

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ



**ΤΜΗΜΑΤΑ: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ,
ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ
ΔΙΕΘΝΩΝ & ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ**

**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
“ΔΙΚΑΙΟ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ”**

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΙΤΛΟ:
“Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΣΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ”**

Όνοματεπώνυμο φοιτήτριας:	Δήμητρα Ατζάμπου
Όνοματεπώνυμο επιβλέπουσας καθηγήτριας:	Βικτώρια Πέκκα-Οικονόμου

Πειραιάς, 2018

Παράρτημα Β: Βεβαίωση Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΔΙΚΑΙΟ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ»

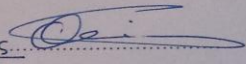
ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

(περιλαμβάνεται ως ξεχωριστή (δεύτερη) σελίδα στο σώμα της διπλωματικής εργασίας)

Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, «Δίκαιο και Οικονομία» με τίτλο «Η επιχειρηματικότητα στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον»

έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου.

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτήτριας.....

Όνοματεπώνυμο... Δημήτρα Ατζάμηου.....

Ημερομηνία... 30/05/2018.....

*Στο πλάσμα που νοηματοδοτεί
την κάθε στιγμή της ύπαρξής μου ·
την κόρη μου
με όλη μου την αγάπη*

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ολοκληρώνοντας την παρούσα διπλωματική εργασία, θα ήθελα να εκφράσω τις ειλικρινείς μου ευχαριστίες σε όσους βοήθησαν τόσο στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας, όσο και κατά τη διάρκεια των σπουδών μου. Θα ήθελα να ευχαριστήσω πρώτη από όλους την καθηγήτρια Πέκκα-Οικονόμου για την ανάθεση και επίβλεψη της διπλωματικής μου εργασίας καθώς και για την άποψη συνεργασία και καθοδήγηση εκ μέρους της σε όλη τη διάρκεια της εκπόνησης αυτής.

Θα ήθελα επίσης, να ευχαριστήσω τα μέλη της εξεταστικής επιτροπής, καθώς και όλους τους διδάσκοντες του Προγράμματος για τις γνώσεις που μου παρείχαν όλο αυτό το διάστημα.

Επιπλέον, καθώς με την εργασία αυτή ολοκληρώνονται και οι σπουδές μου ως μεταπτυχιακή φοιτήτρια, θα ήθελα να εκφράσω την απέραντη ευγνωμοσύνη μου και να ευχαριστήσω εκ βάθρων την οικογένεια μου και ειδικότερα τους γονείς μου Νικόλαο και Κυριακή και την αδελφή μου Μαρία, για την αγάπη τους και την αμέριστη στήριξη που μου παρείχαν όλα αυτά τα χρόνια για την ολοκλήρωση των σπουδών μου.

Τέλος, θα ήθελα να αποδώσω θερμές ευχαριστίες στις φίλες και συμφοιτήτριες μου κυρίες Ηρώ Βεργαδή, Ευαγγελία Μεθυμάκη και Μαρία Μιχάλαρου για την πολύτιμη βοήθειά τους.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

“Η επιχειρηματικότητα στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον”

Δήμητρα Ατζάμπου

Στην παρούσα εργασία θα αναλυθεί εκτενώς το θέμα της επιχειρηματικότητας στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον. Συγκεκριμένα, ερευνώνται μέσω επιστημονικών άρθρων, βιβλίων αλλά και ερευνών, τα βασικά στοιχεία της έννοιας της επιχειρηματικότητας και ό,τι την απαρτίζει, η επιχειρηματικότητα με ειδίκευση στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον, η επιχειρηματικότητα σε σχέση με την επίτευξη της οικονομικής ανάπτυξης και οι τρόποι ενίσχυσης αυτής. Τελικός σκοπός της ανά χείρας εργασίας είναι η εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων, με στόχο την αξιοποίηση αυτών σε μελλοντικές σχετικές έρευνες, δεδομένης της μείζονος σημασίας της εν λόγω έννοιας τόσο για την οικονομική ζωή όσο και την ανταγωνιστικότητα μίας οικονομίας σε εθνικό και διεθνές πλαίσιο.

