βαθμό καινούριων πραγμάτων στην επιχείρηση. Τέτοιου είδους παραδείγματα αποτελούν η διακοπή χρήσης μιας διαδικασίας, οι αλλαγές, οι οποίες προέρχονται από μεταβολές των τιμών των αγαθών που συντελούν στην παραγωγική διαδικασία, την απλή αντικατάσταση ενός προϊόντος, την αναβάθμιση μιας διαδικασίας, την αλλαγή της συσκευασίας του κ.λ.π.

Το πρώτο είδος επιχειρηματικότητας, δηλαδή η καινοτομία παραγωγής αναφέρεται σε όλους τους τρόπους και τα μέσα που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή του προϊόντος, όπως

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

είναι λόγου χάρη, τα συστήματα πληροφορικής. Με την ανάπτυξη καινούριων μεθόδων παραγωγής παρατηρείται μεγαλύτερη ευελιξία στην παραγωγική διαδικασία και επιτρέπεται η γρήγορη προσαρμογή μιας εταιρίας στις μεταβολές της αγοράς.

Ουσιαστικά, πραγματοποιείται μείωση του κόστους που μπορεί να είναι κόστος εργασίας, να αναφέρεται στην εξοικονόμηση ενέργειας, στη μη σπατάλη πρώτων υλών κ.λ.π. Σε οποιαδήποτε περίπτωση που το κόστος παραγωγής είναι πιο μικρό, είναι δυνατό να προσφερθεί το προϊόν σε χαμηλότερη τιμή και είναι πιο εύκολο να το αγοράσουν άτομα που δε θα το αγόραζαν λόγω της πολύ υψηλής τιμής του. Τέλος, η ανάπτυξη καινούριων μεθόδων παραγωγής είναι δυνατό να έχει ως αποτέλεσμα την περιβαλλοντική προστασία, αλλά και την προσαρμογή σε νέα πρότυπα.

Η έννοια της καινοτομίας έχει άμεση σχέση με την έρευνα και ανάπτυξη (Research and Development) και ειδικότερα στο χώρο των επιχειρήσεων που υπάρχουν τα αντίστοιχα τμήματα. Τεχνολογική καινοτομία είναι η εισαγωγή ενός καινούριου ή ενός σημαντικά βελτιωμένου αγαθού στην αγορά αναφορικά με τα βασικά χαρακτηριστικά στοιχεία του, τις τεχνικές προδιαγραφές και τις προτιθέμενες χρήσεις του. Επιπλέον, θα μπορούσε να είναι η εισαγωγή στην επιχείρηση μιας νέας ή και μιας σημαντικά βελτιωμένης διαδικασίας που αναφέρεται στην παραγωγή, στη μέθοδο παροχής, προώθησης και διανομής των αγαθών ή των υπηρεσιών (Drucker, 1985).

Η τεχνολογική καινοτομία πρέπει να βασίζεται στα αποτελέσματα καινούριων τεχνολογικών εξελίξεων, νέων συνδυασμών των τεχνολογιών που ήδη υφίστανται και στη χρησιμοποίηση άλλου είδους γνώσεων που έχουν αποκτηθεί από την επιχείρηση. Στην τεχνολογική καινοτομία δεν περιλαμβάνονται καθαρά οργανωτικές ή διοικητικές μεταβολές, όπως επίσης και μεταβολές που είναι καθαρά αισθητικής φύσεως (Γκαγκάτσιος, 2011).

Είναι πολύ σημαντικό να πραγματοποιηθεί διάκριση ανάμεσα στην τεχνολογική καινοτομία προϊόντων και διαδικασιών, αλλά και στη μη τεχνολογική καινοτομία. Λόγου χάρη, τα πιστοποιητικά ISO ή η εισαγωγή συστημάτων ελέγχου ποιότητας αγαθών και υπηρεσιών είναι μία τεχνολογική καινοτομία μόνο στην περίπτωση εκείνη που σχετίζονται

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

άμεσα με την εισαγωγή νέων ή σημαντικά βελτιωμένων διαδικασιών. Η απλή δημιουργία μιας ιστοσελίδας με πληροφορίες, δίχως on-line νέες και πρωτότυπες υπηρεσίες, δεν αποτελεί στην ουσία καινοτομία, όμως είναι παράδειγμα καινοτομίας μόνο όταν υπάρχουν πρωτότυπες υπηρεσίες.

Η καινοτομία προϊόντος συνδέεται άμεσα με το προϊόν που παράγει μια επιχειρηματική μονάδα. Άρα, προσφέρεται ένα καλύτερο αγαθό ή υπηρεσία που μπορεί και ικανοποιεί μερικές από τις ανάγκες των καταναλωτών που δε θα ικανοποιούνταν μέχρι εκείνη τη στιγμή. Η ανάπτυξη καινούριων προϊόντων σχετίζεται με την αντικατάσταση παλιών προϊόντων, τη διαφοροποίησή τους, τη βελτίωση της ποιότητάς τους, αλλά και την ανάπτυξη νέων αγορών. Από την άλλη μεριά, η οργανωτική καινοτομία έχει σχέση με τη χρήση μιας βελτιωμένης οργάνωσης της επιχείρησης με το ελάχιστο δυνατό κόστος. Παραδείγματα, αυτού του είδους καινοτομίας αποτελούν τα συστήματα γρήγορης παράδοσης, η παραγωγή σε δίκτυο, η καλύτερευση αλυσίδων παραγωγής κ.λ.π. (Γκαγκάτσιος, 2011).



Η οργανωτική μη τεχνολογική καινοτομία σχετίζεται άμεσα με την εφαρμογή νέων μεθόδων ή μεταβολών των μεθόδων αναφορικά με τη δομή ή τη διοίκηση της επιχειρηματικής μονάδας που έχει ως σκοπό να χρησιμοποιούνται με τον καλύτερο δυνατό τρόπο οι γνώσεις στην επιχείρηση, την ποιότητα των αγαθών και των υπηρεσιών, καθώς και την αποτελεσματικότητα εργασίας. Η μη τεχνολογική καινοτομία εμπορίας συνδέεται με την

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

εφαρμογή καινούριων ή βελτιωμένων σχεδίων, αλλά και μεθόδων πώλησης που έχουν ως στόχο να γίνουν πιο ελκυστικά τα αγαθά και οι υπηρεσίες της επιχείρησης ή ακόμα και να αποκτήσει η επιχείρηση τη δυνατότητα να εισέλθει σε νέες αγορές.

3.2 Τα μοντέλα καινοτομίας

Τα μοντέλα καινοτομίας παρουσιάζουν αρκετές διαφορές μεταξύ τους, επειδή σε καθένα από αυτά είναι κυρίαρχο κάποιο διαφορετικό στοιχείο. Τα στάδια που υιοθετείται μια καινοτομία είναι τα παρακάτω:

1^ο στάδιο καινοτομίας

Πρόκειται για το στάδιο που σχετίζεται με την ενημέρωση, αλλά και τη συνειδητοποίηση ότι υπάρχει καινοτομία και πρέπει να γίνει σωστή χρήση της.

2^ο στάδιο καινοτομίας

Αναφέρεται στο σχηματισμό γνώμης σχετικά με την καινοτομία. Όσοι παίρνουν αποφάσεις μπορούν να προχωρήσουν σε αναζήτηση πληροφοριακού υλικού για την καινοτομία και στοιχεία για τη μείωση της αβεβαιότητας που επικρατεί από την υιοθέτησή της. Κριτήρια που παίζουν καθοριστικό ρόλο σε αυτό το στάδιο είναι το κόστος υιοθέτησης και οι οικονομικές επιπτώσεις που έχει, κατά πόσο συμβαδίζει μια καινοτομία με τις τρέχουσες αξίες, ο βαθμός δυσκολίας σχετικά με τη χρήση μιας καινοτομίας κ.λ.π.

3^ο στάδιο καινοτομίας

Είναι αυτό το στάδιο, στο οποίο λαμβάνονται όλες οι αποφάσεις είτε είναι θετικές είτε είναι αρνητικές από την υιοθέτηση της καινοτομίας. Όμως, για να μπορέσει κανείς να πάρει αποφάσεις θα πρέπει να έχει ζυγίσει πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, τα οποία απορρέουν από την υιοθέτηση καινοτομιών και στη συνέχεια να τη δεχτεί ή στο τέλος να την απορρίψει.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

4^ο στάδιο καινοτομίας

Το στάδιο αυτό σχετίζεται με την πραγματοποίηση της απόφασης για καινοτομία. Μια επιχείρηση, λαμβάνει αποφάσεις να εφαρμόσει μια καινοτομία και σίγουρα αποτελεί πολύπλοκο στάδιο που απαιτεί ιδιαίτερο χρόνο, διότι πρέπει να προκαλέσει ζήτηση ενημερώνοντας το κοινό. Σε αυτό το στάδιο υπάρχει η δυνατότητα να προχωρήσει ακόμα και στη βελτίωση της αρχικής καινοτομίας.

5^ο στάδιο καινοτομίας

Στο πέμπτο και τελευταίο στάδιο πραγματοποιείται η αποτίμηση των επιπτώσεων που συνεπάγεται η υιοθέτηση της καινοτομίας. Μελετάται ο χρόνος στον οποίο έγινε γνωστή η καινοτομία στο κοινό, ο ρυθμός με τον οποίο έγινε η διάχυσή της ανάλογα με το μέγεθος και το είδος της επιχείρησης κ.λ.π.

Παρακάτω αναφέρονται ενδεικτικά κάποια μοντέλα καινοτομίας (Ραφαηλίδης, Τσελεκίδης, 2005):

Η καινοτομία ως ενδοεπιχειρησιακή διαδικασία

Ως ενδοεπιχειρησιακή διαδικασία, η καινοτομία έχει τη βάση της σε μηχανισμούς αλληλεπίδρασης ανάμεσα σε λειτουργίες και παράγοντες της επιχειρηματικής μονάδας, όπως είναι λόγου χάρι, η συνεργασία ανάμεσα στα τμήματα, η συμμετοχή των εργαζόμενων στην οργανωτική καινοτομία κ.λ.π. Η καινοτομία ως ενδοεπιχειρησιακή διαδικασία ακολουθεί τα παρακάτω στάδια:

- 1) εργαστηριακή έρευνα
- 2) χρηματοδότηση
- 3) έρευνα αγοράς
- 4) ανάπτυξη προϊόντος
- 5) παραγωγή προϊόντος
- 6) διάθεση του προϊόντος στην αγορά

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Η καινοτομία στο ευρύτερο σύστημα θεσμών και οργάνων άσκησης πολιτικής

Η υιοθέτηση καινοτομιών συμβάλλει στην αξιοποίηση οφελών που δημιουργούν τα δίκτυα που συνδέουν την επιχείρηση με το περιβάλλον της, όπως είναι για παράδειγμα:

- οργανισμοί χρηματοδότησης
- κρατικά όργανα άσκησης πολιτικής
- πανεπιστημιακά εργαστήρια
- δημόσια ινστιτούτα έρευνας και ανάπτυξης
- τμήματα έρευνας και ανάπτυξης άλλων επιχειρηματικών μονάδων
- συστήματα τεχνολογικής πληροφόρησης

Η καινοτομία σε ψηφιακό περιβάλλον

Στη σύγχρονη εποχή που το διαδίκτυο βρίσκεται στο απόγειο της δύναμής του, δημιουργεί όλο και περισσότερες νέες προοπτικές, οι οποίες ενισχύουν την υιοθέτηση καινοτομιών και τη δραστηριότητα των επιχειρήσεων.

Η καινοτομία στο πλαίσιο βιομηχανικής συνοικίας

Αναφέρεται στις συνθήκες εκείνες που υπάρχουν για την ανάπτυξη της καινοτομίας ενισχύοντας όλες τις εταιρίες έρευνας αγοράς, πληροφόρησης, εμπορικής προώθησης, κ.λ.π. Επίσης, οι πιο κατάλληλες συνθήκες δημιουργούνται από την οργάνωση βιομηχανικών και τεχνολογικών πάρκων, καθώς και τις επιχειρηματικές μονάδες που συντελούν, έτσι ώστε να ενισχυθεί η δημιουργία εξωτερικών οικονομιών.

3.3 Τα οφέλη της καινοτομικής δραστηριότητας

Αναμφισβήτητα, οι καινοτομίες είναι δυνατό να παρέχουν πολύ σημαντικά πλεονεκτήματα στις επιχειρήσεις. Οι εταιρίες που χρησιμοποιούν καινούριες και βελτιωμένες

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

μεθόδους μπορούν να εμφανίσουν ακόμα καλύτερες αποδόσεις και καινοτόμες λύσεις που σχετίζονται άμεσα με τους στρατηγικούς στόχους. Παρουσιάζουν ξεκάθαρο όραμα σχετικά με την καινοτομία που επιδιώκουν και προχωρούν στην αναγνώριση των περιοχών που θα πρέπει να επιδιώξουν να εφαρμόσουν νέες ιδέες. Σύμφωνα με τον Porter, η καινοτομία είναι ο τρόπος με τον οποίο μπορεί μια επιχείρηση να κερδίσει, αλλά και να διατηρήσει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημά της στην αγορά (Porter, 1990).



Μια επιχείρηση μπορεί να μετατοπίσει το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα και να δημιουργήσει καινούρια προϊόντα ή υπηρεσίες προϋποθέτοντας ότι αυτά θα έχουν ζήτηση στην παγκόσμια αγορά. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί στην περίπτωση που η εταιρία θέσει ως βασικό στρατηγικό στόχο της δραστηριότητάς της την καινοτομία. Συνεπώς, ο ανταγωνισμός εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον τρόπο που μπορεί μια εταιρία να προχωρήσει στην εφαρμογή των καινοτόμων δράσεων της προκειμένου να οδηγηθεί σε συνεχή αύξηση της ανταγωνιστικότητάς της.

Η τεχνολογική αλλαγή είναι δυνατό να προκαλέσει νέες ευκαιρίες, έτσι ώστε να αναπτυχθούν πάρα πολύ εύκολα καινοτόμες ιδέες, όπως είναι για παράδειγμα τα νέα προϊόντα, οι νέες δυνατότητες προκειμένου να σχεδιαστεί καλύτερα ένα προϊόν που υπάρχει ήδη, οι καινούριοι τρόποι μάρκετινγκ κ.λ.π. Επιπλέον, η ανάπτυξη και η διαφοροποίηση των αναγκών του καταναλωτικού κοινού ανάλογα με την εξέλιξη της αγοράς ωθεί τις επιχειρηματικές μονάδες να αναπτύξουν νέες καινοτόμες ευκαιρίες. Αν εμφανιστεί ένας νεός τομέας της βιομηχανίας μπορεί να δώσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, επειδή υπάρχει η ευκαιρία για την απόκτηση νέων πελατών, την ανάπτυξη νέων τρόπων μάρκετινγκ και την παραγωγή συγκεκριμένων προϊόντων (Porter, 2001).

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Όμως, η ενέργεια, οι πρώτες ύλες, μηχανήματα, η προστιθέμενη εργασία κ.λ.π. αποτελούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Οι επιχειρήσεις που είναι δυνατόν να προσαρμοστούν γρήγορα σε αλλαγές στους κυβερνητικούς κανονισμούς, σε μεταβολές στα πρότυπα προϊόντων, στην προστασία του περιβάλλοντος, σε περιορισμούς εμπορίου κ.ά. έχουν τη δυνατότητα να κερδίσουν πολύ μεγάλο πλεονέκτημα σε σχέση με εταιρίες που έχουν αναπτύξει τις δραστηριότητές τους σύμφωνα με συγκεκριμένα καθεστάτα κυβερνητικών κανονισμών.

Η καινοτομία, αλλά και οι τεχνολογίες, προκειμένου να διαχέονται με το σωστό τρόπο σε μια επιχειρηματική μονάδα θα πρέπει:

- να αναλυθούν όλες οι ανάγκες των επιχειρήσεων και να αναγνωριστούν.
- να αναγνωριστούν οι αλλαγές εκείνες, οι οποίες πραγματοποιούνται και απαιτείται άμεση βελτίωση, αλλά και εισαγωγή της καινοτομίας.
- να καλλιεργηθούν οι ικανότητες των ανθρώπινων πόρων που είναι αναγκαίες για την ανάπτυξη της καινοτομίας.
- να βρεθούν λύσεις προκειμένου να ικανοποιηθούν ανάγκες χρησιμοποιώντας διαφορετικές μεθόδους, στις οποίες περιλαμβάνεται η έρευνα.
- να υπάρξει διάχυση της τεχνολογίας, αλλά και των πληροφοριών στις επιχειρήσεις.
- να βελτιωθεί η απόδοση των επιχειρηματικών μονάδων μέσω των καινοτομιών.

Η ικανότητα της επιχείρησης να προχωρήσει στην υλοποίηση μιας καινοτομίας αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς παράγοντες, οι οποίοι μπορούν να καθορίσουν και την ανταγωνιστικότητά της και μπορεί να συντελέσει στην καλύτερευση της ποιότητας των αγαθών και των υπηρεσιών της, να διευρύνει τη δραστηριότητά της σε νέες αγορές, άρα να αυξηθούν οι πωλήσεις της, δηλαδή να κατακτήσει μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά και να μειώσει το εργατικό κόστος της. Το περιβάλλον διαδραματίζει πολύ σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη και εξέλιξη της καινοτομίας, όπως αποδεικνύεται από ποικίλες μελέτες, οι οποίες έχουν πραγματοποιηθεί και δεν ταυτίζονται πάντα με την τεχνολογική πρόοδο (Γεωργαντά, 2003).

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Η διοίκηση μιας επιχειρηματικής μονάδας πρέπει να είναι επικεντρωμένη σε τρία βασικά χαρακτηριστικά κατά την καινοτομική δράση της προκειμένου οι προσπάθειές της να αποδειχθούν επιτυχημένες. Το πρώτο χαρακτηριστικό στοιχείο αποτελεί η εστίαση της επιχειρηματικής δραστηριότητας, ώστε να μη ξεφεύγει προς πολλές κατευθύνσεις. Η καινοτομική δραστηριότητα της επιχείρησης εστιάζει σε λίγα αντικείμενα και η διοίκηση μπορεί και αναπτύσσει βασικές επιχειρησιακές ικανότητες. Επίσης, ακολουθεί η επιλογή κατάλληλου οργανωσιακού μοντέλου, το οποίο είναι ένα αρκετά σημαντικό στοιχείο της καινοτομικής επιχείρησης.

Παραδείγματα οργανωσιακών μοντέλων αποτελούν η κάθετη, αλλά και η οριζόντια δομή λειτουργίας μιας εταιρίας που επιταχύνει και διευκολύνει όλη την καινοτομική διαδικασία ή ακόμα και ο συνδυασμός των δύο οργανωτικών δομών. Επίσης, η καινοτομία είναι αναγκαίο να αντιμετωπίζεται ταυτόχρονα από όλες τις μεριές, την τεχνολογική, την εμπορική και την οργανωσιακή.

Η καινοτομία είναι εφικτό να διαπεράσει από όλα τα στάδια της επιχειρηματικής δραστηριότητας, από τη σύλληψη της ιδέας για το νέο προϊόν και το σχεδιασμό της στρατηγικής κατεύθυνσης μέχρι και την ανάπτυξη, αλλά και την απορρόφησή του από την αγορά. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα στάδια από τα οποία διέρχεται το νέο προϊόν συνδέονται άμεσα με τις επενδυτικές στρατηγικές, καθώς και με την οργάνωση των επιχειρησιακών λειτουργιών.

Οι γνώσεις, αλλά και η καινοτομία αποτελούν πολύ σημαντικούς παράγοντες, οι οποίοι διαμορφώνουν την ανταγωνιστικότητα, αλλά και την οικονομική ανάπτυξη της επιχείρησης ή ακόμα μπορούμε να ισχυριστούμε ότι η καινοτομία είναι προϊόν μιας αρκετά πολύπλοκης διαδικασίας, η οποία περιλαμβάνει την αξιοποίηση της καινούριας γνώσης στη δημιουργία καινούριων προϊόντων.

Τα συστήματα καινοτομίας μπορούν να συνεισφέρουν ανάλογα με την πολυπλοκότητα των διαδικασιών για παραγωγή και την αξιοποίηση των καινούριων τεχνολογιών και καινοτομιών, με άλλα κριτήρια κάθε φορά αναλόγως την επιχείρηση. Τέτοια κριτήρια μπορεί

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

να αποτελούν το θεσμικό πλαίσιο, η γνώση, η μορφή επικοινωνίας και το ανθρώπινο δυναμικό. Επιπλέον, το περιβάλλον της επιχείρησης, η κουλτούρα της, αλλά και η επιχειρηματική γνώση της αφήνουν τα περιθώρια να εντοπίσει τα καινοτόμα χαρακτηριστικά με το καταλληλότερο προσωπικό και με όλους τους απαραίτητους μηχανισμούς. Στην επιτυχημένη καινοτομία οδηγούν: (Κετικίδης, 2005)

- Τα οφέλη, τα οποία προσφέρει το καινούριο προϊόν σε σχέση με τα προϊόντα, τα οποία προσπαθεί να αντικαταστήσει.
- Η μη σύγκρουση με τις αξίες του καταναλωτικού κοινού.
- Η αγορά και η δοκιμή του προϊόντος από το καταναλωτικό κοινό, αλλά και η διαπίστωση σχετικά με την απόδοση του νέου προϊόντος.
- Η εύκολη χρήση του καινοτόμου προϊόντος, η οποία σημαίνει ότι αξιοποιούνται σωστά οι γνώσεις και παράλληλα οι δυνατότητες των καταναλωτών στους οποίους και απευθύνεται.

3.4 Αναγκαιότητα καινοτομίας

Οι καινοτομίες που υιοθετούν κάποιες επιχειρήσεις αυξάνουν όλο και περισσότερο την κερδοφορία τους και συντελούν στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας μας. Για τους παρακάτω λόγους είναι απαραίτητη η εμφάνιση των καινοτομιών στις εταιρίες: (Γκαγκάτσιος, 2011)

1) Εμφάνιση νέων αναγκών που έχουν επέλθει από μεταβολές στο εσωτερικό ή εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης.

2) Βελτιώσεις στην τεχνολογία που παρατηρούνται συνεχώς και οι οποίες μικραίνουν το χρονικό διάστημα, το οποίο μεσολαβεί ανάμεσα σε μια εφεύρεση και στην εφαρμογή μιας καινούριας ιδέας.

3) Συνεχώς μεταβαλλόμενες κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες, όπως παραδείγματος χάρη, η σύνθεση του πληθυσμού, τα δημογραφικά στοιχεία του, το μορφωτικό επίπεδο, καθώς και οι πολιτιστικές αξίες, όπως η κουλτούρα, οι πεποιθήσεις, τα πιστεύω κ.λ.π.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

4) Επέκταση επιχειρηματικών μονάδων λόγω ανάπτυξης νέων προϊόντων σε άλλους κλάδους της αγοράς, έτσι ώστε να αναπτυχθούν ακόμα περισσότερο και να παρουσιάσουν αυξημένα κέρδη.

5) Εκμετάλλευση πλεονεκτημάτων, τα οποία διαθέτει η επιχείρηση αξιοποιώντας τα δυνατά σημεία της από την προβολή του νέου προϊόντος. Δυνατά σημεία μπορεί να είναι τα ικανά στελέχη, τα οποία και διαθέτει, οι ικανότητες τις οποίες διαθέτει σχετικά με την τεχνολογία, η δυναμική της παρουσία στο χώρο κ.λ.π.

6) Στρατηγικές και ενέργειες των ανταγωνιστών, αφού για μια επιχειρηματική μονάδα, η οποία δεν καινοτομεί, υπάρχει ο κίνδυνος να μειωθούν οι πωλήσεις της κι έπειτα το καταναλωτικό κοινό να στραφεί σε ανταγωνιστικά προϊόντα, τα οποία ικανοποιούν την ίδια ανάγκη με το δικό της ταχύτερα και με μικρότερο κόστος.

7) Απουσία ενδεχόμενων αδυναμιών, έτσι ώστε τα νέα προϊόντα να αναπτυχθούν για να αντικαταστήσουν τα ήδη υπάρχοντα που εμφανίζουν μειωμένες πωλήσεις και με στόχο να αυξήσουν την παρουσία της επιχείρησης στην αγορά.



Στην πλειονότητα των επιχειρήσεων η καινοτομία είναι απαραίτητη για την διαφοροποίηση από τις υπόλοιπες ανταγωνιστικές επιχειρήσεις και προκειμένου να αναπτυχθούν. Πριν εισαχθεί μια καινοτομία, αξιολογείται σύμφωνα με κάποια κριτήρια, έτσι ώστε να διαπιστωθεί εάν πράγματι είναι καλή και είναι δυνατό να προσφέρει στην επιχείρηση. Κατά συνέπεια, τα κριτήρια, τα οποία χρησιμοποιούνται είναι:

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

1) Το είδος της καινοτομίας που εισάγεται στην επιχείρηση και το οποίο αντικατοπτρίζει συγκεκριμένες επιστημονικές και τεχνολογικές πρωτοποριακές δραστηριότητες.

2) Η δυνατότητα για τεχνολογική εξέλιξη και αξιοποίηση της καινοτομίας που θα επιφέρει όλο και μεγαλύτερα κέρδη στην επιχειρηματική οντότητα ή θα προσφέρει τεχνολογική αλλαγή.

3) Η ιδιότητα του μη προφανούς, αφού οι επιχειρηματίες δεν είναι όλες τις φορές σε θέση να προβλέψουν λύσεις.

Η καινοτομία έχει άμεση σχέση με την επιχειρηματικότητα, επειδή της προσφέρει καινούριες ιδέες, αλλά δεν αποτελεί απαραίτητο συστατικό στοιχείο της. Πολλές φορές μια καινοτομία είναι στοιχείο μιας διαδικασίας εξέλιξης και αφορά στην καλυτέρευση των καθημερινών πρακτικών. Η έννοια της επιχειρηματικότητας καλύπτει τη δημιουργία μιας καινοτόμου παραγωγικής και οικονομικής μονάδας, η οποία στοχεύει στο κέρδος ή και στην ανάπτυξη σε περιβάλλον με πολύ έντονο ρίσκο και μεγάλη αβεβαιότητα.

3.5 Οι τοπικές συνθήκες ευνοούν την ενθάρρυνση καινοτομικής δραστηριότητας

Υπάρχουν τρία είδη περιφερειών, τα οποία παρουσιάζουν διαφορετική καινοτομική δραστηριότητα (Todtling, Trippl, 2005).

1) Οι παλιές βιομηχανικές περιοχές (old industrial regions)

Αυτές ειδικεύονται σε ώριμες βιομηχανίες, οι οποίες σημειώνουν παρακμή και χάνουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημά τους, καθώς και την καινοτομική τους ικανότητα.

2) Οι περιφερικές περιφέρειες (peripheral regions)

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Τα χαρακτηριστικά τους είναι η έλλειψη βιομηχανικής συγκέντρωσης, η φθηνή και ανειδίκευτη εργασία, οι χαμηλές δαπάνες για έρευνα και ανάπτυξη κ.λ.π. Επίσης, η διάχυση της γνώσης, καθώς και τα δημόσια κεφάλαια ενίσχυσης της καινοτομίας δε μπορούν να αφομοιωθούν από τις επιχειρήσεις εξαιτίας της χαμηλής παραγωγικής και τεχνολογικής ικανότητάς τους.

3) Τις μητροπολιτικές περιοχές (metropolitan regions)

Αυτές μπορούν και παρέχουν τις καλύτερες βάσεις για την υιοθέτηση καινοτομιών λόγω των φυσικών και των επίκτητων πλεονεκτημάτων τους, κατάλληλη τοποθεσία, πρώτες ύλες και υποδομές, αλλά και ειδικευμένο δυναμικό αντίστοιχα. Έτσι μπορούν και εξασφαλίζουν τη διατήρηση της οικονομικής υπεροχής τους. Πρόκειται για περιοχές που είναι πιο σημαντικές για καινοτομικές δραστηριότητες κι έχουν παράλληλα υψηλές δυνατότητες για καινούρια ή βελτιωμένα προϊόντα, αφού προσφέρουν συγκεκριμένους πόρους.

Οι μητροπολιτικές περιοχές είναι κέντρα καινοτομίας, διότι οφελούνται σημαντικά αναφορικά με τις εξωτερικότητες και τις οικονομίες συγκέντρωσης και χαρακτηρίζονται από υψηλό επίπεδο τεχνολογίας. Επιπλέον, μπορούν να έχουν δυνατότητες για εσωτερική και εξωτερική επικοινωνία, να διαθέτουν συστήματα πληροφόρησης για τη γρήγορη πρόσβαση σε πηγές πληροφόρησης, αλλά και την άμεση επικοινωνία με την αγορά. Εμφανίζουν ευαισθησία σε σχέση με την αναγνώριση των ανικανοποίητων αναγκών και ωθούνται από πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα και εκπαιδευτικά ιδρύματα.

Οι μητροπολιτικές περιοχές είναι αρκετά πυκνοκατοικημένες περιφέρειες, οι οποίες συνορεύουν με τα μεγάλα αστικά κέντρα και μπορούν να παράγουν καινοτομική επιχειρηματική δραστηριότητα. Συνεπώς, οι επιχειρήσεις είναι δυνατό να αναδείξουν επιτυχημένες καινοτομικές δραστηριότητες μόνο στην περίπτωση εκείνη που η τοπική οικονομία είναι πολύ μεγάλη. Στις μητροπολιτικές περιοχές υπάρχει τοπική αλληλεπίδραση, ανταλλάσσονται αγαθά, υπηρεσίες, καθώς και τεχνογνωσία ακολουθώντας κάποιους κανόνες, κάποιες στρατηγικές. Αλλάζουν συνεχώς εξαιτίας της επίδρασης της διαδικασίας της μάθησης, της υιοθέτησης καινοτομιών και της απόκτησης τεχνογνωσίας, αλλά και της συνεργασίας, των πολιτικών και των δράσεων ανάμεσα στα μέλη. (Christensen, Raynor, 2003).

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Όλες οι επιχειρηματικές μονάδες θα πρέπει να προσαρμοστούν στις μεταβολές του περιβάλλοντος και γι' αυτό το λόγο μπορούν και προχωρούν στην επένδυση μεγάλων ποσών και ταυτόχρονα αναπτύσσουν ολοένα και μεγαλύτερο αριθμό καινούριων προϊόντων με το πέρασμα του χρόνου. Η εμφάνιση καινοτομιών οδηγεί στην επιτυχημένη πορεία μιας εταιρίας, αλλά και στην αύξηση των κερδών της. Κάποιες άλλες φορές, αυτή η δραστηριότητα, είναι δυνατό να ωθήσει σε αποτυχία που θα επιφέρει άσχημες ψυχολογικές επιδράσεις στο προσωπικό.

Μερικοί από τους λόγους για τους οποίους μπορεί να αποτύχει ένα καινούριο προϊόν είναι:

- Η ανεπαρκής γνώση αναφορικά με την τεχνολογία που απαιτείται προκειμένου να κατασκευαστεί ένα καινούριο προϊόν.
- Η εσφαλμένη τμηματοποίηση της αγοράς, όπου και απευθύνεται το καινούριο προϊόν.
- Η ανεπαρκής οικονομική στήριξη για έρευνες αγοράς.
- Η είσοδος του νέου καινοτόμου προϊόντος στην αγορά σε μη σωστή χρονική στιγμή, αφού η αγορά δε μπορεί ακόμα να το δεχτεί.
- Η ανεπαρκής στήριξη του καινούριου αγαθού ή της καινούριας υπηρεσίας, επειδή τα στελέχη της επιχείρησης έχουν διαφορετικές αντιλήψεις γι' αυτό.
- Η έλλειψη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος συγκριτικά με τα ήδη υπάρχοντα προϊόντα στην αγορά.
- Η έλλειψη καλού συνδυασμού τιμής και ποιότητας.
- Η προβολή όλων των θετικών στοιχείων του καινούριου προϊόντος που οδηγεί στην απόκρυψη των αρνητικών στοιχείων ενός αγαθού που εμφανίζεται για πρώτη φορά στην αγορά.
- Η γρήγορη μεταβολή των αγοραστικών συνηθειών του καταναλωτικού κοινού από τη στιγμή που θα συλληφθεί μια καινούρια ιδέα μέχρι την υλοποίησή της.
- Οι περιορισμοί του κράτους που προκαλούν δαπάνη μεγαλύτερων επενδύσεων στην έρευνα και ανάπτυξη.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

3.6 Επιχειρηματικότητα, καινοτομία και πληροφόρηση

Οι επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται μέσα σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον, το οποίο μεταβάλλεται συνεχώς στη σημερινή εποχή. Η πληροφόρηση είναι ένα πολύ σημαντικό εργαλείο για τη σωστή οργάνωση και την καλή διοίκηση και παρέχει ανάπτυξη στην επιχείρηση. Οι πληροφορίες είναι απαραίτητες σε μια επιχείρηση, λόγω της ποιότητας, της αμεσότητας, αλλά και της ταχύτητας στις ενέργειές της. Πολλοί επιστήμονες θεωρούν ότι οι πληροφορίες είναι αναγκαίες για το μέλλον των επιχειρήσεων και ειδικότερα στις μέρες μας που η τεχνολογία αναπτύσσεται με τόσο γρήγορους ρυθμούς. Οι δυνατότητες πληροφόρησης έχουν πολλαπλασιαστεί και δημιουργούνται ολοένα και πιο καλές συνθήκες για την επιχείρηση.

Στα παλιά χρόνια ήταν αρκετοί αυτοί που θεωρούσαν πολύ σημαντικό στοιχείο την τεχνολογία και την καινοτομία σε μια επιχείρηση, προκειμένου να επιτευχθούν καλύτερα αποτελέσματα. Πολλοί ιστορικοί που συντέλεσαν σημαντικά στην εξέλιξη της επιστήμης της Οργάνωσης και Διοίκησης, πρότειναν πολλά συστήματα που θα συντελούσαν στη βελτίωση της αποδοτικότητας και της αποτελεσματικότητας της επιχείρησης σε συνδυασμό με την είσοδο της τεχνολογίας.

Στα νεότερα χρόνια, πολλοί επιστήμονες προσδιόρισαν την επιτυχία μιας επιχείρησης μέσα από οργανωμένα συστήματα ολικής ποιότητας. Η εποχή της πληροφόρησης αλλάζει τα δεδομένα και μπορεί να καθορίζει το μέλλον των επιχειρηματιών. Η ανάπτυξη του τομέα της πληροφορικής και των επικοινωνιών είναι βασικό κομμάτι της πληροφορίας και έχει ωθήσει στην ανάπτυξη μικρομεσαίων επιχειρήσεων, οι οποίες είναι πιο ευέλικτες και μπορούν να προσαρμοστούν πιο εύκολα στη νέα τεχνολογία, αλλά και σε οποιαδήποτε καινοτομία.

Στόχος των ενεργειών πληροφόρησης είναι η υποστήριξη των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων σε διαδικασίες και δραστηριότητες που διαχέεται η στρατηγική πληροφόρηση σε ζητήματα, τα οποία σχετίζονται με την καινοτομία, την εξέλιξη της τεχνολογίας, αλλά και με όλους τους παράγοντες που αναφέρονται στο επιχειρηματικό περιβάλλον και στο γενικότερο σύστημα της καινοτομίας.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Η Μονάδα Καινοτομίας και Συνεργατικών Σχηματισμών παρέχει τεχνολογική, αλλά και επιχειρηματική πληροφόρηση σε ζητήματα, τα οποία είναι σχετικά με τη νομοθεσία, την ανάπτυξη της τεχνολογίας, τη χρηματοδότηση, τις διαδικασίες εισαγωγής, καθώς και ανάπτυξης καινοτομικών σχεδίων και νέων επιχειρηματικών διασυνδέσεων. Αυτό συντελεί στη συμμετοχή μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων σε προγράμματα έρευνας, τεχνολογικής ανάπτυξης, αλλά και καινοτομίας παρέχοντας έγκυρη πληροφόρηση και τεχνική υποστήριξη.

Η Μονάδα Καινοτομίας και Συνεργατικών Σχηματισμών έχει προχωρήσει στη δημιουργία ηλεκτρονικού υλικού δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στις ιδιαιτερότητες που έχουν οι πολύ μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και περιλαμβάνει πολυμεσικό υλικό για την αξιοποίηση της καινοτομίας σε επίπεδα μικρής επιχείρησης. Αυτό το υλικό είναι δυνατό να προσαρμοστεί στις ανάγκες των μικρών επιχειρήσεων και αναπτύσσει θέματα αναφορικά με τις μορφές καινοτομίας και τις προϋποθέσεις που υπάρχουν για επιτυχημένη εφαρμογή της. Πρόκειται για μια υπηρεσία, η οποία ενισχύεται όλο και πιο πολύ με τη δικτύωση της ίδιας της Μονάδας Καινοτομίας και Συνεργατικών Σχηματισμών με φορείς μεταφοράς τεχνολογίας, αλλά και επιχειρηματικής διασύνδεσης όχι μόνο σε εθνικό, αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο.

Στη σύγχρονη εποχή, το επιχειρηματικό περιβάλλον παρουσιάζει μεγάλες διαφοροποιήσεις λόγω της οικονομικής κρίσης. Οι προτιμήσεις των αγοραστών αλλάζουν συνεχώς, επειδή εξαιτίας της έλλειψης χρηματικών πόρων περιορίζονται οι αγορές που κάνουν και αναζητούν οικονομικότερα προϊόντα, τα οποία να είναι ποιοτικά και να καλύπτουν τις απαιτήσεις τους. Τα προϊόντα που προσφέρουν οι επιχειρήσεις θα πρέπει να συνδυάζουν καλή ποιότητα σε λογική τιμή. Κάποιες από τις επιχειρήσεις, οι οποίες έχουν τη δυνατότητα να επιβιώσουν στη σημερινή οικονομική κρίση είναι αυτές, οι οποίες ανήκουν στους κλάδους:

- Των **τροφίμων** που συνδέονται με τεχνολογικές καινοτομίες.
- Των **επιχειρήσεων ήπιων μορφών ενέργειας και ηλιακής ενέργειας**.
- Της **ναυτιλίας** και των σχετικών υπηρεσιών που παραμένουν ανταγωνιστικές σε διεθνές επίπεδο.
- Του **τουρισμού** και των υπηρεσιών του.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Πολύ σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν οι γενικοί άξονες στρατηγικής τους που περικλείουν τη διαφοροποίηση με προϊόντα ποιότητας και καινοτομίας συνδυαστικά με το χαμηλό κόστος και τη βιώσιμη ανάπτυξη. Στην εξέλιξη της ελληνικής επιχειρηματικότητας είναι δυνατό να συντελέσουν οι δημόσιες πολιτικές με στρατηγική την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών επιχειρηματικών μονάδων που βασίζεται στην καινοτομική διαφοροποίηση και μπορεί να επιτευχθεί εφαρμόζοντας ιδέες από το διεθνή ανταγωνιστικό χώρο και την εστίαση σε προγράμματα που διαφοροποιούνται με τη χρήση σύγχρονης τεχνολογίας.

Όταν ιδρύεται μία επιχειρηματική μονάδα απαιτούνται οι απαραίτητοι οικονομικοί πόροι για την ανάπτυξη και την επιβίωσή της και θα πρέπει να συλληφθεί η κατάλληλη επιχειρηματική ιδέα. Η πλειονότητα των Ελλήνων υποστηρίζει ότι δεν υπάρχει ποικιλία από διαθέσιμους πόρους και γενικότερα συναντώνται δυσκολίες στις διαδικασίες που απαιτούνται για να ιδρυθεί μια εταιρία. Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία ερευνών που έχουν διεξαχθεί στο διεθνή χώρο, η επιχειρηματικότητα στη χώρα μας υστερεί σε μεγάλο βαθμό.

Πρόβλημα αποτελούν τα εμπόδια που δεν επιτρέπουν στην επιχειρηματική δραστηριότητα να αναπτυχθεί. Προβλήματα αποτελούν και το μη ικανοποιητικό θεσμικό πλαίσιο για την ίδρυση και τη χρηματοδότηση της επιχείρησης, καθώς και η φορολογική επιβάρυνση. Οι Έλληνες πολίτες πρέπει να εξοικειώνονται από μικρές ηλικίες με την επιχειρηματικότητα και να αναπτύσσουν επιχειρηματικό πνεύμα και επιχειρηματική δράση. Μάλιστα, καλό θα ήταν να ενταχθεί ειδικό μάθημα επιχειρηματικότητας στα σχολεία, το οποίο και θα συντελούσε στην προετοιμασία των νέων για την επιχειρηματική σταδιοδρομία τους.

Πάντα υπάρχει το ενδεχόμενο αποτυχίας της επιχειρηματικότητας. Για τη μείωση της αβεβαιότητας θα πρέπει να υπάρχει ο κατάλληλος σχεδιασμός, η σωστή εκπαίδευση και πληροφόρηση για να συνδυαστεί η επιχειρηματικότητα με την οικονομική ανάπτυξη. Προκειμένου να αναπτυχθεί η επιχειρηματικότητα στον ελλαδικό χώρο θα πρέπει να βελτιωθεί το εκπαιδευτικό σύστημα και να διαμορφωθεί η κατάλληλη οικονομική πολιτική που ωθεί στην εξάσκηση της δραστηριότητας με τους παρακάτω τρόπους: (Λιούκας, 2010)

- Με τη δημιουργία ανταγωνιστικού κλίματος για την περαιτέρω εξέλιξη του επιχειρηματικού πνεύματος.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

- Με τη μείωση των εμποδίων εισόδου νέων επιχειρηματιών σε διάφορους κλάδους της οικονομίας.
- Με την αποδυνάμωση της γραφειοκρατίας για να μην υπάρχουν περίπλοκες διαδικασίες, οι οποίες στέκονται εμπόδιο στο ξεκίνημα μιας επιχειρηματικής μονάδας.
- Με τη θέσπιση των αναγκαίων κανόνων προκειμένου να επιβραβεύεται η προσπάθεια του επιχειρηματία.

Η καινοτομία στη χώρα μας έχει δημιουργηθεί σύμφωνα με τέσσερις διαφορετικούς παράγοντες. Ο πρώτος αναφέρεται στις σχέσεις που έχουν οι επιχειρήσεις με τους καταναλωτές, αλλά και στις σχέσεις που έχουν αναπτύξει με τις υπόλοιπες ανταγωνιστικές εταιρίες που υπάρχουν στην αγορά. Το δεύτερο παράγοντα αποτελούν οι μελέτες των ερευνητικών ιδρυμάτων, οι οποίες και προσφέρουν νέα τεχνολογία, αλλά και καινοτόμα στοιχεία. Ακόμη έναν παράγοντα αποτελεί η μεταφορά τεχνολογίας, αλλά και της γνώσης, όπως και το θεσμικό πλαίσιο που έχει δημιουργηθεί από τις πολιτικές συνθήκες, οι οποίες επικρατούν στη χώρα μας.

Οι δημόσιοι, καθώς και οι ιδιωτικοί φορείς στην Ελλάδα ενεργούν με ανάλογο τρόπο για την ανάπτυξη καινοτόμων λύσεων. Οι φορείς χρηματοδοτούνται κατά κύριο λόγο από την Ευρωπαϊκή Ένωση με κεφάλαια μεγάλου ύψους. Τα τελευταία χρόνια γίνονται απόπειρες εισαγωγής καινοτόμων στοιχείων σε πολλούς τομείς, όπως είναι λόγου χάρη, η ηλεκτρονική διακυβέρνηση, αλλά δεν παρουσιάζει και τόσο μεγάλη ανάπτυξη στον τομέα της έρευνας και καινοτομίας. Σε μια μικρή επιχειρηματική μονάδα είναι μεγάλη η ανάγκη για ανάπτυξη καινοτόμων χαρακτηριστικών, επειδή οποιαδήποτε αποτυχία είναι δυνατό να συντελέσει στο κλείσιμό της (Christensen, Raynor, 2003).

Ένα από τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά της σύγχρονης οικονομίας είναι η γρήγορη ανάπτυξη της τεχνολογίας, η οποία και συμβαδίζει με την ίδρυση μικρών επιχειρήσεων γύρω από μια τεχνολογική καινοτομία. Μάλιστα, κάποιες από αυτές είναι πάρα πολύ επιτυχημένες. Η είσοδος καινούριων προϊόντων στην αγορά είναι κάτι πολύ συχνό ιδιαίτερα για τις μεγάλες επιχειρήσεις, οι οποίες διαθέτουν μεγαλύτερα κεφάλαια κι έχουν πιο περίπλοκη οργάνωση.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Όμως, η πλειοψηφία των επιχειρηματικών οντοτήτων στον ελλαδικό χώρο χαρακτηρίζεται ως μονάδες που δεν προσανατολίζονται προς μια συγκεκριμένη κατεύθυνση. Πολλές από αυτές λοιπόν δε συνεργάζονται μεταξύ τους για να παράγουν τα σωστά προϊόντα, αλλά για την εξέλιξή τους παίζει σημαντικό ρόλο η ίδια η αγορά. Ο ανταγωνισμός ανάμεσα σε διάφορες επιχειρηματικές μονάδες, αλλά και η φορολογία στις επιχειρήσεις αποτελούν παράγοντες που δε βοηθούν καθόλου στην ανάπτυξη, αλλά ούτε και στην προώθηση της καινοτομίας.

Συνέπεια αυτού είναι η κατάρρευση της τοπικής ελληνικής αγοράς και των επιχειρήσεων και παρατηρείται αύξηση των εισαγωγών των προϊόντων που θα μπορούσαν να φτιαχτούν και στη χώρα μας. Βασικός λόγος, ο οποίος συντελεί στη δημιουργία του προβλήματος αποτελεί η έλλειψη συνεργασίας των ελληνικών επιχειρήσεων με τα πανεπιστήμια, αλλά και τα ερευνητικά ιδρύματα της χώρας.

Εξαιτίας του γεγονότος ότι στην Ελλάδα υπάρχει έντονα το αίσθημα του φόβου, της αβεβαιότητας και του ρίσκου στον επιχειρηματικό τομέα, δεν εξελίσσεται η καινοτομία όπως πρέπει. Το ευρύτερο περιβάλλον της επιχείρησης, αλλά και οι συνθήκες που επικρατούν στον κλάδο και αλλάζουν συνεχώς προκαλούν το φόβο της μελλοντικής αποτυχίας στους ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων. Υπάρχουν σίγουρα φορές που το κόστος είναι μεγαλύτερο από το κέρδος που θα μπορούσε να έχει ο επιχειρηματίας.

Ο τομέας των καινοτομιών έχει παρουσιάσει πάρα πολύ σημαντικές αλλαγές τα τελευταία χρόνια παρά το γεγονός ότι σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες οι οργανωτικές δομές έχουν γνωρίσει μεγαλύτερη ανάπτυξη. Η ίδρυση ελληνικών περιφερειακών πανεπιστημίων, αλλά και οι φορείς που συνδέουν την έρευνα με τις επιχειρήσεις αναπτύχθηκαν σε μεγάλο βαθμό κυρίως τις δεκαετίες του '80 και του '90.

Και οι δύο αυτές δεκαετίες φάνηκε να είναι πολύ σημαντικές, επειδή αναδείχθηκαν μηχανισμοί, οι οποίοι ήταν ικανοί να συσχετίσουν την έρευνα με τους υπόλοιπους φορείς της οικονομίας. Μάλιστα, εκείνα τα χρόνια, ο ιδιωτικός τομέας δεν παρουσίασε πραγματικό ενδιαφέρον, αλλά ούτε και προθυμία. Επομένως, οι καινοτόμες δομές που δημιουργήθηκαν

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

ήταν πιο κοντά στα δημόσια ερευνητικά κέντρα και πανεπιστήμια και αρκετά λιγότερο κοντά στη βιομηχανία.

Η χώρα μας είναι από τις χώρες που παρουσιάζουν τα χαμηλότερα ποσοστά στην έρευνα και στην καινοτομία συγκριτικά με όλες τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες. Φυσικά σε αυτό παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο διάφοροι κοινωνικοί, αλλά και οικονομικοί παράγοντες που άσκησαν μεγάλη επιρροή στην ανάπτυξη, αλλά και εξέλιξη της καινοτομίας στη χώρα. Η ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας βασίζεται κυρίως στη μεταφορά της τεχνολογίας και της τεχνογνωσίας από χώρες του εξωτερικού, αφού η εγχώρια έρευνα και ανάπτυξη έχουν περιοριστεί σε μεγάλο βαθμό.

Στην Ελλάδα κυριαρχούν μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες διοικούνται κατά κύριο λόγο από επιχειρηματίες. Άρα, οι περισσότερες δραστηριότητες καινοτομίας απορρέουν από πρωτοβουλίες που λαμβάνονται από τον ίδιο τον ιδιοκτήτη και όχι από στρατηγικές επιλογές οργανωμένων τμημάτων έρευνας και ανάπτυξης. Η χώρα μας αντιμετωπίζει σοβαρά προβλήματα υποδομών, προβλήματα με θέματα νομοθεσίας ή έλλειψης επιστημονικού προσωπικού, αλλά και προβλήματα με συστήματα εκπαίδευσης, τα οποία δεν έχουν καμία σχέση με τις ανάγκες της αγοράς.

Η χαμηλή εκπαίδευση του επιστημονικού προσωπικού είναι πολύ βασικό εμπόδιο στη μεταφορά της τεχνολογίας και της τεχνογνωσίας. Ιδιαίτερα ανασταλτικός παράγοντας στην ανάπτυξη του τομέα της έρευνας και ανάπτυξης αποτελεί και η ύπαρξη υψηλής φορολογίας σε συνδυασμό με την κρατική παρέμβαση που ώθησαν σε χαμηλά επίπεδα ανταγωνιστικότητας, αλλά και επιχειρηματικών επενδύσεων σε καινοτόμα αγαθά.

Στην Ελλάδα η καινοτομική διαδικασία αναπτύσσεται και εξελίσσεται πάνω σε βάσεις που αναφέρονται στην κοινωνική και οικονομική κατάσταση της χώρας, αλλά και πιο συγκεκριμένα στην τεχνολογία, στη δομή της αγοράς, αλλά και στην επιχειρηματικότητα. Σιγά σιγά η χώρα μας ξεκίνησε να αναπτύσσει την έρευνα και την καινοτομία και να δημιουργεί τεχνολογία. Μάλιστα, παρατηρήθηκε η εισαγωγή τεχνογνωσίας και κεφαλαίων που απουσίαζαν εντελώς από το εσωτερικό της χώρας, αφού τα ερευνητικά ιδρύματα δεν ήταν

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

δυνατό να δημιουργήσουν την κατάλληλη τεχνολογία που θα συνέβαλε θετικά στην επιχειρηματική δραστηριότητα (Christensen, Raynor, 2003).

Σχετικά με την καινοτομία, το ελληνικό σύστημα είναι πιο αποδοτικό στην αντιγραφή της τεχνολογίας παρά στη δημιουργία της και αυτό είναι κάτι που οφείλεται στο υψηλό κόστος, αλλά και στις πεποιθήσεις και στις αντιλήψεις που επικρατούν στη χώρα. Πέρα των μεγάλων προβλημάτων που προκαλεί το ελληνικό φορολογικό σύστημα, τα ασφαλιστικά ταμεία προκαλούν τεράστιο κόστος στις επιχειρηματικές μονάδες.

Ο χώρος του διαδικτύου ευνοεί ολοένα και περισσότερο τη δραστηριοποίηση ατόμων που έχουν πρωτότυπες ιδέες και σε αυτούς ανήκουν κυρίως νέοι άνθρωποι, οι οποίοι είναι δυνατό να εξοικειωθούν πιο εύκολα με τις καινούριες τεχνολογίες. Παρά το γεγονός ότι οι νέοι έχουν εξοικειωθεί με τις έννοιες της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας στην Ελλάδα, μπορεί κανείς να ισχυριστεί ότι η χώρα μας ακόμα υστερεί σημαντικά και αυτό οφείλεται στην έλλειψη αντίστοιχης κουλτούρας και κινήτρων.

Η καινοτομία στην ψηφιακή εποχή συνδέεται άμεσα με τη νεανική επιχειρηματικότητα και παρέχει τις κατάλληλες συνθήκες για νέες ιδέες που μπορεί να είναι επικερδείς, όμως όχι καινοτομικές. Το κύριο ερώτημα, το οποίο τίθεται είναι με ποιους τρόπους θα μπορούσε να ενισχυθεί η καινοτομία μεταξύ των νέων έχοντας ως κύριο στόχο την ενημέρωση προκειμένου να καλυφθούν οι ανάγκες της ψηφιακής εποχής και να δημιουργηθούν κίνητρα για να υπάρξουν οι κατάλληλες μορφές χρηματοδότησης για νεοσύστατες εταιρίες.

Στις μέρες μας η καινοτομία και η επιχειρηματικότητα σχετίζονται άμεσα με τον τομέα της έρευνας και ανάπτυξης (R&D). Στην Αμερική υπάρχουν πολλές μεγάλες επιχειρήσεις που ασχολούνται με την έρευνα και ανάπτυξη, αλλά στις χώρες της Ευρώπης, έρευνα και ανάπτυξη κάνουν οι επιχειρηματικές μονάδες που συμμετέχουν σε προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αναμφίβολα, η κατάσταση του τομέα έρευνας και ανάπτυξης (R&D) έχει βελτιωθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα, όπου δραστηριοποιούνται πολλές μικρές επιχειρηματικές μονάδες. Παρόλ' αυτά, η καινοτομία, αλλά και ο τρόπος που υιοθετείται αποτελεί ένα κοινωνικό και παράλληλα οικονομικό φαινόμενο και απαιτεί χρηματοδότηση.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΤΡΟΠΟΙ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

4.1 Όραμα και στόχοι

Μετά την κρίση το νέο επιχειρηματικό περιβάλλον θα είναι εντελώς διαφορετικό, αφού θα επιφέρει καινούριες ισορροπίες στην αγορά προϊόντων και υπηρεσιών. Οι ελληνικές επιχειρήσεις θα είναι σε θέση να αντιμετωπίσουν πιο έντονα τον ανταγωνισμό στις αγορές που στοχεύουν. Ευκαιρίες είναι εφικτό να υπάρξουν σε πολλούς κλάδους, αλλά ποιες από αυτές τις επιχειρήσεις θα τις αξιοποιήσουν δε μπορεί να λεχθεί με βεβαιότητα. Μέσω της επιτυχημένης προσαρμογής των επιχειρηματικών μονάδων στα καινούρια δεδομένα θα κριθεί η διεθνής ανταγωνιστικότητα της χώρας, δηλαδή σε ποιο βαθμό τα ελληνικά προϊόντα και οι υπηρεσίες είναι δυνατό να υπάρχουν στις ανοιχτές αγορές.

Στις ανταγωνιστικές αγορές, ο πιο σημαντικός παράγοντας θα είναι η ικανότητα των επιχειρήσεων και των επιχειρηματιών. Πολύ βασική κρίνεται η στρατηγική των επιχειρήσεων, δηλαδή ο βαθμός στον οποίο θα προσφέρουν ελκυστικές και ποιοτικές προσφορές στον καταναλωτή. Σε αυτό θα συντελέσει η συνεχής εισαγωγή της σειράς των καινοτομιών στα προσφερόμενα. Η καινοτομική δραστηριότητα είναι δυνατό να αντλήσει ιδέες από την ελληνική παράδοση, αλλά και από τον ελληνικό χώρο, καθώς και να στηριχθεί στη δημιουργικότητα των Ελλήνων. Οι ελληνικές επιχειρήσεις μπορούν πιο εύκολα να ακολουθήσουν ένα μοντέλο «ανοιχτής καινοτομίας» παρά ένα μοντέλο με οδηγό την έρευνα και ανάπτυξη. Άλλωστε, η Ελλάδα ήταν πάντα ανοιχτή στην κτήση, στην προσαρμογή και στη διάδοση ιδεών (Καραγιάννης, Μπακούρος, 2010)

Όμως, ποιο θα είναι το μέλλον των ελληνικών επιχειρήσεων μετά την κρίση; Ποιες από αυτές τις επιχειρήσεις βγουν από την κρίση και θα επιβιώσουν και με ποια μορφή; Ποιες νέες επιχειρηματικές μονάδες θα αναδειχθούν; Σίγουρα το μέλλον δε θα είναι το ίδιο, αλλά θα παρουσιάζει ριζικές αλλαγές και είναι πολύ δύσκολο να γίνουν προβλέψεις.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Το πρόβλημα της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών επιχειρήσεων εμφανίζει χαρακτηριστικά που είναι καθιερωμένα εδώ και πολλές δεκαετίες. Εν μέσω οικονομικής κρίσης οι επιχειρήσεις ανακαλύπτουν τα όρια αντοχής τους. Κάποιες από αυτές έχουν ήδη αντιδράσει από πριν και ανοίγουν σε διεθνείς αγορές. Αλλά οι πιο διορατικές μπορούν και βρίσκουν ευκαιρίες για να επιβιώσουν και να εξελιχθούν μέσα στην κρίση. Ανακαλύπτουν νέες δραστηριότητες διεθνώς και με τις διεθνείς συνεργασίες αντιμετωπίζουν την έλλειψη ρευστότητας και άλλα προβλήματα.

Η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας θα κριθεί στην ικανότητα που έχουν οι επιχειρήσεις να διεκδικήσουν ρόλο στο νέο ανταγωνιστικό περιβάλλον που αναδιαμορφώνεται. Μικρές και μικρομεσαίες επιχειρήσεις θα αναπτυχθούν με διεθνή προσανατολισμό. Το κράτος διαδραματίζει πάρα πολύ σημαντικό ρόλο στη διαδικασία προσαρμογής των επιχειρήσεων και ανάδειξης της καινούριας επιχειρηματικότητας. Είναι δυνατό να βοηθήσει με άμεσους, αλλά και με έμμεσους τρόπους. Με επιδοτήσεις και προγράμματα, αλλά και έμμεσα με ενέργειες που ωθούν στη διαμόρφωση θετικών στάσεων απέναντι στο επιχειρείν (Χατζηκωνσταντίνου, Γωνιάδης, 2009).

Οι προσδοκίες από το κράτος πρέπει να συνάδουν με την πραγματικότητα και να προσαρμοστούν στις νέες συνθήκες, όπως και να εκφράσουν ένα νέο μοντέλο ανάπτυξης. Εξάλλου με την αυξανόμενη διεθνοποίηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας αλλάζει ο ρόλος του κράτους.

Μετά τις αρνητικές επιρροές που έφερε η οικονομική κρίση, το διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον θα είναι εντελώς διαφορετικό. Θα αλλάξουν ακόμα περισσότερο οι προτιμήσεις του καταναλωτή και πλέον θα βγουν στην επιφάνεια νέα πρότυπα, οπότε το καταναλωτικό κοινό θα επιθυμεί να ικανοποιήσει τις ίδιες ανάγκες με πιο έξυπνες λύσεις και να μειώσει τις αγορές του με τη στροφή του σε πιο οικονομικά προϊόντα, αλλά διατηρώντας τις απαιτήσεις του για ποιότητα.

Επιπλέον, καινούριες αναδυόμενες πολυεθνικές εταιρίες εισέρχονται δυναμικά στις διεθνείς αγορές. Αυτού του είδους οι επιχειρήσεις είναι δυνατό να βελτιώσουν ταχύτατα την

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

ποιότητα απορροφώντας τεχνολογικά επιτεύγματα. Βρίσκουν λύσεις για καταναλωτές με χαμηλά εισοδήματα και εισάγουν καινοτομίες που μειώνουν τις τιμές τους. Για την αντιμετώπιση του ανταγωνισμού και των νέων συνθηκών οι παραδοσιακές πολυεθνικές κινούνται σε χαμηλότερες τιμές για τα ίδια προϊόντα, αξιοποιώντας τις ευκαιρίες για παραγωγή σε χώρες χαμηλού κόστους. Επίσης, υπάρχει η δυνατότητα εξαγοράς φθηνών εθνικών επιχειρήσεων που δύσκολα μπορούν να αντιμετωπίσουν την κρίση.

Παράλληλα, μικρότερες εταιρίες μπορούν να καινοτομήσουν και να κινηθούν παγκόσμια. Συνεπώς, παρατηρείται μία ανατροπή στις ισορροπίες στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Ο ανταγωνισμός μάλλον θα ισορροπήσει σε χαμηλότερες τιμές και οι ενδιάμεσες προσφορές κόστους-διαφοροποίησης θα κερδίζουν μερίδιο. Επί πρόσθετα, το κοινωνικό, καθώς και το οικονομικό περιβάλλον θα αλλάξουν οριστικά και οι απαιτήσεις της κοινωνίας θα γίνουν πιο ισχυρές. Οι επιχειρήσεις που ανταποκρίνονται στις νέες απαιτήσεις αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Καραγιάννης, Μπακούρος, 2010)

Οι τάσεις αυτές ανοίγουν καινούριους ορίζοντες για καινοτόμα στοιχεία και οι εταιρίες που κυριαρχούν στο χώρο κατόπιν κρίσης θα είναι πολύ ανταγωνιστικές και πολύ διαφορετικές, πιο υπεύθυνες, με «κοινωνική» διαφοροποίηση και πιθανότατα με διαφορετικό επιχειρηματικό μοντέλο που επικεντρώνεται σε διαφορετικά τμήματα της αγοράς και σε νέους καταναλωτές. Στην πορεία τους θα έχουν αναπτύξει εσωτερικές ικανότητες και κοινωνικό κεφάλαιο που θα οδηγεί σε ανταγωνισμό. Διατηρώντας αφοσιωμένο προσωπικό θα έχουν τη δυνατότητα να αξιοποιήσουν τις ευκαιρίες που θα εμφανισθούν κατόπιν της κρίσης.

Ακόμα κι αν υπάρχουν λίγες τέτοιες επιχειρήσεις θα μπορέσουν να επιδράσουν σημαντικά στην ελληνική οικονομία συντελώντας καθοριστικά στην απασχόληση, στη δημιουργία υλικής και άυλης αξίας για τη χώρα μας. Επιδιώκεται ένας αριθμός τέτοιων επιχειρήσεων έστω και μικρών που θα τοποθετούν με επιτυχία τα προϊόντα τους στις ανοιχτές διεθνοποιημένες αγορές (Χατζηκωνσταντίνου, Γωνιάδης, 2009).

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

4.2 Βελτίωση επιχειρηματικού περιβάλλοντος

Η καινοτομία αναδεικνύεται συνεχώς ως ένας παράγοντας για την επιβίωση και την ανταγωνιστικότητα κάθε επιχειρηματικής μονάδας, επειδή όταν αξιοποιηθεί με τον ανάλογο τρόπο μπορεί να προσφέρει ευκαιρίες ανάπτυξης θετικών οικονομικών αποτελεσμάτων. Οι περισσότερες ελληνικές επιχειρήσεις που έχουν αναπτύξει επιχειρηματικές δραστηριότητες στο εξωτερικό έχουν χρησιμοποιήσει τις τεχνολογικές ή τις διοικητικές τους καινοτομίες προκειμένου να κατακτήσουν ανάλογο μερίδιο αγοράς.

Για το λόγο ότι η καινοτομία θεωρείται ότι είναι η επιτυχημένη αξιοποίηση της νέας γνώσης, η έρευνα και η ταχύτατη διάχυση της πληροφορίας αποτελούν προκλήσεις για τη σύγχρονη επιχείρηση και σε αυτήν την πρόκληση είναι δύσκολο να αντισταθεί η μικρομεσαία ελληνική επιχείρηση. Στην Ελλάδα υπάρχουν οι προϋποθέσεις για τη στήριξη της παραγωγής γνώσης και καινοτομίας. Αναμφισβήτητα, το ανθρώπινο δυναμικό και το επιστημονικό δυναμικό στη χώρα μας έχουν πολύ καλές σπουδές και θα μπορούσαν να αναπτύξουν επιχειρηματικές ιδέες ιδρύοντας τις δικές τους επιχειρήσεις, ή αναπτύσσοντας επιχειρηματικές πρωτοβουλίες ακόμα και στο πλαίσιο της εξηρημένης εργασίας. Όμως, απαιτούνται ιδιαίτερη υποστήριξη, ενθάρρυνση, αισιόδοξες προοπτικές, καθώς και αξιοκρατικές διαδικασίες (Καραγιάννης, Μπακούρος, 2010)

Αναμφισβήτητα, υπάρχουν πολλοί τρόποι με τους οποίους είναι δυνατό μια επιχειρηματική οντότητα να αυξήσει την ικανότητα που έχει για καινοτομία. Αρχικά, προκειμένου να γίνει κάτι τέτοιο, πρέπει οι διάφορες επιχειρήσεις να μπορούν να διαθέσουν ικανοποιητικούς πόρους και να έχουν τον κατάλληλο αριθμό εργαζόμενων. Μια καινοτομική διαδικασία μπορεί να οριστεί ως η ακολουθία εκείνη που καλύπτει όλες τις δραστηριότητες που είναι ικανές να προσθέσουν αξία για τους πελάτες και που μπορούν να υλοποιούνται έχοντας ως στόχο την επίτευξη ενός συγκεκριμένου αποτελέσματος.

Πρόκειται για δραστηριότητες, οι οποίες μπορούν και καλύπτουν μεγάλη ποικιλία λειτουργικών περιοχών. Κάθε οργανισμός, ο οποίος έχει οποιοδήποτε μέγεθος γίνεται να χωριστεί σε μια σειρά από διαδικασίες. Το πρώτο σύνολο σχετίζεται με τις στρατηγικές δραστηριότητες της επιχειρηματικής μονάδας, ενώ το δεύτερο σύνολο έχει να κάνει με τις

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

δραστηριότητες, οι οποίες περιλαμβάνουν άμεσα τους πελάτες. Το τρίτο σύνολο διαδικασιών μπορεί να υποστηρίξει τα πρώτα δύο σύνολα.

Η διαδικασία της καινοτομίας μπορεί να ανήκει στην κατηγορία της στρατηγικής διαδικασίας και περικλείει όλες τις δραστηριότητες, οι οποίες σχετίζονται με τη δημιουργία καινούριων προϊόντων, καθώς και με τη δυνατότητα να αλλάξουν τα πράγματα διαφορετικά έχοντας ως στόχο την αύξηση της αξίας των προϊόντων. Επιπλέον, για τη διαδικασία της καινοτομίας μπορεί να υπάρξει καθοδήγηση από μια αγορά που είναι καθορισμένη και στηρίζεται στον προσδιορισμό των ευκαιριών, αλλά και των ανικανοποίητων αναγκών.

Η διαδικασία της καινοτομίας θα πρέπει να αποτελείται από τέσσερις βασικές δραστηριότητες. Αυτές αναφέρονται ως εξής: (Χατζηκωνσταντίνου, Γωνιάδης, 2009)

- **Δημιουργία νέων ιδεών όπου εντάσσονται:**
 - Ο προσδιορισμός καινούριων ιδεών αναφορικά με προϊόντα και υπηρεσίες.
 - Η ενθάρρυνση κάθε νέας ιδέας του προσωπικού.
 - Ο προγραμματισμός για τη δημιουργία καινούριων προϊόντων ή υπηρεσιών.
 - Ο προσδιορισμός των κριτηρίων που χρησιμοποιούνται προκειμένου να επιλεγούν όλες οι απόψεις και ιδέες που αναπτύσσονται.
 - Η πρόβλεψη για τις ανάγκες των πελατών αναλύοντας τις τάσεις της αγοράς, καθώς και τις επιτυχίες όλων των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων.
- **Ανάπτυξη προϊόντων, όπου εντάσσονται τα εξής:**
 - Ο συντονισμός του εσωτερικού, καθώς και του εξωτερικού προσωπικού σε ομάδες.
 - Η ανάπτυξη ενός νέου προϊόντος σε σύντομο χρονικό διάστημα.
 - Οι μέθοδοι διαχείρισης που επρόκειτο να εφαρμόσουν οι επιχειρηματικές μονάδες.
 - Ο τρόπος που απαιτεί λεπτομερή περιγραφή προδιαγραφών του αγαθού και πρέπει να ληφθεί υπόψη η διαδικασία που παράγεται, διανέμεται και κατόπιν γίνεται η μεταπώληση.
- **Επανασχεδιασμός των διαδικασιών παραγωγής, όπου περιλαμβάνονται:**

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

- Ο σχεδιασμός διαδικασιών παραγωγής από την αρχή για να επιτευχθεί μεγαλύτερη παραγωγικότητα και με την εξασφάλιση υψηλότερης ποιότητας με μείωση των δαπανών παραγωγής.
- Η αξιολόγηση εισόδου καινούριων τεχνολογιών για την αύξηση της αξίας των προϊόντων.
- Οι μεταβολές στη διαδικασία παραγωγής, προκειμένου να είναι εφικτή οποιαδήποτε αλλαγή σε προϊόντα.

- **Ο επανασχεδιασμός των διαδικασιών της αγοράς που περιέχει:**

- Χρήση νέας τεχνολογίας πληροφοριών για τον επαναπροσδιορισμό του προϊόντος της αγοράς.
- Αλλαγές στο μάρκετινγκ που συντελούν σε αύξηση της αξίας των προϊόντων ή ακόμα και στη δημιουργία καινούριων προϊόντων και υπηρεσιών.

- **Διαχείριση γνώσης που περιέχει:**

- Καινοτόμες ιδέες μέσω τεχνολογίας.
- Λήψη αποφάσεων από τις επιχειρηματικές μονάδες σε σχέση με τις τεχνολογίες που θα πρέπει να αναπτυχθούν.
- Λήψη αποφάσεων για το σημείο που οι επιχειρήσεις προμηθεύουν τεχνολογία σε άλλες επιχειρήσεις.

Οι Έλληνες επιχειρηματίες διαθέτουν υψηλό επίπεδο μόρφωσης και τυπικών προσόντων, άρα η εφευρετικότητα και ο δυναμισμός που διακρίνει τους Έλληνες επιχειρηματίες είναι δυνατά σημεία, αλλά όχι αρκετά για την επιτυχία. Απαιτείται η κατάλληλη κουλτούρα για να αναπτύξει κάποιος αποτελεσματική επιχειρηματική συμπεριφορά.

Ο επιχειρηματίας τις περισσότερες φορές δεν γεννιέται, αλλά εκπαιδεύεται μέσα σε επιχειρήσεις κάνοντας επιτυχημένες ή αποτυχημένες προσπάθειες. Καλλιεργεί την κουλτούρα της επιχειρηματικότητας, διαμορφώνει στάσεις και αξίες, οι οποίες ωθούν σε μια υγιή επιχειρηματική συμπεριφορά. Τα χαρακτηριστικά που προσδιορίζουν την προσωπικότητα των

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

επιτυχημένων επιχειρηματιών έχουν αναγνωριστεί διεθνώς και είναι η διάθεση ανάληψης ευθυνών, η διάθεση ανάληψης κινδύνου, η εμπιστοσύνη στις ικανότητες τους, ο δυναμισμός τους, η ανάγκη για επιτεύγματα κ.λ.π. Στους Έλληνες επιχειρηματίες εντοπίζονται πολλά από αυτά τα χαρακτηριστικά σε μεγάλο βαθμό, όμως πρέπει να γίνει κατανοητό ότι οι δεξιότητες είναι αυτές που θα οδηγήσουν στην επιτυχία (Καραγιάννης, Μπακούρος, 2010)

Οι επιχειρήσεις αναπτύσσοντας στρατηγικές ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητάς τους, έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν ανάμεσα στη «στρατηγική ηγεσίας κόστους», είτε την «στρατηγική διαφοροποίησης» για να μετατρέψουν την καινοτομία τους σε ανταγωνιστικό προϊόν ή υπηρεσία. Οι στρατηγικές συμμαχίες μεταξύ των μικρομεσαίων επιχειρήσεων δεν ευδοκιμούν και τις πρωτοβουλίες αναλαμβάνουν οι μεγάλες επιχειρήσεις, ακολουθώντας πολιτικές συγχωνεύσεων. Οι στρατηγικές συμμαχίες μεταξύ μικρομεσαίων μπορούν να φανούν πολύ χρήσιμες στο απώτερο μέλλον, προκειμένου να αντιμετωπίσουν τα χρηματοοικονομικά τους προβλήματα. Επιπλέον, η δικτύωση και η ανάπτυξη συνεργασιών με επιχειρήσεις αποτελούν προοπτικές που θα πρέπει να απασχολήσουν τους νέους τουλάχιστον επιχειρηματίες.

Οι δυνατότητες που προσφέρει η τεχνολογία της πληροφορικής, η εξοικείωση με το διεθνές περιβάλλον, αλλά και η διεθνοποίηση των αγορών αποτελούν ευκαιρίες που οι δραστήριοι επιχειρηματίες δεν θα πρέπει να προσπεράσουν. Οι κοινωνικές συνεταιριστικές επιχειρήσεις αποτελούν μια πολύ καλή προοπτική, μια καινούρια μορφή επιχειρηματικής δραστηριότητας, που θα εξυπηρετούσε όλους τους συμμετέχοντες επιχειρηματίες. Απαρίτητη προϋπόθεση αποτελεί η ύπαρξη συνεργατικής, κοινωνικής και επιχειρηματικής κουλτούρας.

Ένα πολύ μεγάλο ζήτημα σχετίζεται με τον στρατηγικό προσανατολισμό της ελληνικής οικονομίας και είναι η ανάπτυξη της δευτερογενούς παραγωγής και των εξαγωγών των ελληνικών επιχειρήσεων. Η μετάβαση επιχειρηματικών πρωτοβουλιών των Ελλήνων από τη μεταπώληση προϊόντων ή υπηρεσιών στον παραγωγικό τομέα δεν έχει επιτευχθεί. Συνεπώς, υπάρχουν λίγες εξαγωγικές επιχειρήσεις. Όσες επιχειρήσεις δημιουργήθηκαν σε περίοδο οικονομικής κρίσης δραστηριοποιούνται στους μη παραγωγικούς κλάδους, δηλαδή στις επιχειρήσεις εστίασης και διασκέδασης και δύσκολα θα εντοπίσουμε στρατηγικό προσανατολισμό των επιχειρηματικών.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

4.3 Ενίσχυση πρόσβασης στη χρηματοδότηση προγραμμάτων

Η χρηματοδότηση επιχειρηματικών μονάδων που επενδύουν στην καινοτομία και στη δημιουργικότητα, πρέπει να διευκολυνθεί από τους χρηματοδοτικούς φορείς και να έχει την υποστήριξη της πολιτείας. Πολλές είναι οι προτάσεις για επιχειρησιακά σχέδια. Τα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα της χώρας και άλλοι φορείς διοργανώνουν επιχειρηματικούς διαγωνισμούς και βραβεύουν τους νέους επιστήμονες. Παρόλ' αυτά, δεν εξασφαλίζεται η χρηματοδότησή τους προκειμένου να εφαρμοστεί η ιδέα στην πράξη. Λείπει η διασύνδεση αυτών που παράγουν τη γνώση και την έρευνα κι εκείνων που θα εφαρμόσουν τα αποτελέσματά τους.

Προτεραιότητα δίνεται στη χάραξη Εθνικής Στρατηγικής για την καινοτομία, καθώς και την αξιοποίηση των αποτελεσμάτων της έρευνας. Η υποστήριξη μικρομεσαίων επιχειρήσεων με υποδομές και τεχνογνωσία πρέπει να προέρχεται από έναν συστηματικό σχεδιασμό, ο οποίος προσδιορίζει τις στρατηγικές προτεραιότητες για τους τομείς που η χώρα έχει τις δυνατότητες να αναπτύξει καινοτομίες ως ανταγωνιστικά της πλεονεκτήματα και καλλιεργεί θετικό κλίμα για την ανάπτυξη συνεργασιών.

Για τη χρηματοδότηση της έρευνας, η αξιοποίηση των κοινοτικών πόρων προσφέρει ακόμα ευκαιρίες. Παράδειγμα αποτελούν οι πόροι από το ευρωπαϊκό πρόγραμμα HORIZON 2020, οι οποίοι και θα διατεθούν στην έρευνα και καινοτομία. Ένα ακόμη χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας σχετίζεται άμεσα με το προφίλ του σύγχρονου επιχειρηματία. Σύμφωνα με παγκόσμια έρευνα που πραγματοποιήθηκε το έτος 2013 (Amway Global Entrepreneurship Report 2013) ένας στους δύο Έλληνες (53%) φαντάζεται τον εαυτό του ως επιχειρηματία, όμως υπάρχει ο φόβος αποτυχίας και αυτό είναι κάτι που αιτιολογημένα αποτελεί εμπόδιο για την έναρξη μιας επιχείρησης. Εν μέσω οικονομικής κρίσης παρουσιάζονται πολλές επιχειρηματικές ευκαιρίες που πρέπει να διακριθούν από τις ευκαιρίες για κέρδη. Οι ευκαιρίες για κέρδη απαιτούν το βέλτιστο συνδυασμό των σχέσεων, των μέσων και των στόχων.

Στην περίπτωση του Έλληνα επιχειρηματία υπάρχει έντονη η εκμετάλλευση της ευκαιρίας για κέρδη. Η εσφαλμένη αντίληψη του επιχειρηματικού πνεύματος χρειάζεται να ανασυνταχθεί στη σύγχρονη Ελλάδα. Θα πρέπει να προβληθεί ένα προφίλ επιχειρηματία, ο οποίος θα στηρίζει την επιχειρηματική του αποτελεσματικότητα, στην δημιουργικότητα, στην

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

παραγωγή καινοτομίας και στην έρευνα, στη χρήση σύγχρονων χρηματοδοτικών εργαλείων που χαρακτηρίζονται από ευελιξία (Χατζηκωνσταντίνου, Γωνιάδης, 2009).

4.4 Διευκόλυνση πρόσβασης στις αγορές

Η ανταγωνιστική στρατηγική θα διαδραματίσει πολύ πιο σημαντικό ρόλο κατά την περίοδο μετά την κρίση εξαιτίας της ανατροπής των ισορροπιών. Απαιτείται πιο έντονη διαφοροποίηση προσφορών με ποιότητα, αλλά και καινοτομίες σε χαμηλότερα επίπεδα κόστους και σύγκριση με αναφορά περισσότερο στο διεθνές παρά σε τοπικό επίπεδο. Η στρατηγική μπορεί να είναι υλοποιήσιμη με έντονη επιχειρηματικότητα νέων μοντέλων, καινούρια εγχειρήματα, με τοπική διαφορετικότητα, καθώς και απελευθέρωση της ευρηματικότητας του ανθρώπινου δυναμικού στη δημιουργία και αξιοποίηση νέων προϊόντων στον καταναλωτή.

Όλα αυτά μπορούν να επιτευχθούν με την εξωστρέφεια όχι μόνο με την παραδοσιακή μορφή των εξαγωγών, αλλά και με προχωρημένες μορφές διεθνοποίησης, όπως λόγου χάρη, συνεργασίες, κοινοπραξίες στο εξωτερικό, διεθνή δικτύωση κ.λ.π. Επί πρόσθετα, μπορούν να αξιοποιηθούν οι διεθνείς πηγές καινοτομίας και πολλές ευκαιρίες για να αποκτηθούν πόροι σε διεθνές επίπεδο. Οι στρατηγικές που στοχεύουν σε πελάτες που ικανοποιούνται εύκολα κατά κύριο λόγο στην εγχώρια αγορά, με ελάχιστη ανάπτυξη της καινοτομίας, τοπικής εμβέλειας δε θα μπορέσουν να αποδώσουν. Το όσο το δυνατό χαμηλότερο κόστος είναι πάρα πολύ σημαντικό, αλλά δεν αρκεί δίχως άλλα στοιχεία διαφοροποίησης.

Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να εισάγουν άλλες καινοτομίες κόστους, να προβούν σε διαπραγμάτευση με προμηθευτές, να μειώσουν τις τιμές των brands, να εστιάσουν σε νέα προϊόντα που είναι πιο οικονομικά και στην εισαγωγή καινοτομιών, καθώς και να διατηρήσουν ταλέντα. Οι εμπειρίες από χώρες χαμηλού κόστους μπορούν να συντελέσουν πολύ σημαντικά. Η μεταφορά εταιριών στις χώρες χαμηλού κόστους αποτελεί μία προσωρινή λύση για την εκμετάλλευση ευνοϊκότερων συνθηκών κόστους, αν δεν αλλάξει η στρατηγική.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

5.1 Στοιχεία της έρευνας αγοράς

Έρευνα αγοράς ονομάζεται η οργανωμένη προσπάθεια που γίνεται προκειμένου να συλλεχθούν πληροφορίες αναφορικά με την αγορά και τους καταναλωτές. Η έρευνα αγοράς ασχολείται με τις καταναλωτικές συνήθειες σε συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού και έχει ως στόχο τη συλλογή και την επεξεργασία πληροφοριών που συσχετίζονται με τις ανάγκες που προκύπτουν για μια συγκεκριμένη αγορά-στόχο, το μέγεθος που αυτή έχει καθώς και τις ανταγωνιστικές επιχειρήσεις που υπάρχουν. Η έρευνα αγοράς θα λέγαμε ότι αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα κομμάτια στρατηγικής των επιχειρήσεων, διότι με τη βοήθεια της, τα διοικητικά στελέχη είναι δυνατό να στηριχθούν σε αυτήν και να αναζητήσουν λύση σε πιο σημαντικά στρατηγικά προβλήματα (Κυριαζόπουλος, Σιαμαντά, 2009).

Προκειμένου να επιλεγθεί μέθοδος για τη συλλογή δεδομένων στην έρευνα αγοράς γίνεται η χρήση πρωτογενών και δευτερογενών στοιχείων. Τα δευτερογενή στοιχεία είναι αυτά που υπάρχουν ήδη και έχει γίνει η συλλογή τους κάποια στιγμή, ώστε να επιλυθεί κάποιο άλλο πρόβλημα σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Η συλλογή των πρωτογενών στοιχείων γίνεται όταν δεν υπάρχουν δεδομένα ή ακόμα κι όταν δε μπορούν να χρησιμοποιηθούν στη μορφή που βρίσκονται, άρα απαιτείται η συγκέντρωση πληροφοριών κατευθείαν από τους καταναλωτές ή τους πελάτες των προϊόντων ή των υπηρεσιών μιας επιχείρησης για να επιλυθεί το συγκεκριμένο πρόβλημα (Σταθακόπουλος, 2005).

Επί πρόσθετα, η έρευνα χωρίζεται σε ποιοτική και ποσοτική έρευνα. Η ποιοτική αποτελεί εργαλείο έρευνας για να αναπτυχθούν νέα προϊόντα που χρησιμοποιούνται προκειμένου να γίνει αξιολόγηση διάφορων ιδεών χωρίς να πραγματοποιηθούν αριθμητικές και στατιστικές μετρήσεις και αναλύσεις. Θεωρείται εργαλείο, με το οποίο διεξάγονται προσωπικές συνεντεύξεις ή συζητήσεις καταναλωτών ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας (Κυριαζόπουλος, Σιαμαντά, 2009).

Η ποσοτική έρευνα βασίζεται σε αξιόπιστες, αριθμητικές και στατιστικές μετρήσεις του συνολικού πληθυσμού ατόμων που εφαρμόζεται. Μεθόδους ποσοτικής έρευνας

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

αποτελούν οι προσωπικές συνεντεύξεις, οι ταχυδρομικές έρευνες, οι τηλεφωνικές έρευνες, οι άμεσες έρευνες μέσω υπολογιστή, οι έρευνες μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) και οι έρευνες μέσω Internet/Intranet (Κυριαζόπουλος, Σιαμαντά, 2009).

5.2 Μέθοδος δείγματος και τεχνικές ανάλυσης δεδομένων

Η μέθοδος συλλογής πρωτογενών στοιχείων συνδέεται άμεσα με το σκοπό της ερευνητικής εργασίας. Τα αποτελέσματα της έρευνας προέκυψαν με βάση τις απαντήσεις που έδωσαν οι ερωτώμενοι. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκε με προσωπική επαφή. Η έρευνα που διεξήχθη με ερωτηματολόγιο αποτελεί και την πιο διαδεδομένη μέθοδο για την όσο το δυνατό γρηγορότερη και λιγότερο δαπανηρή συλλογή δεδομένων. Συνήθως έχει και το υψηλότερο ποσοστό επιστροφής απαντήσεων.

Η δειγματοληψία πραγματοποιήθηκε το δεύτερο δεκαήμερο του Οκτωβρίου 2016 και σίγουρα υπήρξαν αρκετές δυσκολίες, αφού λόγω της έλλειψης χρόνου που είναι βασικό χαρακτηριστικό στις επιχειρήσεις δεν ήταν εύκολη η προσέγγιση επιχειρηματιών για να αφιερώσουν λίγο από το χρόνο τους στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Πριν την έναρξη της συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων, πραγματοποιήθηκε δοκιμή σε 3 επιχειρήσεις για να διαπιστωθεί εάν οι ερωτήσεις ήταν κατανοητές. Το δείγμα περιλαμβάνει 40 ερωτηματολόγια που συμπληρώθηκαν από επιχειρηματίες.

Στην έρευνα συμμετείχαν όλων των ειδών επιχειρήσεις, άλλες από αυτές με πιο πολλά έτη λειτουργίας και άλλες νεότερες που έχουν διαφορετικό αντικείμενο δραστηριότητας. Το στατιστικό πρόγραμμα, το οποίο χρησιμοποιήθηκε για την ανάλυση των δεδομένων είναι το SPSS 20 Statistic Software και η πλειονότητα των αποτελεσμάτων παρουσιάζεται στη συνέχεια σε πίνακες με ποσοστά ή με τη μορφή διαγραμμάτων.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

5.3 Σχεδιασμός του ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο που σχεδιάστηκε για τη διεξαγωγή της έρευνας περιλαμβάνει ερωτήσεις σχετικές με το θέμα που επιθυμούμε να αναλύσουμε, δηλαδή τον τρόπο που η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα και τους τρόπους που μπορεί να βρεθούν για τη βελτίωση αυτής.

Το πρώτο μέρος περιλαμβάνει ερωτήματα σχετικά με την επιχείρηση, όπως για παράδειγμα ποιός είναι ο αριθμός εργαζομένων σε αυτήν, πόσα είναι τα έτη λειτουργίας της και ποιός είναι ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείται. Επίσης, υπάρχει ερώτηση ανοιχτού τύπου, ώστε ο κάθε επιχειρηματίας να μπορεί να αναφέρει αναλυτικά το αντικείμενο της δραστηριότητάς του.

Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου αναφέρεται στην επιχειρηματικότητα και στον τρόπο που αυτή επηρεάζεται από την οικονομική κρίση. Αρχικά, οι επιχειρηματίες ερωτώνται ποιός είναι ο λόγος δημιουργίας της επιχείρησής τους και πόσο ικανοποιημένοι είναι από την έως τώρα πορεία της. Επίσης, καλούνται να δηλώσουν το βαθμό συμφωνίας τους ως προς το βαθμό που η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει την πορεία της επιχείρησης, καθώς και αν θεωρούν ότι η οικονομική κρίση θα εξακολουθήσει να ασκεί επιρροή στην πορεία της την επόμενη τριετία.

Ακόμα ακολουθούν ερωτήματα σχετικά με το αν οι εργαζόμενοι είναι ικανοποιημένοι από το μισθό που λαμβάνουν και αναλογεί στην εργασία τους, αλλά ζητείται και μία πρόβλεψη σχετικά με το αν στην επόμενη τριετία θα γίνει αύξηση στους μισθούς των υπαλλήλων. Οι ερωτώμενοι πρέπει να απαντήσουν σχετικά με το είδος της πλειονότητας των συμβάσεων και γενικότερα εάν χρησιμοποιούν πληροφοριακά συστήματα (π.χ. TAXIS) στη διαχείριση φορολογικών θεμάτων.

Ακολουθούν ερωτήματα για το βαθμό στον οποίο το φορολογικό καθεστώς ασκεί επιρροή στην επιχείρηση του κάθε ερωτώμενου και σχετικά με το αν θεωρούν δίκαια τα φορολογικά μέτρα, τα οποία θα πρέπει να ακολουθήσει ο καθένας τους εν όψει οικονομικής κρίσης. Επιπλέον, ερωτώνται για το αν το ασφαλιστικό καθεστώς επηρεάζει την επιχείρηση και αν κρίνουν ότι απαιτούνται ταχύτερες διαδικασίες και συμβουλευτικές υπηρεσίες σε ασφαλιστικά θέματα. Τέλος, ακολουθεί ερώτηση σχετικά με το αν οι επιχειρηματίες είχαν σήμερα το χρηματικό ποσό που χρειάζεται για να επενδύσουν, θα το χρησιμοποιούσαν για να

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

ιδρύσουν μια επιχείρηση ή προκειμένου να εξαγοράσουν μία επιχείρηση, αλλά υπάρχει και ερώτηση ανοιχτού τύπου, όπου κάθε επιχειρηματίας πρέπει να δώσει απάντηση σχετικά με το λόγο που δε θέλει να κάνει καμία επένδυση.

Το τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου έχει να κάνει με τους τρόπους βελτίωσης της κατάστασης. Οι ερωτώμενοι καλούνται να απαντήσουν εάν έχει εισάγει η επιχείρησή τους την τελευταία τριετία ένα νέο ή σημαντικά βελτιωμένο αγαθό ή υπηρεσία στην αγορά πριν από τους ανταγωνιστές της. Επίσης, πρέπει να δώσουν απάντηση σχετικά με το αν η επιχείρησή τους έχει εισάγει την τελευταία πενταετία νέες ή σημαντικά βελτιωμένες μεθόδους κατασκευής ή παραγωγής αγαθών ή υπηρεσιών, νέες ή σημαντικά βελτιωμένες πρακτικές υλικοτεχνικής υποστήριξης και μεθόδους διανομής για τα αγαθά ή τις υπηρεσίες της και νέες ή σημαντικά βελτιωμένες δραστηριότητες υποστήριξης για διάφορα συστήματα (π.χ. συντήρησης) ή λειτουργίες (π.χ. λογιστικής, πληροφορικής κ.λ.π.).

Επίσης, ακολουθούν ερωτήσεις σχετικά με το πόσο σημαντικό είναι για αυτούς το γεγονός ότι η υιοθέτηση καινοτομιών δημιουργεί νέες αγορές για την επιχείρησή και σε ποιό βαθμό κρίνουν σημαντικό το γεγονός ότι θα πρέπει να διατεθούν σημαντικοί χρηματικοί πόροι από το κράτος μέσω προγραμμάτων για τη βελτίωση της κατάστασης.

5.4 Αποτελέσματα έρευνας

Με τη βοήθεια του στατιστικού πακέτου SPSS θα παρουσιαστούν παρακάτω κάποιοι περιγραφικοί δείκτες των στοιχείων που αφορούν την επιχειρηματικότητα σε περίοδο οικονομικής κρίσης και τρόπων βελτίωσης της κατάστασης με δείγμα σαράντα επιχειρήσεων.

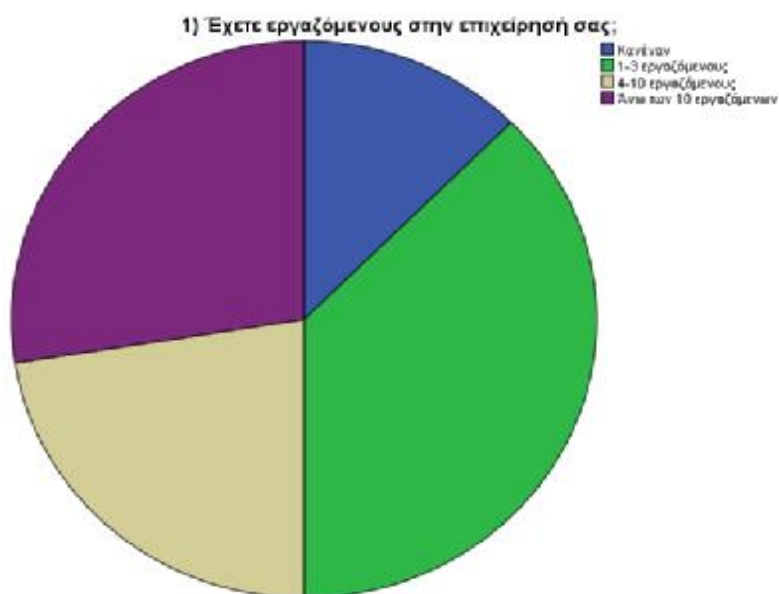
Το πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου ξεκινάει με την ερώτηση αν υπάρχουν εργαζόμενοι στην επιχείρηση. Το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρηματιών, δηλαδή το 37,5% απάντησε ότι απασχολεί 1-3 εργαζόμενους στην επιχείρησή του. Ακολουθεί ποσοστό 27,5% που δήλωσε ότι απασχολεί πάνω από 10 εργαζόμενους. Το 22,5% έχει από 4 έως 10 εργαζόμενους, ενώ το 12,5% των επιχειρηματιών δεν απασχολεί κανέναν εργαζόμενο.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

1) Έχετε εργαζόμενους στην επιχείρησή σας;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Κανέναν	5	12,5	12,5	12,5
1-3 εργαζόμενους	15	37,5	37,5	50,0
Valid 4-10 εργαζόμενους	9	22,5	22,5	72,5
Άνω των 10 εργαζόμενων	11	27,5	27,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	



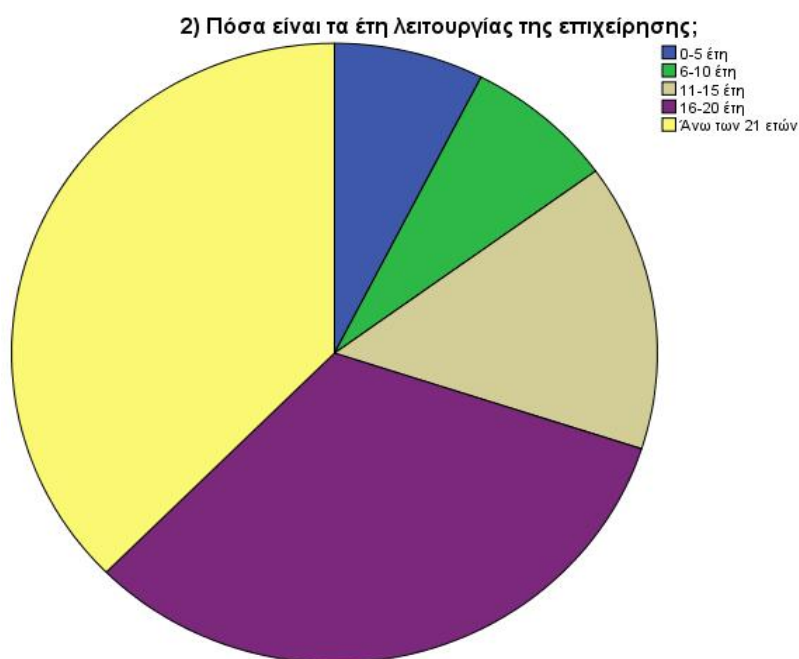
Ακολουθεί ερώτηση σχετική με τα έτη λειτουργίας της επιχείρησης. Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος, δηλαδή το 37,5% δήλωσε πάνω από 21 έτη, ενώ με πολύ μικρή διαφορά (32,5%) ακολουθεί το ποσοστό που δήλωσε 16-20 έτη λειτουργίας. Το 15% των επιχειρηματιών του δείγματος ισχυρίστηκαν ότι οι επιχειρήσεις τους λειτουργούν 11-15 έτη, ενώ το υπόλοιπο 15% είναι μοιρασμένο ισοποσοστιαία σε επιχειρήσεις που λειτουργούν 0-5 έτη και σε αυτές που λειτουργούν 6-10 έτη.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

2) Πόσα είναι τα έτη λειτουργίας της επιχείρησης;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0-5 έτη	3	7,5	7,5	7,5
6-10 έτη	3	7,5	7,5	15,0
11-15 έτη	6	15,0	15,0	30,0
16-20 έτη	13	32,5	32,5	62,5
Άνω των 21 ετών	15	37,5	37,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	



Στο ερώτημα σχετικά με το ποιός είναι ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείται η κάθε επιχείρηση, τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα. Πιο συγκεκριμένα, η πλειοψηφία των επιχειρήσεων φαίνεται να δραστηριοποιείται στο χονδρικό και λιανικό εμπόριο, ποσοστό που κυμαίνεται στο 42,5%, δηλαδή οι 17 από τις 40 επιχειρήσεις. Ακολουθεί το 20% των επιχειρηματιών που δραστηριοποιείται στο βιομηχανικό κλάδο, το 15% στον τουριστικό κλάδο, το 2,5% στον αγροτικό κλάδο και το 2,5% επίσης στον κλάδο της υγείας. Το 17,5% των επιχειρήσεων που αποτελούν το δείγμα μας απάντησε ότι δραστηριοποιείται σε άλλο κλάδο.

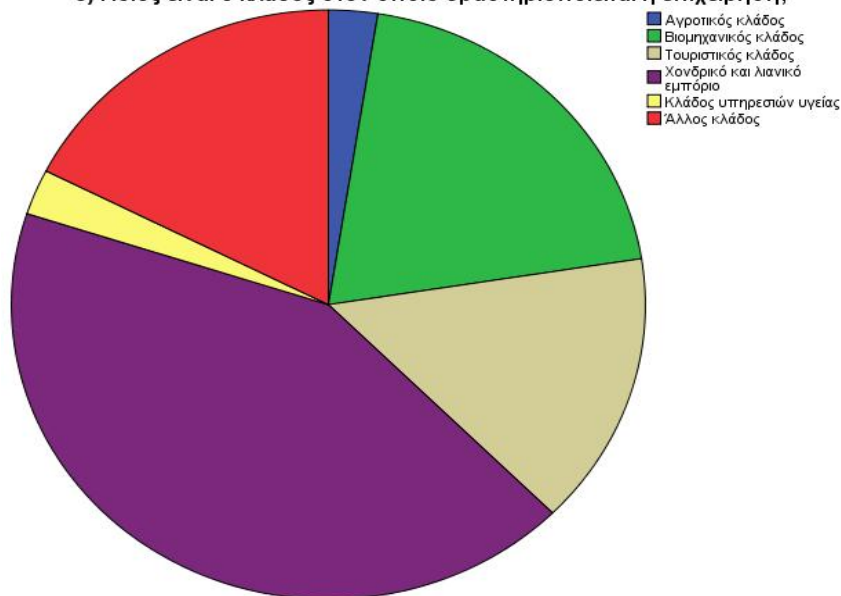
«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

3) Ποιος είναι ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Αγροτικός κλάδος	1	2,5	2,5	2,5
Βιομηχανικός κλάδος	8	20,0	20,0	22,5
Τουριστικός κλάδος	6	15,0	15,0	37,5
Χονδρικό και λιανικό εμπόριο	17	42,5	42,5	80,0
Κλάδος υπηρεσιών υγείας	1	2,5	2,5	82,5
Άλλος κλάδος	7	17,5	17,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

3) Ποιος είναι ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση;



Η επόμενη ερώτηση που ακολουθεί, η τέταρτη ερώτηση του ερωτηματολογίου είναι ανοιχτού τύπου. Οι ερωτώμενοι απάντησαν σχετικά με το αντικείμενο δραστηριότητας της επιχείρησής τους. Πρόκειται για επιχειρήσεις που ανήκουν σε διάφορους κλάδους σύμφωνα και με το προηγούμενο ερώτημα. Όπως αναφέρθηκε, κάποιες από αυτές είναι βιβλιοπωλεία, ξενοδοχεία, καφετέριες, ζαχαροπλαστεία, εταιρίες παραγωγής αλουμινίου. Όμως, το δείγμα της έρευνάς μας αποτελούν και επιχειρηματίες κομμωτηρίου, φαρμακείου, e-shop,

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

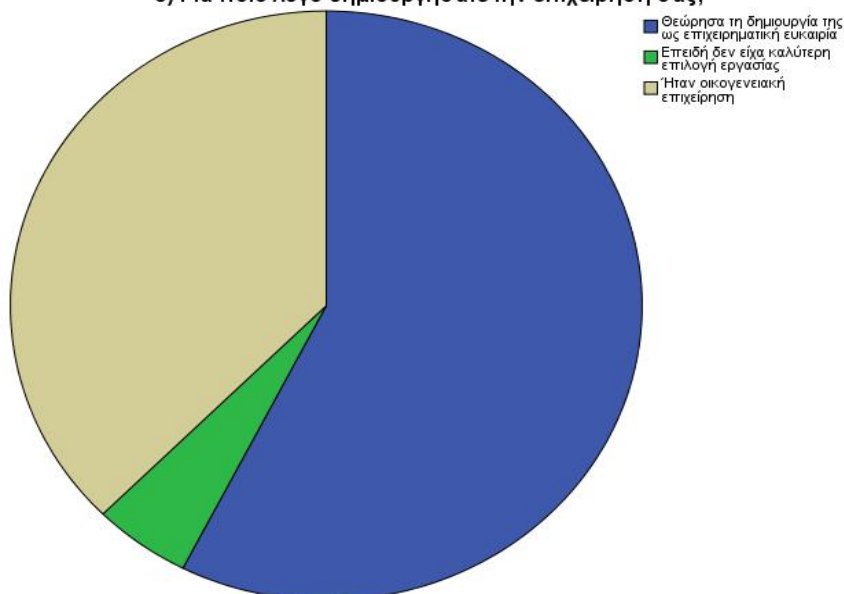
καταστήματος γεωργικών φαρμάκων, χώρου στάθμευσης αυτοκινήτων, εμπορίου ζωοτροφών, ειδών θέρμανσης, εμπορίου αναψυκτικών κ.λ.π.

5) Για ποιο λόγο δημιουργήσατε την επιχείρησή σας;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Θεώρησα τη δημιουργία της ως επιχειρηματική ευκαιρία	23	57,5	57,5	57,5
Επειδή δεν είχα καλύτερη επιλογή εργασίας	2	5,0	5,0	62,5
Ήταν οικογενειακή επιχείρηση	15	37,5	37,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα, υπάρχουν τρεις διαφορετικοί λόγοι που ο κάθε επιχειρηματίας δημιούργησε τη δική του επιχείρηση. Το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών, το 57,5%, δηλαδή 23 στους 40, απάντησε ότι θεώρησε τη δημιουργία της ως επιχειρηματική ευκαιρία. Ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό που κυμαίνεται στο 37,5%, δηλαδή 15 στους 40, απάντησε ότι ήταν οικογενειακή επιχείρηση και ένα μικρό ποσοστό, το 5%, δηλαδή 2 στους 40 επιχειρηματίες δήλωσαν ότι δεν είχαν καλύτερη επιλογή εργασίας.

5) Για ποιο λόγο δημιουργήσατε την επιχείρησή σας;



«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

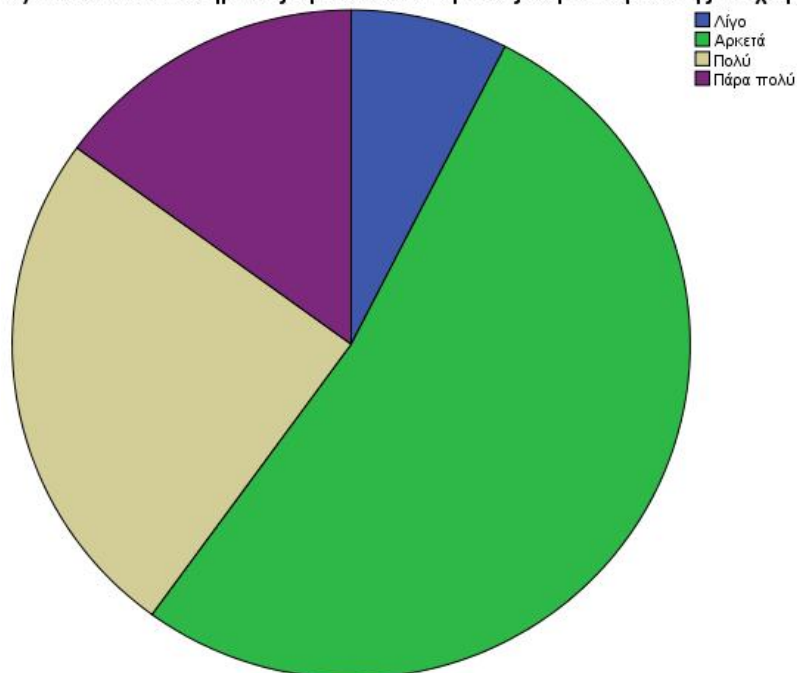
Στο ερώτημα σχετικά με το πόσο ικανοποιημένος είναι ο κάθε ερωτώμενος από την έως τώρα πορεία της επιχείρησής του, τα αποτελέσματα που προέκυψαν φαίνονται παρακάτω.

6) Πόσο ικανοποιημένος/-η είστε από την έως τώρα πορεία της επιχείρησής σας;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Λίγο	3	7,5	7,5	7,5
Αρκετά	21	52,5	52,5	60,0
Valid Πολύ	10	25,0	25,0	85,0
Πάρα πολύ	6	15,0	15,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος, το 52,5% αυτού, δήλωσε ότι είναι αρκετά ικανοποιημένο από την έως τώρα πορεία της επιχείρησής του, το 25% ότι είναι πολύ ικανοποιημένο, το 15% του δείγματος ότι είναι πάρα πολύ ικανοποιημένο και το 7,5% λίγο ικανοποιημένο. Αξίζει να αναφερθεί ότι δε δόθηκε από κανέναν επιχειρηματία η απάντηση ότι δεν είναι καθόλου ικανοποιημένος από την έως τώρα πορεία της επιχείρησής του.

6) Πόσο ικανοποιημένος/-η είστε από την έως τώρα πορεία της επιχείρησής σας;



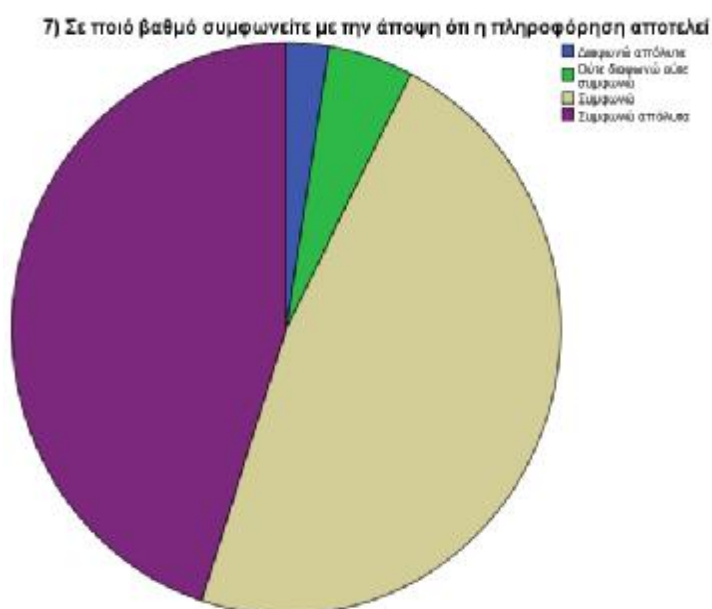
«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

- 7) Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με την άποψη ότι η πληροφόρηση αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο που συντελεί στη σωστή οργάνωση και στην ανάπτυξη της επιχείρησης;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Διαφωνώ απόλυτα	1	2,5	2,5	2,5
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	2	5,0	5,0	7,5
Συμφωνώ	19	47,5	47,5	55,0
Συμφωνώ απόλυτα	18	45,0	45,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Στο ερώτημα αναφορικά με το βαθμό που οι επιχειρηματίες συμφωνούν με την άποψη ότι η πληροφόρηση αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο που συντελεί στη σωστή οργάνωση και στην ανάπτυξη της επιχείρησής τους, το 92,5% του δείγματος συμφώνησε. Ειδικότερα, το 45% δήλωσε απόλυτη συμφωνία και το 47,5% απλή συμφωνία. Το 5% των ερωτώμενων επιχειρηματιών ούτε διαφώνησε ούτε συμφώνησε και μόνο το 2,5% διαφώνησε απόλυτα. Κανένας ερωτώμενος δεν έδωσε την απάντηση ``Διαφωνώ``.



«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

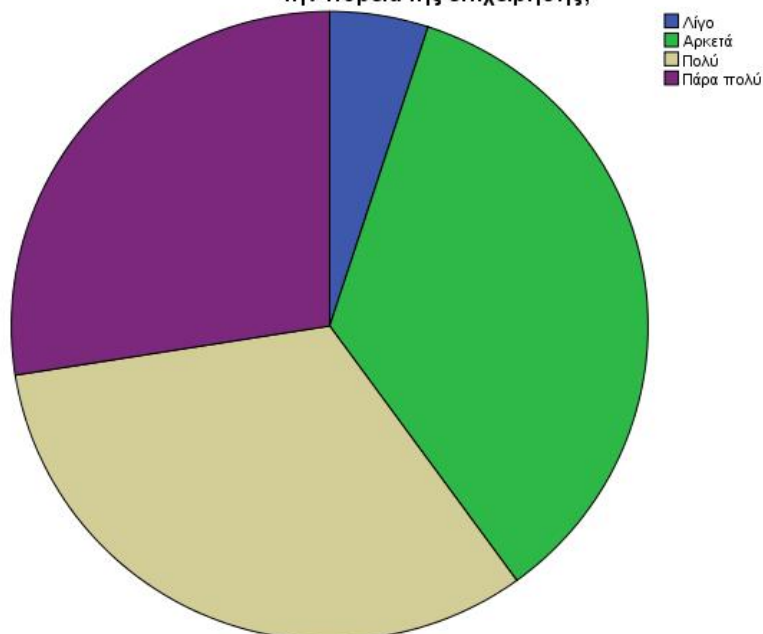
Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

8) Σε τί βαθμό πιστεύετε βαθμό πιστεύετε ότι η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει την πορεία της επιχείρησης;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Λίγο	2	5,0	5,0	5,0
Αρκετά	14	35,0	35,0	40,0
Valid Πολύ	13	32,5	32,5	72,5
Πάρα πολύ	11	27,5	27,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Σχετικά με το βαθμό που η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει την πορεία της επιχείρησης, το 35% των ερωτώμενων απάντησε αρκετά. Ακολουθούν ποσοστά 32,5% και 27,5% που ισχυρίστηκαν ότι η κρίση έχει ασκήσει επιρροή στην πορεία της επιχείρησης "πολύ" και "πάρα πολύ" αντίστοιχα. Ένα πολύ μικρό ποσοστό της τάξεως του 5% δήλωσε "λίγο", ενώ θα πρέπει να σημειωθεί ότι κανείς ερωτώμενος δεν απάντησε ότι η επιχείρησή του δεν έχει επηρεαστεί από την οικονομική κρίση.

8) Σε τί βαθμό πιστεύετε βαθμό πιστεύετε ότι η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει την πορεία της επιχείρησης;



«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

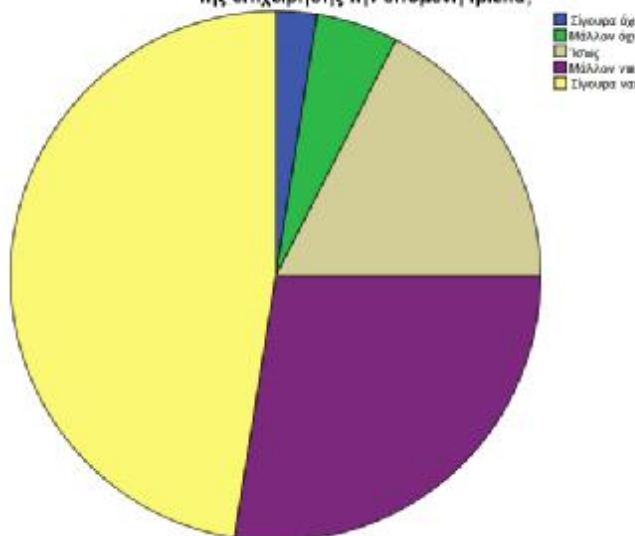
Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

9) Θεωρείτε ότι η οικονομική κρίση θα εξακολουθήσει να επηρεάζει την πορεία της επιχείρησης την επόμενη τριετία;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Σίγουρα όχι	1	2,5	2,5	2,5
Μάλλον όχι	2	5,0	5,0	7,5
Ίσως	7	17,5	17,5	25,0
Μάλλον ναι	11	27,5	27,5	52,5
Σίγουρα ναι	19	47,5	47,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα φαίνεται να είναι απαισιόδοξοι οι επιχειρηματίες σχετικά με την επιρροή της οικονομικής κρίσης στην πορεία της επιχείρησης την επόμενη τριετία. Το 70% δίνει θετική απάντηση. Μάλιστα, πιο συγκεκριμένα το μεγαλύτερο ποσοστό, το 47,5% έδωσε ξεκάθαρα σίγουρα θετική απάντηση, ενώ το 27,5% θεωρεί ότι μάλλον η οικονομική κρίση θα επηρεάσει την κατάσταση. Αμφίβολο παρουσιάζεται σύμφωνα με τα αποτελέσματα το 17,5% του δείγματος. Ακολουθούν ποσοστά που δείχνουν μια μικρή αισιοδοξία ελάχιστων ερωτώμενων επιχειρηματιών, τα οποία σαφώς είναι μικρότερα. Ειδικότερα, το 5% έδωσε την απάντηση "μάλλον όχι" και το 2,5% την απάντηση "σίγουρα όχι".

9) Θεωρείτε ότι η οικονομική κρίση θα εξακολουθήσει να επηρεάζει την πορεία της επιχείρησης την επόμενη τριετία;



«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

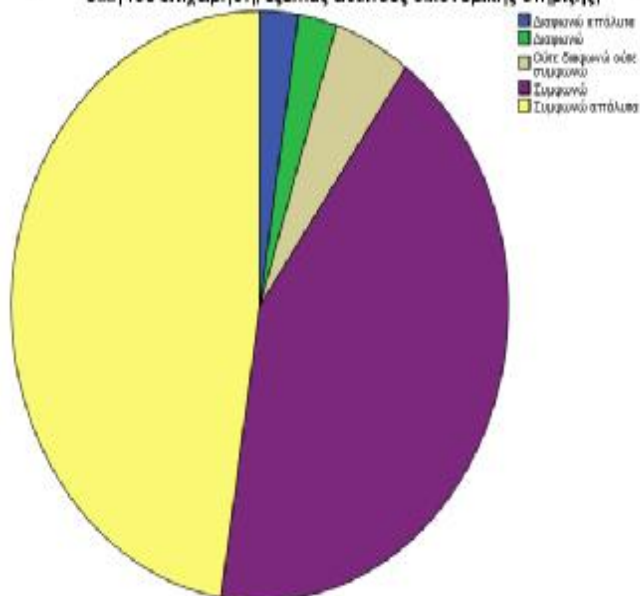
Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

10) Πόσο συμφωνείτε με την άποψη ότι είναι δύσκολο να ξεκινήσει κάποιος μία δική του επιχείρηση, εξαιτίας ελλιπούς οικονομικής στήριξης;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Διαφωνώ απόλυτα	1	2,5	2,5	2,5
Διαφωνώ	1	2,5	2,5	5,0
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	2	5,0	5,0	10,0
Συμφωνώ	17	42,5	42,5	52,5
Συμφωνώ απόλυτα	19	47,5	47,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Εν συνεχεία, το 47,5% του δείγματος συμφώνησε απόλυτα με την άποψη ότι είναι δύσκολο να ξεκινήσει κάποιος μία δική του επιχείρηση εξαιτίας ελλιπούς οικονομικής στήριξης, ενώ το 42,5% απλά δήλωσε σύμφωνο. Το 5% των ερωτώμενων ούτε διαφώνησε, αλλά ούτε και συμφώνησε με την παραπάνω πρόταση. Ίδιο ποσοστό, το οποίο κυμαίνεται στο 2,5%, αντιστοιχεί σε επιχειρηματίες που δήλωσαν διαφωνία και απόλυτη διαφωνία.

10) Πόσο συμφωνείτε με την άποψη ότι είναι δύσκολο να ξεκινήσει κάποιος μία δική του επιχείρηση, εξαιτίας ελλιπούς οικονομικής στήριξης;



«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

N	Valid	35
	Missing	5

Στην επόμενη ερώτηση σχετικά με το αν οι εργαζόμενοι είναι ικανοποιημένοι από το μισθό που λαμβάνουν και αναλογεί στην εργασία τους, μπορούμε να αξιολογήσουμε τις απαντήσεις που δόθηκαν από το 87,5% του δείγματος, αφού το υπόλοιπο 12,5% των επιχειρηματιών δεν απασχολεί κανέναν εργαζόμενο στην επιχείρησή του, με άλλα λόγια οι 5 στους 40 επιχειρηματίες δεν απασχολούν προσωπικό.

11) Θεωρείτε ότι οι εργαζόμενοι στην επιχείρηση είναι ικανοποιημένοι από το μισθό που λαμβάνουν και αναλογεί στην εργασία τους;

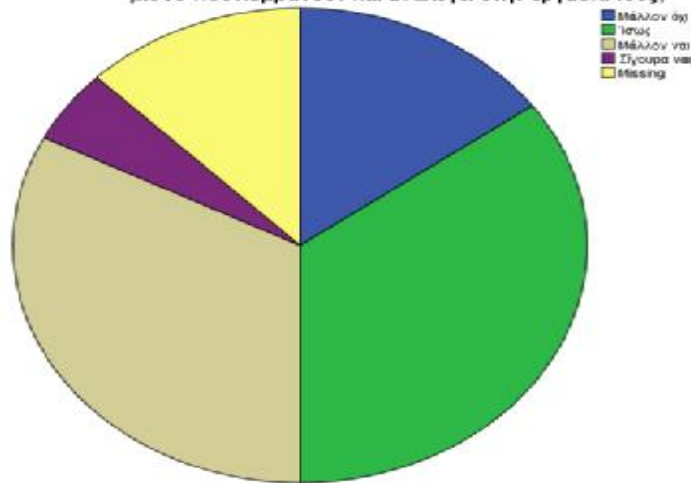
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μάλλον όχι	6	15,0	17,1
	Ίσως	14	35,0	40,0
	Μάλλον ναι	13	32,5	37,1
	Σίγουρα ναι	2	5,0	5,7
	Total	35	87,5	100,0
Missing	System	5	12,5	
	Total	40	100,0	

Από το έγκυρο ποσοστό του δείγματος, το 42,6% των ερωτώμενων έδωσε θετική απάντηση, πιο συγκεκριμένα το 37,1% απάντησε "μάλλον ναι" και το 5,7% "σίγουρα ναι". Το 40% του δείγματος φαίνεται να έχει αμφιβολίες σχετικά με το αν οι εργαζόμενοι στην επιχείρησή τους είναι ικανοποιημένοι από το μισθό που λαμβάνουν, ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό, το 17,1% θεωρεί ότι μάλλον δεν είναι ικανοποιημένοι. Αξίζει να αναφερθεί ότι κανένας επιχειρηματίας δεν έχει δώσει την απάντηση ότι οι εργαζόμενοι στην επιχείρησή του δεν είναι ικανοποιημένοι από το μισθό που λαμβάνουν.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

11) Θεωρείτε ότι οι εργαζόμενοι στην επιχείρησή είναι ικανοποιημένοι από το μισθό που λαμβάνουν και ανάλογι στην εργασία τους;



Επίσης, στο ερώτημα που ακολουθεί είναι άκυρο και πάλι το 12,5% των επιχειρηματιών που ερωτήθηκαν και δεν απασχολούν εργαζόμενους στην επιχείρησή τους. Από το ποσοστό που απομένει, δηλαδή το 87,5%, το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος (48,6%) απάντησε ότι θεωρεί πως την επόμενη τριετία μάλλον δε θα μπορέσει να αυξήσει τους μισθούς των υπαλλήλων του. Ακολουθεί ποσοστό που κυμαίνεται στο 22,9% και απάντησε ότι ίσως δε θα μπορέσει και 17,1% που είναι σίγουρο ότι δε μπορέσει να τους αυξήσει. Αισιόδοξο φάνηκε να είναι το 11,5% του δείγματος. Μιλώντας με ποσοστά, το 8,6% του δείγματος απάντησε ότι μάλλον θα προχωρήσει σε αύξηση των μισθών των υπαλλήλων, ενώ το 2,9% δήλωσε με βεβαιότητα ότι θα προβεί σε μία τέτοια ενέργεια.

12) Θεωρείτε ότι στην επόμενη 3ετία θα μπορέσετε να αυξήσετε τους μισθούς των υπαλλήλων σας;

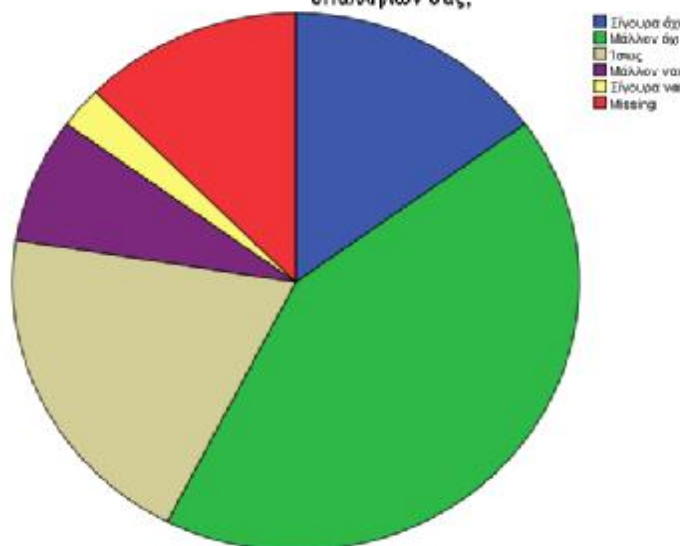
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Σίγουρα όχι	6	15,0	17,1	17,1
Μάλλον όχι	17	42,5	48,6	65,7
Ίσως	8	20,0	22,9	88,6
Μάλλον ναι	3	7,5	8,6	97,1
Σίγουρα ναι	1	2,5	2,9	100,0
Total	35	87,5	100,0	
Missing System	5	12,5		

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Total	40	100,0	
-------	----	-------	--

12) Θεωρείτε ότι στην επόμενη ζετία θα μπορέσετε να αυξήσετε τους μισθούς των υπαλλήλων σας;



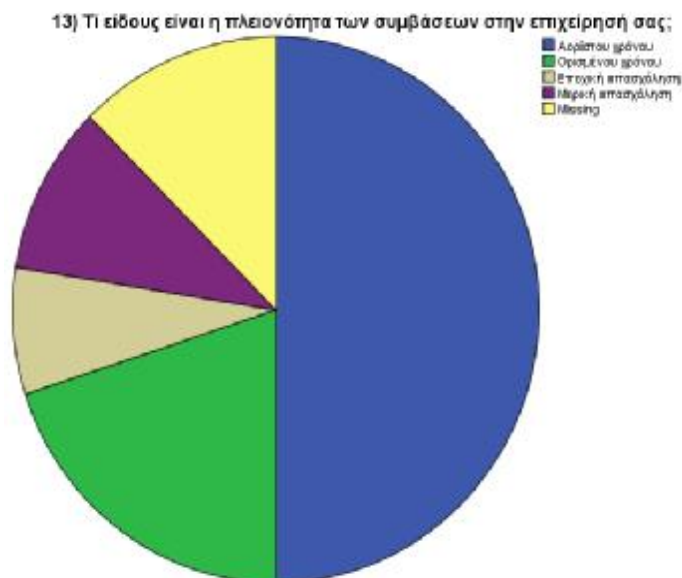
Για την ερώτηση που ακολουθεί είναι έγκυρο ξανά το 87,5% του δείγματος. Το μισό δείγμα, δηλαδή 20 ερωτώμενοι απάντησαν ότι η πλειονότητα των συμβάσεων στην επιχείρηση είναι αορίστου χρόνου, το 57,1% του έγκυρου ποσοστού. Ακολουθεί ποσοστό της τάξεως του 22,9% που απάντησε ότι οι συμβάσεις των εργαζόμενων είναι ορισμένου χρόνου, ποσοστό 11,4% που απάντησε ότι οι συμβάσεις είναι μερικής απασχόλησης και τέλος το 8,6% που δήλωσε ότι οι συμβάσεις των απασχολούμενων ατόμων είναι εποχικής απασχόλησης.

13) Τί είδους είναι η πλειονότητα των συμβάσεων στην επιχείρησή σας;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
	Αορίστου χρόνου	20	50,0	57,1
	Ορισμένου χρόνου	8	20,0	80,0
	Εποχική απασχόληση	3	7,5	88,6
	Μερική απασχόληση	4	10,0	100,0
	Total	35	87,5	100,0
Missing				
	System	5	12,5	
	Total	40	100,0	

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»



Στο ερώτημα αναφορικά με τη χρήση των πληροφοριακών συστημάτων στη διαχείριση φορολογικών θεμάτων που αφορούν την επιχείρηση τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

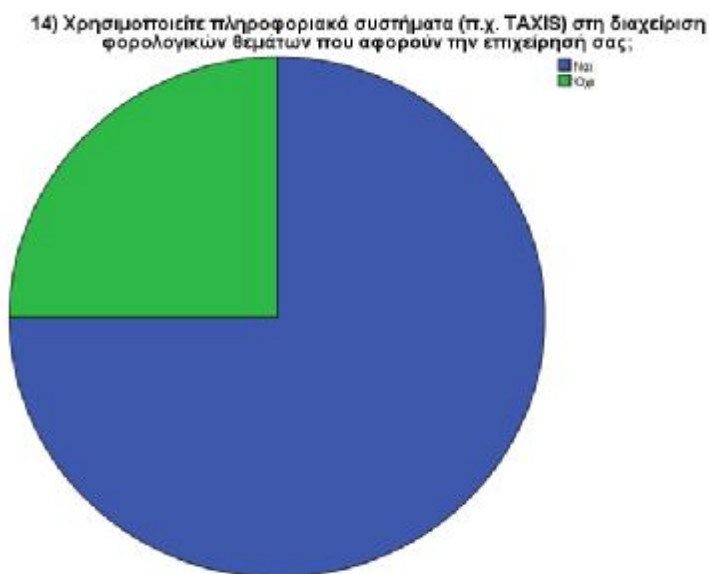
14) Χρησιμοποιείτε πληροφοριακά συστήματα (π.χ. TAXIS) στη διαχείριση φορολογικών θεμάτων που αφορούν την επιχείρησή σας;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ναι	30	75,0	75,0	75,0
Valid Όχι	10	25,0	25,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Παρατηρούμε, λοιπόν, ότι η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος, δηλαδή το 75% κάνει χρήση πληροφοριακών συστημάτων για τη διαχείριση φορολογικών θεμάτων της επιχείρησης και μόνο το ¼ του δείγματος, δηλαδή το 25% αυτού δε χρησιμοποιεί πληροφοριακά συστήματα, π.χ. το TAXIS.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»



Η 15^η ερώτηση του ερωτηματολογίου σχετίζεται με το βαθμό που θεωρούν οι ερωτώμενοι ότι το φορολογικό καθεστώς ασκεί επιρροή στην επιχείρησή τους.

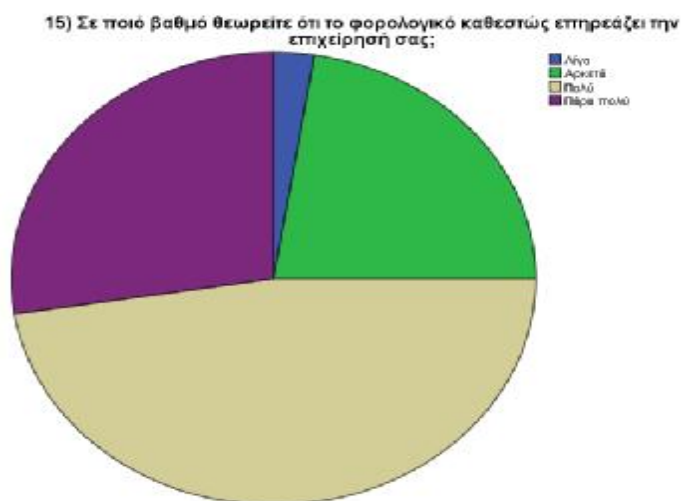
15) Σε ποιό βαθμό θεωρείτε ότι το φορολογικό καθεστώς επηρεάζει την επιχείρησή σας;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Λίγο	1	2,5	2,5
	Αρκετά	9	22,5	25,0
	Πολύ	19	47,5	72,5
	Πάρα πολύ	11	27,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος, το 47,5%, απάντησε ότι το φορολογικό καθεστώς επηρεάζει πολύ την επιχείρησή του, το 27,5% ότι την επηρεάζει πάρα πολύ και το 22,5% ότι την επηρεάζει αρκετά. Τέλος, μόνο το 2,5% του δείγματος θεωρεί ότι την επηρεάζει λίγο.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

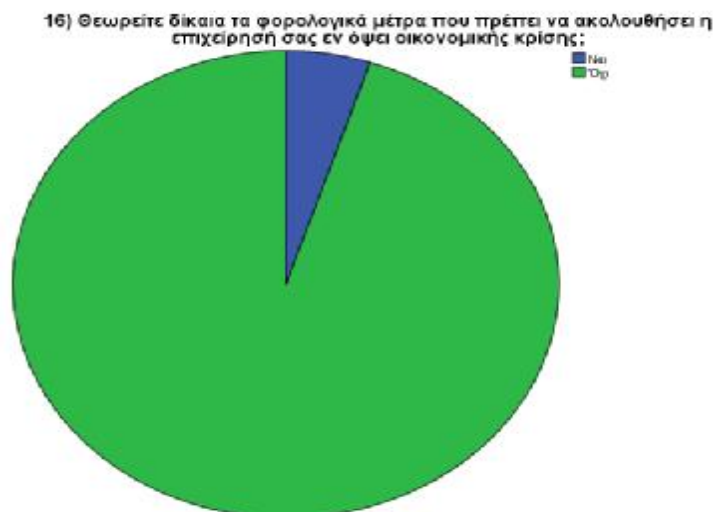
Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»



Σχετικά με το αν οι ερωτώμενοι κρίνουν δίκαια τα φορολογικά μέτρα που πρέπει να ακολουθήσει η επιχείρησή τους εν όψει οικονομικής κρίσης τα αποτελέσματα έχουν ως εξής.

16) Θεωρείτε δίκαια τα φορολογικά μέτρα που πρέπει να ακολουθήσει η επιχείρησή σας εν όψει οικονομικής κρίσης;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ναι	2	5,0	5,0	5,0
Valid Όχι	38	95,0	95,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	



«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

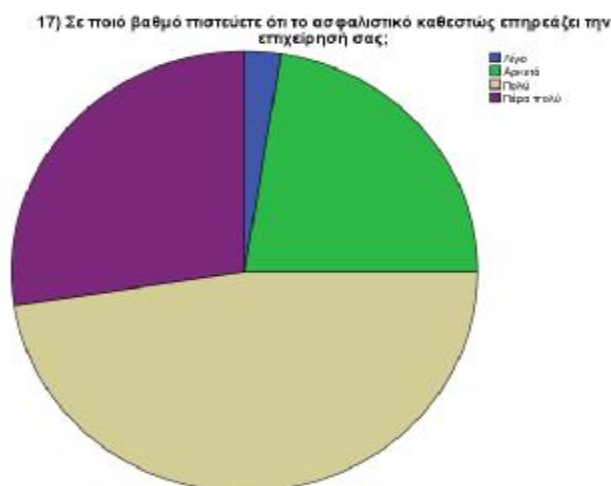
Η πλειονότητα των ερωτώμενων που αποτελεί το δείγμα της έρευνάς μας απάντησαν ότι τα φορολογικά μέτρα που θα πρέπει να ακολουθήσει η επιχείρηση δεν είναι δίκαια, ποσοστό που αντικατοπτρίζει το 95%, δηλαδή υποστήριξαν αυτή την άποψη 38 στους 40 επιχειρηματίες. Μόνο το 5% του δείγματος θεωρεί δίκαια τα φορολογικά μέτρα.

Επί πρόσθετα, τα άτομα που αποτελούν το δείγμα της έρευνας ερωτήθηκαν σε ποιο βαθμό πιστεύουν ότι το ασφαλιστικό καθεστώς επηρεάζει την επιχείρησή τους.

17) Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι το ασφαλιστικό καθεστώς επηρεάζει την επιχείρησή σας;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2,5	2,5	2,5
Λίγο	9	22,5	22,5	25,0
Αρκετά	19	47,5	47,5	72,5
Πολύ	11	27,5	27,5	100,0
Πάρα πολύ	40	100,0	100,0	
Total				

Το 47,5% του δείγματος απάντησε ότι το ασφαλιστικό καθεστώς επηρεάζει πολύ και το 27,5% ότι επηρεάζει πάρα πολύ την επιχείρηση. Ακολουθεί ποσοστό που κυμαίνεται στο 22,5% και έδωσε την απάντηση "αρκετά" και ένα πολύ μικρότερο ποσοστό, το 2,5%, που απάντησε λίγο. Ας τονίσουμε ότι κανένας επιχειρηματίας δεν απάντησε ότι το ασφαλιστικό καθεστώς δεν επηρεάζει καθόλου την επιχείρησή του.



«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

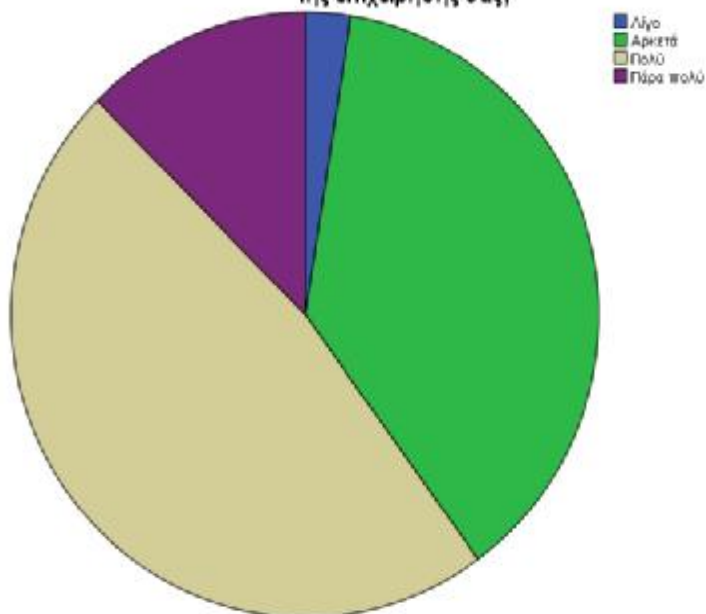
Σε μία σχετική ερώτηση αναφορικά με το κατά πόσο το ασφαλιστικό καθεστώς ασκεί επιρροή στην κερδοφορία της επιχείρησης τα αποτελέσματα παρουσιάζονται σε ποσοστά στον πίνακα που ακολουθεί.

18) Σε τί βαθμό πιστεύετε ότι το ασφαλιστικό κόστος επηρεάζει την κερδοφορία της επιχείρησής σας;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Λίγο	1	2,5	2,5	2,5
Αρκετά	15	37,5	37,5	40,0
Valid Πολύ	19	47,5	47,5	87,5
Πάρα πολύ	5	12,5	12,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Παρατηρούμε ότι το 47,5% του δείγματος πιστεύει ότι το ασφαλιστικό κόστος επηρεάζει πολύ την κερδοφορία της επιχείρησης, το 37,5% ότι την επηρεάζει αρκετά, το 12,5% ότι την επηρεάζει πάρα πολύ και μόνο το 2,5% απάντησε ότι την επηρεάζει λίγο. Και πάλι κανένας από τους ερωτώμενους επιχειρηματίες δεν έδωσε εντελώς αρνητική απάντηση.

18) Σε τί βαθμό πιστεύετε ότι το ασφαλιστικό κόστος επηρεάζει την κερδοφορία της επιχείρησής σας;



«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

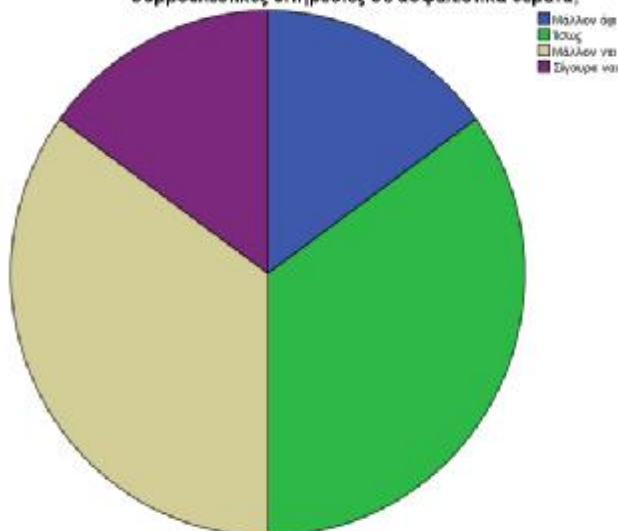
Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

19) Κατά τη γνώμη σας, η επιχείρησή σας χρειάζεται ταχύτερες διαδικασίες και συμβουλευτικές υπηρεσίες σε ασφαλιστικά θέματα;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Μάλλον όχι	6	15,0	15,0	15,0
Ίσως	14	35,0	35,0	50,0
Valid Μάλλον ναι	14	35,0	35,0	85,0
Σίγουρα ναι	6	15,0	15,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Στο επόμενο ερώτημα του ερωτηματολογίου αναφορικά με το αν η επιχείρηση χρειάζεται ταχύτερες διαδικασίες και συμβουλευτικές υπηρεσίες σε ασφαλιστικά θέματα κανένας ερωτώμενος δεν απάντησε εντελώς αρνητικά. Θετική απάντηση έδωσε το 50% του δείγματος, αναλυτικότερα το 35% απάντησε μάλλον ότι χρειάζεται και το 15% ότι σίγουρα χρειάζεται. Το 35% δήλωσε ίσως και το 15% ότι μάλλον δεν απαιτούνται ταχύτερες διαδικασίες και συμβουλευτικές υπηρεσίες σε ασφαλιστικά θέματα. Η απάντηση "σίγουρα όχι" δε δόθηκε από κανέναν ερωτώμενο.

19) Κατά τη γνώμη σας, η επιχείρησή σας χρειάζεται ταχύτερες διαδικασίες και συμβουλευτικές υπηρεσίες σε ασφαλιστικά θέματα;



Έπειτα οι ερωτώμενοι επιχειρηματίες έπρεπε να απαντήσουν σχετικά με το αν πιστεύουν ότι οι διαδικασίες ίδρυσης μιας επιχείρησης είναι γρήγορες και απλές.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

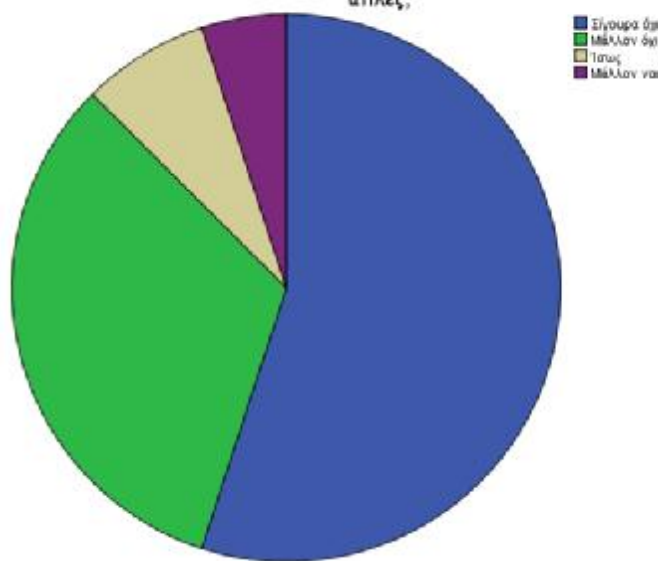
Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

20) Θεωρείτε ότι οι διαδικασίες ίδρυσης μιας επιχείρησης είναι γρήγορες και απλές;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Σίγουρα όχι	22	55,0	55,0	55,0
Μάλλον όχι	13	32,5	32,5	87,5
Valid Ίσως	3	7,5	7,5	95,0
Μάλλον ναι	2	5,0	5,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Η πλειονότητα του δείγματος, δηλαδή το 55%, απάντησε με βεβαιότητα ότι σίγουρα οι διαδικασίες ίδρυσης μιας επιχείρησης δεν είναι απλές και το 32,5% ότι μάλλον δεν είναι. Αμφίβολο φαίνεται να είναι το 7,5% του δείγματος, ενώ μόνο το 5% αυτού έδωσε μάλλον θετική απάντηση.

20) Θεωρείτε ότι οι διαδικασίες ίδρυσης μιας επιχείρησης είναι γρήγορες και απλές;



Ως προς το ερώτημα εάν είχαν σήμερα χρήματα για να επενδύσουν, πώς θα τα χρησιμοποιούσαν οι επιχειρηματίες που αποτελούν το δείγμα μας, για να ιδρύσουν μια επιχειρηματική μονάδα ή για να την εξαγοράσουν, τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

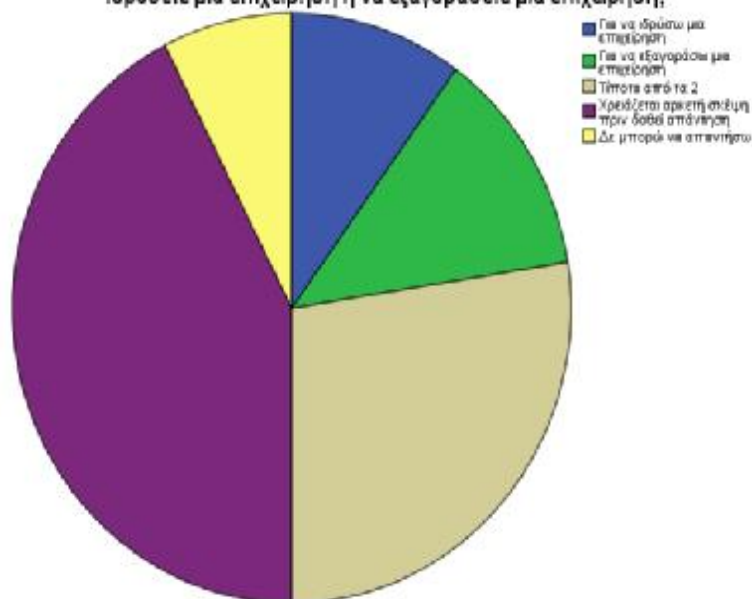
Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

21) Αν είχατε σήμερα χρήματα για να επενδύσετε θα τα χρησιμοποιούσατε για να ιδρύσετε μια επιχείρηση ή να εξαγοράσετε μια επιχείρηση;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Για να ιδρύσω μια επιχείρηση	4	10,0	10,0	10,0
Για να εξαγοράσω μια επιχείρηση	5	12,5	12,5	22,5
Valid Τίποτα από τα 2	11	27,5	27,5	50,0
Χρειάζεται αρκετή σκέψη πριν δοθεί απάντηση	17	42,5	42,5	92,5
Δε μπορώ να απαντήσω	3	7,5	7,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Μόνο το 12,5% του δείγματος υποστήριξε ότι θα χρησιμοποιούσε τα χρήματα προκειμένου να εξαγοράσει μία επιχείρηση και το 10% για να ιδρύσει μία επιχείρηση. Όμως, ένα ποσοστό που κυμαίνεται στο 27,5% δήλωσε ότι δε θα έκανε καμία από τις δύο ενέργειες. Μεγάλο ποσοστό του δείγματος που αναλογεί στο 42,5% των επιχειρηματιών υποστήριξε ότι χρειάζεται αρκετή σκέψη πριν δοθεί απάντηση, ενώ το 7,5% αυτού δήλωσε ότι δε μπορεί να απαντήσει.

21) Αν είχατε σήμερα χρήματα για να επενδύσετε θα τα χρησιμοποιούσατε για να ιδρύσετε μια επιχείρηση ή να εξαγοράσετε μια επιχείρηση;



«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

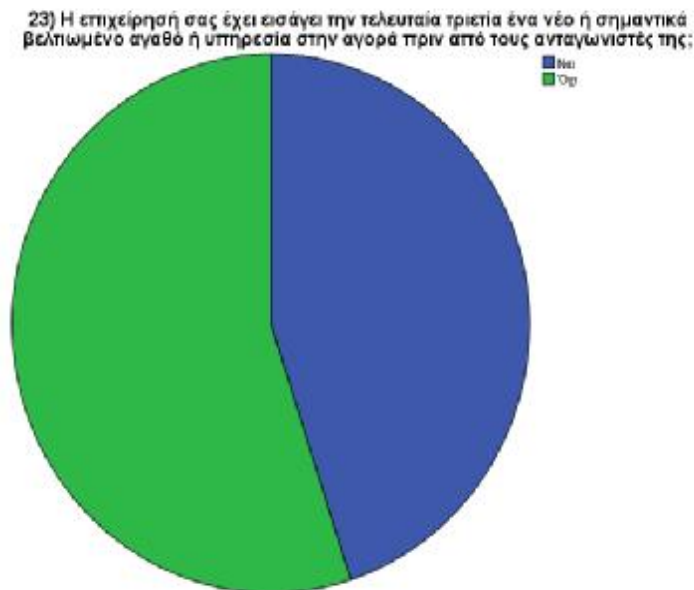
Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Στη συνέχεια οι επιχειρηματίες του δείγματος ερωτώνται εάν δε θέλουν να κάνουν καμία επένδυση τί τους οδηγεί σε αυτή την απόφαση. Πρόκειται για ερώτηση ανοιχτού τύπου στην οποία η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος, δηλαδή οι 33 στους 40 δεν έδωσαν καμία απολύτως απάντηση, οι 5 από αυτούς απάντησαν λόγω του αβέβαιου οικονομικού περιβάλλοντος και οι 2 από αυτούς δήλωσαν ξεκάθαρα και πιο συγκεκριμένα λόγω της υψηλής φορολογίας.

23) Η επιχείρησή σας έχει εισάγει την τελευταία τριετία ένα νέο ή σημαντικά βελτιωμένο αγαθό ή υπηρεσία στην αγορά πριν από τους ανταγωνιστές της;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ναι	18	45,0	45,0	45,0
Valid Όχι	22	55,0	55,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Στο ερώτημα εάν η επιχείρηση έχει εισάγει τα τελευταία τρία έτη ένα νέο ή σημαντικά βελτιωμένο αγαθό ή υπηρεσία στην αγορά πριν από τους ανταγωνιστές της, το 55% του δείγματος έδωσε αρνητική και το 45% αυτού έδωσε θετική απάντηση.



«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

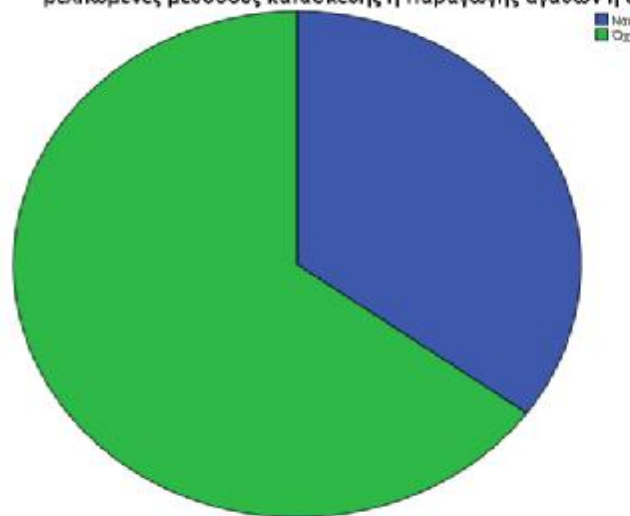
Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

24α) Η επιχείρησή σας έχει εισάγει την τελευταία πενταετία: α) Νέες ή σημαντικά βελτιωμένες μεθόδους κατασκευής ή παραγωγής αγαθών ή υπηρεσιών;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Nαι	14	35,0	35,0	35,0
Όχι	26	65,0	65,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Επίσης, μεγάλο ποσοστό των ερωτώμενων επιχειρηματιών υποστήριξε ότι η επιχείρησή τους την τελευταία πενταετία δεν έχει εισάγει νέες ή σημαντικά βελτιωμένες μεθόδους κατασκευής ή παραγωγής αγαθών ή υπηρεσιών, ενώ το 35% αυτών απάντησε ότι έχει εισάγει.

24α) Η επιχείρησή σας έχει εισάγει την τελευταία πενταετία: α) Νέες ή σημαντικά βελτιωμένες μεθόδους κατασκευής ή παραγωγής αγαθών ή υπηρεσιών;



Όπως μπορούμε να παρατηρήσουμε στον παρακάτω πίνακα το 55% του δείγματος απάντησε ότι η επιχείρηση δεν έχει εισάγει την τελευταία πενταετία νέες ή σημαντικά βελτιωμένες πρακτικές υλικοτεχνικής υποστήριξης και μεθόδους διανομής για τα αγαθά ή τις υπηρεσίες της. Αντίθετα το υπόλοιπο ποσοστό του δείγματος, δηλαδή το 45% έχει εισάγει τέτοιου είδους πρακτικές υλικοτεχνικής υποστήριξης και μεθόδους διανομής αγαθών.

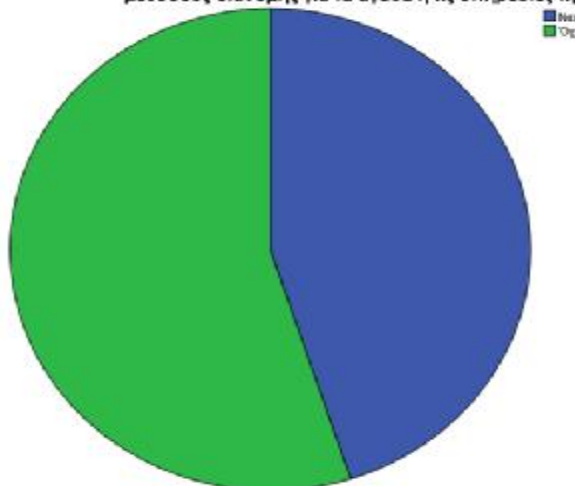
«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

24β) Νέες ή σημαντικά βελτιωμένες πρακτικές υλικοτεχνικής υποστήριξης και μεθόδους διανομής για τα αγαθά ή τις υπηρεσίες της;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nai	18	45,0	45,0
	Όχι	22	55,0	100,0
	Total	40	100,0	

24β) Νέες ή σημαντικά βελτιωμένες πρακτικές υλικοτεχνικής υποστήριξης και μεθόδους διανομής για τα αγαθά ή τις υπηρεσίες της;



24γ) Νέες ή σημαντικά βελτιωμένες δραστηριότητες υποστήριξης για διάφορα συστήματα (π.χ. συντήρησης) ή λειτουργίες; (π.χ. λογιστικής, πληροφορικής κ.λ.π.)

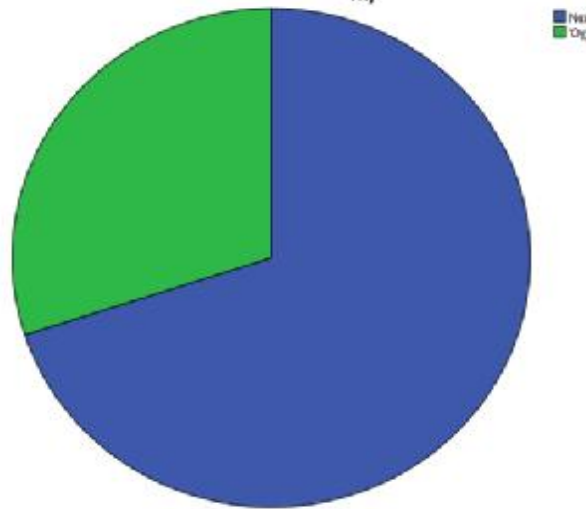
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nai	28	70,0	70,0
	Όχι	12	30,0	100,0
	Total	40	100,0	

Όμως, σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα, το 70% του δείγματος έχει εισάγει νέες ή σημαντικά βελτιωμένες δραστηριότητες υποστήριξης για διάφορα συστήματα ή λειτουργίες, ενώ το 30% αυτού δεν έχει εισάγει.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

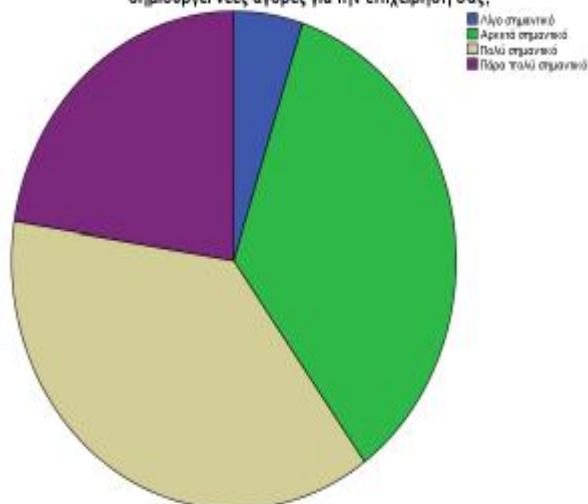
24γ) Νέες ή σημαντικά βελτιωμένες δραστηριότητες υποστήριξης για διάφορα συστήματα (π.χ. συντήρησης) ή λειτουργίες; (π.χ. λογιστικής, πληροφορικής κ.λ. π.)



25) Πόσο σημαντικό είναι για εσάς το γεγονός ότι η υιοθέτηση καινοτομιών δημιουργεί νέες αγορές για την επιχείρησή σας;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Λίγο σημαντικό	2	5,0	5,0	5,0
Αρκετά σημαντικό	14	35,0	35,0	40,0
Πολύ σημαντικό	15	37,5	37,5	77,5
Πάρα πολύ σημαντικό	9	22,5	22,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

25) Πόσο σημαντικό είναι για εσάς το γεγονός ότι η υιοθέτηση καινοτομιών δημιουργεί νέες αγορές για την επιχείρησή σας;



«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

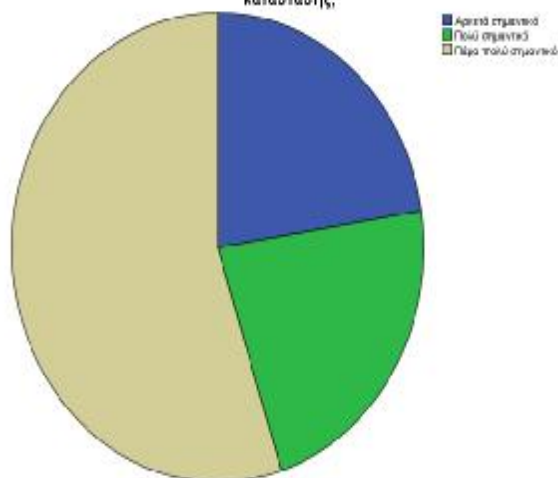
Στο ερώτημα σχετικά με το κατά πόσο είναι σημαντικό το γεγονός ότι η υιοθέτηση καινοτομιών δημιουργεί νέες αγορές για την επιχείρηση, το 37,5% απάντησε ότι είναι πολύ σημαντικό, το 35% ότι είναι αρκετά σημαντικό, το 22,5% ότι είναι πάρα πολύ σημαντικό και τέλος το 5% ότι είναι λίγο σημαντικό. Να τονίσουμε ότι κανένας από τους ερωτώμενους δεν έδωσε την απάντηση ότι η υιοθέτηση των καινοτομιών δεν είναι καθόλου σημαντική.

26) Πόσο σημαντικό κρίνετε το γεγονός ότι θα πρέπει να διατεθούν σημαντικοί χρηματικοί πόροι από το κράτος μέσω προγραμμάτων για τη βελτίωση της κατάστασης;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Αρκετά σημαντικό	9	22,5	22,5	22,5
Πολύ σημαντικό	9	22,5	22,5	45,0
Πάρα πολύ σημαντικό	22	55,0	55,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Για την τελευταία ερώτηση σχετικά με το πόσο σημαντικό είναι το γεγονός ότι θα πρέπει να διατεθούν σημαντικοί χρηματικοί πόροι από το κράτος μέσω προγραμμάτων για τη βελτίωση της κατάστασης, το 55% του δείγματος απάντησε ότι είναι πάρα πολύ σημαντικό, το 22,5% ότι είναι πολύ σημαντικό κι ένα ίδιο ποσοστό που κυμαίνεται στο 22,5% ότι είναι αρκετά σημαντικό. Αξίζει κι εδώ να σημειωθεί ότι κανένας από τους ερωτώμενους δεν έδωσε τις απαντήσεις "λίγο" ή "καθόλου σημαντικό".

26) Πόσο σημαντικό κρίνετε το γεγονός ότι θα πρέπει να διατεθούν σημαντικοί χρηματικοί πόροι από το κράτος μέσω προγραμμάτων για τη βελτίωση της κατάστασης;



«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Αναμφίβολα, η επιχειρηματικότητα είναι μια πολύ σημαντική δραστηριότητα, επειδή δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας και συμβάλει στην ανάπτυξη της κοινωνίας και της οικονομίας μιας χώρας. Όμως, στη σύγχρονη εποχή που βιώνουμε έντονα τις συνέπειες της οικονομικής κρίσης, πολλοί λαμβάνουν την απόφαση να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση είτε επειδή δε βρίσκουν αλλού δουλειά να απασχοληθούν είτε γιατί αυτή η ιδέα αποτελεί μια ευκαιρία.

Οι συνέπειες από τις προσπάθειες για αναδιάρθρωση των επιχειρηματικών μονάδων είναι πολύ μεγάλες. Πολλές επιχειρήσεις δεν κάνουν πλέον προσλήψεις και κάποιες επιχειρήσεις απολύουν πολλούς εργαζόμενους. Κατά συνέπεια, η παγκόσμια οικονομική κρίση άλλαξε σε πολύ μεγάλο βαθμό τις συνθήκες που επικρατούν στην αγορά. Πιο συγκεκριμένα, η οικονομική κρίση πλήττει τις επιχειρηματικές μονάδες, με αποτέλεσμα να εμφανίζονται αρνητικές συνέπειες για όλους τους κλάδους και για όλα τα μεγέθη των επιχειρήσεων ανεξαρτήτως της τοποθεσίας τους.

Στο γεμάτο ταραχές οικονομικό περιβάλλον της κρίσης, οι επιχειρήσεις έρχονται αντιμέτωπες με την ανάγκη να ληφθούν τα κατάλληλα μέτρα, ώστε να επιβιώσουν. Τα προβλήματα με τα οποία έρχονται αντιμέτωπες οι επιχειρήσεις σε περίοδο κρίσης μπορούν και σχετίζονται άμεσα με τη μείωση των πωλήσεων, με την αγορά πρώτων υλών, με την είσπραξη των απαιτήσεων, με την περιορισμένη δυνατότητα δανεισμού κ.λ.π. Οι επιχειρήσεις που δρουν αποφασιστικά και ακολουθούν τις κατάλληλες πολιτικές και στρατηγικές μπορούν να ανταποκριθούν στην οικονομική κρίση και είναι σε θέση να ανταπεξέλθουν καλύτερα σε σχέση με εκείνες που αντιδρούν πανικόβλητα.

Επί πρόσθετα, η παρουσία νέων ή βελτιωμένων καινοτόμων προϊόντων ωθεί στην αύξηση των πωλήσεων πολλών επιχειρηματικών μονάδων και φυσικά αυξάνεται η κερδοφορία τους. Η επιτυχία ενός επιχειρηματία εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από πολλούς παράγοντες, όπως είναι λόγου χάρη, η προσωπικότητά του, οι ικανότητες και δεξιότητες που μπορεί να αναπτύξει, η διάθεση που έχει να αναλαμβάνει τον κίνδυνο,

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

πληροφοριακό υλικό που έχει στη διάθεσή του και καλή γνώση του αντικειμένου που ασχολείται.

Στη χώρα μας λόγω της οικονομικής κρίσης η επιχειρηματικότητα έχει προσανατολιστεί στον τελικό καταναλωτή και μάλιστα πολλές φορές χαρακτηρίζεται και ως επιχειρηματικότητα της ανάγκης ή της ευκαιρίας. Για να αναπτυχθεί επιχειρηματική δραστηριότητα παίζουν καθοριστικό ρόλο ο ανταγωνισμός ανάμεσα στις υφιστάμενες επιχειρήσεις, η απειλή της εισόδου νέων ανταγωνιστών, η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών και των αγοραστών, αλλά και η απειλή των υποκατάστατων προϊόντων ή υπηρεσιών.

Πολλές είναι οι επιχειρήσεις που καταβάλουν προσπάθειες να εισάγουν καινούρια προϊόντα ή υπηρεσίες στην αγορά ή ακόμα και να βελτιώσουν αυτά που ήδη διαθέτουν. Η παρουσία καινοτομιών είναι απαραίτητη και πλέον χαρακτηρίζεται αναπόφευκτη για πλήθος επιχειρήσεων σε διάφορους κλάδους. Υπάρχουν φορές, όμως, που ένας επιχειρηματίας μπορεί και να αποτύχει. Καθοριστικό ρόλο παίζει και η συμβολή των τοπικών συνθηκών στην ενθάρρυνση της ανάπτυξης καινοτομιών. Οι επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον που μεταβάλλεται συνεχώς, γι' αυτό το λόγο, η πληροφόρηση είναι πολύ σημαντική.

Από τα αποτελέσματα της έρευνας προέκυψε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρηματιών που αποτέλεσαν το δείγμα της έρευνας, δηλαδή το 37,5%, απασχολεί από 1 έως 3 εργαζόμενους. Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων φαίνεται να δραστηριοποιείται στο χονδρικό και λιανικό εμπόριο και οι περισσότεροι ερωτώμενοι, το 57,5%, θεωρούν τη δημιουργία της επιχείρησής τους ως επιχειρηματική ευκαιρία. Επίσης, υποστηρίζεται ότι η πληροφόρηση αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο που συντελεί στη σωστή οργάνωση και στην ανάπτυξη της επιχείρησής τους.

Από την έρευνα προέκυψε ότι η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει την πορεία των επιχειρήσεων. Το μεγαλύτερο ποσοστό ερωτώμενων συμφώνησε απόλυτα με την άποψη ότι στις μέρες μας είναι δύσκολο να ξεκινήσει κάποιος μία δική του επιχείρηση εξαιτίας ελλειπών οικονομικής στήριξης. Η πλειονότητα των συμβάσεων στις επιχειρήσεις του

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

δείγματος είναι αορίστου χρόνου, ενώ οι ερωτώμενοι θεωρούν ότι την επόμενη τριετία δε θα μπορέσουν να αυξήσουν τους μισθούς των υπαλλήλων τους. Επιπλέον, το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος, ισχυρίζεται ότι το φορολογικό και το ασφαλιστικό καθεστώς επηρεάζουν την επιχείρησή του και ότι τα φορολογικά μέτρα που θα πρέπει να ακολουθήσει η επιχείρηση δεν είναι δίκαια.

Η πλειονότητα του δείγματος θεωρεί ότι οι διαδικασίες ίδρυσης μιας επιχείρησης δεν είναι απλές. Γενικότερα, επικρατεί η άποψη ότι η υιοθέτηση καινοτομιών δημιουργεί νέες αγορές για την επιχείρηση και ότι πρέπει να διατεθούν σημαντικοί χρηματικοί πόροι από το κράτος μέσω προγραμμάτων για τη βελτίωση της κατάστασης.

Οι νέοι Έλληνες επιχειρηματίες θα πρέπει να προσπαθούν κάθε στιγμή, να είναι αισιόδοξοι και να βελτιώνουν συνεχώς την κατάσταση, ώστε να λάβει η επιχειρηματικότητα τις διαστάσεις που μπορεί στη χώρα μας. Δεν αμφισβητεί κανείς ότι η οικονομική κρίση που έπληξε την Ελλάδα, επηρέασε αρνητικά την επιχειρηματικότητα, όμως αυτό μπορεί να ανακάμψει, υπάρχουν τρόποι βελτίωσης και είναι κάτι το οποίο αφήνεται στα χέρια της νέας γενιάς των Ελλήνων επιχειρηματιών.

Για να βελτιωθεί η κατάσταση απαιτούνται οικονομικοί πόροι, άρα κρίνεται απαραίτητη η χρηματοδότηση μέσω ορισμένων προγραμμάτων, αλλά και η πρόσβαση σε νέες αγορές που θα εξασφαλίσει μεγαλύτερα μερίδια καταναλωτών. Οι προτεινόμενες παρεμβάσεις στο επιχειρηματικό περιβάλλον σχετίζονται άμεσα με τον επαναπροσδιορισμό των βασικών αντιλήψεων που ευθύνονται σε μεγάλο βαθμό για την αρνητική κατάσταση που βιώνουμε. Οι ποιοτικές προϋποθέσεις για τον επιχειρηματία, ο οποίος θα σκέφτεται στρατηγικά με στόχους και όραμα για τη θέση που επιθυμεί να κατέχει η επιχείρησή του στην παγκόσμια αγορά, θα προχωράει σε επενδύσεις στην έρευνα και στην καινοτομία αναγνωρίζοντας παράλληλα τον κοινωνικό του ρόλο.

Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να ακολουθούν μία καλή στρατηγική για να προσφέρουν ελκυστικές και ποιοτικές υπηρεσίες και αγαθά στον καταναλωτή. Σε αυτό θα συντελέσει η συνεχής εισαγωγή της σειράς των καινοτομιών στα προσφερόμενα. Η ανακάλυψη νέων δραστηριοτήτων σε διεθνές επίπεδο και η σύναψη διεθνών συνεργασιών είναι δυνατό να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα της ρευστότητας των ελληνικών επιχειρήσεων και άλλα προβλήματα. Το κράτος διαδραματίζει πάρα πολύ σημαντικό ρόλο στη διαδικασία προσαρμογής των επιχειρήσεων και ανάδειξης της καινούριας επιχειρηματικότητας και είναι

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

δυνατό να βοηθήσει με άμεσους, αλλά και με έμμεσους τρόπους. Με επιδοτήσεις και προγράμματα, αλλά και έμμεσα με ενέργειες που ωθούν στη διαμόρφωση θετικών στάσεων απέναντι στο επιχειρείν. Η αξιοποίησή τους με τον ανάλογο τρόπο μπορεί να προσφέρει ευκαιρίες ανάπτυξης θετικών οικονομικών αποτελεσμάτων. Με τη δημιουργία νέων ιδεών μπορεί να επιτευχθεί ο καλός προγραμματισμός και να γίνει πρόβλεψη για τις ανάγκες των πελατών αναλύοντας τις τάσεις της αγοράς, αλλά και τις επιτυχίες όλων των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων. Επίσης, θα πρέπει να ακολουθηθούν κατάλληλες μέθοδοι διαχείρισης από τις επιχειρηματικές μονάδες και να πραγματοποιηθεί επανασχεδιασμός των διαδικασιών παραγωγής για μεγαλύτερη παραγωγικότητα και την εξασφάλιση υψηλότερης ποιότητας με τη μείωση των δαπανών παραγωγής. Η χρήση νέας τεχνολογίας πληροφοριών είναι σημαντική για τον επαναπροσδιορισμό του προϊόντος και τη λήψη αποφάσεων από τις επιχειρηματικές μονάδες για την επέκταση σε νέες αγορές.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

- Αποσπóρη Ε., (2008). Πρόγραμμα γυναικείας επιχειρηματικότητας, Θεματική ενότητα: Εισαγωγή στην επιχειρηματικότητα.
- Γεωργαντά Ζ., (2003). Επιχειρηματικότητα και Καινοτομίες: Το Management της επιχειρηματικής καινοτομίας, εκδόσεις Ανικούλα, Θεσσαλονίκη.
- Δημητριάδης Σ., Τζωρτζάκη Α., (2010). Μάρκετινγκ, εκδόσεις Rosili, Αθήνα.
- IOBE – GEM (2013). Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011-12. Η εξέλιξη των δεικτών της επιχειρηματικότητας στη διάρκεια της κρίσης. Ετήσια Έκθεση.
- Καραγιάννης Η. & Μπακούρος Ι. (2010). Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα Θεωρία-Πράξη, εκδόσεις Σοφία, Θεσσαλονίκη.
- Κετικίδης Π., (2005). Ηλεκτρονική, Επικοινωνία & Στρατηγικές Συμμαχίες, περιοδικό: Planet Management.
- Κότιος Α., Παυλίδης Γ., (2012). Διεθνείς οικονομικές κρίσεις-Κρίσεις του συστήματος ή της πολιτικής, εκδόσεις Rosili, Αθήνα.
- Κυριαζόπουλος Π., Σιαμαντά Ε., (2009). Έρευνα Αγοράς, εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική, Αθήνα.
- Μήλιος Α., (2006). Εταιρική Ταυτότητα και Εταιρική Εικόνα, εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.
- Μπουραντάς Δ., (1999). Αρχές Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Αθήνα.
- Παπαδάκης Β., (2002). Στρατηγική των επιχειρήσεων, Τόμος Α΄, εκδόσεις Μπένου, Αθήνα.
- Παπαδούλης Α., (2012). Για μια ανταγωνιστική επιχειρηματικότητα, Κοζάνη.
- Ραφαηλίδης Α., Τσελεκίδης Ι., (2005). Τεχνολογία, Καινοτομία, Κοινωνία της Γνώσης και Ελλάδα, στο συλλογικό τόμο: Σύγχρονες Προσεγγίσεις της Ελληνικής Οικονομίας (επιμ: Κόλλιας Χ., Ναζάκης Χ. και Χλέτσος Μ.), εκδόσεις Πατάκη, Αθήνα.
- Σιώμοκος Γ., (2002). Συμπεριφορά καταναλωτή και στρατηγική μάρκετινγκ, εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.
- Σοκοδήμος Α., (2000). Δημόσια Οικονομική. Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
- Σταθακόπουλος Β., (2005). Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς, εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

- Τερζίδης Κ., (2004), Μάνατζμεντ, στρατηγική προσέγγιση, εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική, Αθήνα, σελ. 62.
- Χατζηκωνσταντίνου Γ. & Γωνιάδης Η. (2009). Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία. Από την ίδρυση στη Διοίκηση και την Επιβίωση της Νέας Επιχείρησης, εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα.

Ξένη

- Banerji, S., McArthur, N., Mainardi, C. & Ammann, C. (2009). Recession Response Why Companies Are Making The Wrong Moves, Booz & Company Inc.
- Branstad, P., Jackson, B. & Banerji, S. (2009). Rethink Your Strategy An Urgent Memo To the CEO, by Booz & Company Inc.
- Calloway, L. & Keen, P. (1996). Organizing for crisis response, Journal of Information Technology Vol. 11, pp.13-26.
- Christensen C.M., Raynor M.E., (2003), The innovator's Solution – Creating and sustaining successful growth, Harvard Business School Press.
- Correa, P. & Iooty M. (2010). The Impact of the Global Economic Crisis on the Corporate Sector in Europe and Central Asia: Evidence from a Firm-Level Survey, World Bank Group Enterprise Note No. 8, Financial Crisis Survey/Enterprise Surveys.
- Drucker P., (1985), Καινοτομία & Επιχειρηματικότητα, Βιβλιοθήκη Μάνατζμεντ, Θεσσαλονίκη.
- Palepu et al, (2007), Business Analysis and Valuation, IFRS edition, South Western Cengage Learning, pp. 45-50
- Porter M.E, (1990), The competitive advantage of nations, USA: The free Press pp.45-47.
- Porter E. M., Stern S., (2001), Innovation: Location Matters., MIT Sloan Management Review, Summer, pp. 28-36.
- Todtling F., Trippel M., (2005) "One Size fits all? Towards a Differentiated Regional Innovation Policy Approach", Research Policy 34 (2005) pp. 1203–1219.

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

- Tomala F., Seneccal O., 2004: «Innovation management: a synthesis of academic and industrial points of view», Elsevier, Intern. Journal Of Project Management, Vol..22, pp.281-287
- Ulrich, S., Rogovsky, N. & Lamotte, D. (2009). Promoting Responsible and Sustainable Enterprise-Level Practices at Times of Crisis: A Guide for Policy-Makers and Social Partners, by International Labour Organization.

Πηγές

<http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/3094/900.pdf>

<http://www.kathimerini.gr/751366/article/oikonomia/epixeirhseis/meleth-toy-iove-gia-thn-epixeirhmatikohta-sthn-ellada>

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Α.Τ.Ε.Ι. ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΠΑΤΡΑ)

Η παρούσα έρευνα πραγματοποιείται για την εκπόνηση πτυχιακής εργασίας στα πλαίσια του Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Α.Τ.Ε.Ι. Δυτικής Ελλάδας.

Σκοπός της συγκεκριμένης έρευνας είναι η μελέτη της επιχειρηματικότητας, ο βαθμός στον οποίο την έχει επηρεάσει η κρίση στην Ελλάδα και τρόποι βελτίωσης της κατάστασης.

Σας ευχαριστούμε πολύ εκ των προτέρων για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, το οποίο είναι αυστηρά προσωπικό και όλες οι πληροφορίες που παρέχουν οι ερωτώμενοι, θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά και μόνο για ερευνητικούς λόγους και τα αποτελέσματα θα παρουσιασθούν μόνο σε μορφή ποσοστών.

Α΄ ΜΕΡΟΣ

ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

1) Έχετε εργαζόμενους στην επιχείρησή σας;

Κανέναν

1-3 εργαζόμενους

4-10 εργαζόμενους

Άνω των 10 εργαζόμενων

2) Πόσα είναι τα έτη λειτουργίας της επιχείρησής;

0-5 έτη

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

6-10 έτη

11-15 έτη

16-20 έτη

άνω των 21 ετών

3) Ποιος είναι ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση;

Αγροτικός κλάδος

Βιομηχανικός κλάδος

Τουριστικός κλάδος

Χονδρικό και λιανικό εμπόριο

Κλάδος εκπαίδευσης

Κλάδος υπηρεσιών υγείας

Κλάδος ασφαλίσεων

Άλλος κλάδος

4) Περιγράψτε ποιό είναι το αντικείμενο δραστηριότητας της επιχείρησής.

.....

Β' ΜΕΡΟΣ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΚΡΙΣΗ

5) Για ποιο λόγο δημιουργήσατε την επιχείρησή σας;

Θεώρησα τη δημιουργία της ως επιχειρηματική ευκαιρία

Επειδή δεν είχα καλύτερη επιλογή εργασίας

Ήταν οικογενειακή επιχείρηση

6) Πόσο ικανοποιημένος/-η είσαστε από την έως τώρα πορεία της επιχείρησής σας;

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

7) Σε ποιό βαθμό συμφωνείτε με την άποψη ότι η πληροφόρηση αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο που συντελεί στη σωστή οργάνωση και στην ανάπτυξη της επιχείρησης;

- Διαφωνώ απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ
- Συμφωνώ
- Συμφωνώ απόλυτα

8) Σε τί βαθμό πιστεύετε ότι η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει την πορεία της επιχείρησης;

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

9) Θεωρείτε ότι η οικονομική κρίση θα εξακολουθήσει να επηρεάζει την πορεία της επιχείρησης την επόμενη τριετία;

- Σίγουρα όχι
- Μάλλον όχι
- Ίσως
- Μάλλον ναι

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Σίγουρα ναι

10) Πόσο συμφωνείτε με την άποψη ότι είναι δύσκολο να ξεκινήσει κάποιος μία δική του επιχείρηση, εξαιτίας ελλιπούς οικονομικής στήριξης;

Διαφωνώ απόλυτα

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ απόλυτα

11) Θεωρείτε ότι οι εργαζόμενοι στην επιχείρηση είναι ικανοποιημένοι από το μισθό που λαμβάνουν και αναλογεί στην εργασία τους;

Σίγουρα όχι

Μάλλον όχι

Ίσως

Μάλλον ναι

Σίγουρα ναι

12) Θεωρείτε ότι στην επόμενη ζετία θα μπορέσετε να αυξήσετε τους μισθούς των υπαλλήλων σας;

Σίγουρα όχι

Μάλλον όχι

Ίσως

Μάλλον ναι

Σίγουρα ναι

13) Τί είδους είναι η πλειονότητα των συμβάσεων στην επιχείρησή σας;

Αορίστου χρόνου

Ορισμένου χρόνου

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Εποχική απασχόληση

Μερική απασχόληση

14) Χρησιμοποιείτε πληροφοριακά συστήματα (π.χ. TAXIS) στη διαχείριση φορολογικών θεμάτων που αφορούν την επιχείρησή σας;

Ναι

Όχι

15) Σε ποιό βαθμό θεωρείτε ότι το φορολογικό καθεστώς επηρεάζει την επιχείρησή σας;

Καθόλου

Λίγο

Αρκετά

Πολύ

Πάρα πολύ

16) Θεωρείτε δίκαια τα φορολογικά μέτρα που πρέπει να ακολουθήσει η επιχείρησή σας εν όψει οικονομικής κρίσης;

Ναι

Όχι

17) Σε ποιό βαθμό πιστεύετε ότι το ασφαλιστικό καθεστώς επηρεάζει την επιχείρησή σας;

Καθόλου

Λίγο

Αρκετά

Πολύ

Πάρα πολύ

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

18) Σε τί βαθμό πιστεύετε ότι το ασφαλιστικό κόστος επηρεάζει την κερδοφορία της επιχείρησής σας;

Καθόλου

Λίγο

Αρκετά

Πολύ

Πάρα πολύ

19) Κατά τη γνώμη σας, η επιχείρησή σας χρειάζεται ταχύτερες διαδικασίες και συμβουλευτικές υπηρεσίες σε ασφαλιστικά θέματα;

Σίγουρα όχι

Μάλλον όχι

Ίσως

Μάλλον ναι

Σίγουρα ναι

20) Θεωρείτε ότι οι διαδικασίες ίδρυσης μιας επιχείρησης είναι γρήγορες και απλές;

Σίγουρα όχι

Μάλλον όχι

Ίσως

Μάλλον ναι

Σίγουρα ναι

21) Αν είχατε σήμερα χρήματα για να επενδύσετε θα τα χρησιμοποιούσατε για να ιδρύσετε μια επιχείρηση ή να εξαγοράσετε μία επιχείρηση;

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

- Για να ιδρύσω μια επιχείρηση
- Για να εξαγοράσω μια επιχείρηση
- Τίποτα από τα 2
- Χρειάζεται αρκετή σκέψη πριν δοθεί απάντηση
- Δε μπορώ να απαντήσω

22) Αν δεν θέλατε να κάνετε καμία επένδυση γιατί; Εξηγήστε.

.....
.....

Γ' ΜΕΡΟΣ

ΤΡΟΠΟΙ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ.

23) Η επιχείρησή σας έχει εισάγει την τελευταία τριετία ένα νέο ή σημαντικά βελτιωμένο αγαθό ή υπηρεσία στην αγορά πριν από τους ανταγωνιστές της;

Ναι

Όχι

24) Η επιχείρησή σας έχει εισάγει την τελευταία πενταετία:

α) Νέες ή σημαντικά βελτιωμένες μεθόδους κατασκευής ή παραγωγής αγαθών ή υπηρεσιών;

Ναι

Όχι

β) Νέες ή σημαντικά βελτιωμένες πρακτικές υλικοτεχνικής υποστήριξης και μεθόδους διανομής για τα αγαθά ή τις υπηρεσίες της;

Ναι

«Πως η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Τεκμηριώστε τρόπους για την βελτίωση αυτής.»

Όχι

γ) Νέες ή σημαντικά βελτιωμένες δραστηριότητες υποστήριξης για διάφορα συστήματα (π.χ. συντήρησης) ή λειτουργίες; (π.χ. λογιστικής, πληροφορικής κ.λ.π.)

Ναι

Όχι

25) Πόσο σημαντικό είναι για εσάς το γεγονός ότι η υιοθέτηση καινοτομιών δημιουργεί νέες αγορές για την επιχείρησή σας;

Καθόλου σημαντικό

Λίγο σημαντικό

Αρκετά σημαντικό

Πολύ σημαντικό

Πάρα πολύ σημαντικό

26) Πόσο σημαντικό κρίνετε το γεγονός ότι θα πρέπει να διατεθούν σημαντικοί χρηματικοί πόροι από το κράτος μέσω προγραμμάτων για τη βελτίωση της κατάστασης;

Καθόλου σημαντικό

Λίγο σημαντικό

Αρκετά σημαντικό

Πολύ σημαντικό

Πάρα πολύ σημαντικό

Ευχαριστούμε πολύ για το χρόνο σας!