Λέξεις Κλειδιά: Επιχειρηματικότητα, οικονομικό περιβάλλον, οικονομική ανάπτυξη, τρόποι ενίσχυσης, ανταγωνιστικότητα, εθνικό και διεθνές πλαίσιο.

ABSTRACT

“Entrepreneurship in the Modern Economic Environment”

Dimitra Atzampou

In this paper, the subject of entrepreneurship in the modern economic environment will be extensively analyzed. In particular, through research articles, books and research, the key elements of the concept of entrepreneurship and its composition, entrepreneurship with a specialization in the modern economic environment, entrepreneurship in relation to the achievement of economic growth and ways of strengthening it are researched. The ultimate purpose of this work is to draw useful conclusions with a view to their use in future relevant surveys, given the major importance of this concept for both the economic life and competitiveness of an economy in a national and international context.

Keywords: Entrepreneurship, economic environment, economic growth, ways of strengthening, competitiveness, national and international context.

Περιεχόμενα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Εισαγωγή	12
1.1 Αντικείμενο	12
1.2 Σκοπός και Στόχοι.....	13
1.3 Δομική Διάρθρωση	13
1.4 Βιβλιογραφία.....	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Επιχειρηματικότητα	17
2.1 Εισαγωγή.....	17
2.2 Ορισμός της επιχειρηματικότητας	17
Πίνακας 2.1: Επιλεγμένοι ορισμοί της επιχειρηματικότητας.....	17
2.3 Ορισμός του επιχειρηματία	20
2.4 Θεωρίες επιχειρηματικότητας.....	20
2.4.1 Αυστριακή εκδοχή	21
2.4.2 Γερμανική εκδοχή	21
2.4.3 Εκδοχή του Σικάγο.....	22
2.5 Προσδιοριστικοί παράγοντες επιχειρηματικότητας.....	22
2.6 Είδη επιχειρηματικότητας.....	24
2.6.1 Μικτή & αμιγής επιχειρηματικότητα.....	24
2.6.2 Κοινωνική & παραδοσιακή επιχειρηματικότητα	26
2.6.3 Τεχνολογική, γεωγραφική & κοινωνιολογική επιχειρηματικότητα.....	27
2.7 Μορφές επιχειρηματικότητας	28
2.7.1 Γυναικεία επιχειρηματικότητα	28
2.7.2 Πράσινη επιχειρηματικότητα.....	30
2.7.3 Κοινωνική επιχειρηματικότητα.....	31
2.7.4 Δημόσια επιχειρηματικότητα.....	34
2.7.5 Η επιχειρηματικότητα ως αποτέλεσμα στοιχείων προσωπικότητας του επιχειρηματία (personality traits)	35
2.8 Δείκτες επιχειρηματικότητας	36
Πίνακας 2.2: Διαχρονική εξέλιξη των βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας.....	37
Πίνακας 2.3: Ποσοστά συμμετοχής στις επιχειρηματικές δραστηριότητες ανά χώρα το 2010.....	37
Πίνακας 2.4: Παύση εργασιών επιχειρηματικής δραστηριότητας το 2010	39
2.9 Συμπεράσματα	40
2.10 Βιβλιογραφία.....	41

2.10.1 Ελληνική βιβλιογραφία.....	41
2.10.2 Ξενόγλωσση βιβλιογραφία	43
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η επιχειρηματικότητα στο σύγχρονο περιβάλλον	48
3.1 Εισαγωγή.....	48
3.2 Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα	48
3.3 Η επιχειρηματικότητα στην Ευρωπαϊκή Ένωση.....	51
3.4 Διεθνείς Οργανισμοί και Επιχειρηματικότητα.....	52
3.5 Συμπεράσματα	54
3.6 Βιβλιογραφία.....	54
3.6.1 Ελληνική βιβλιογραφία.....	54
3.6.2 Ξενόγλωσση βιβλιογραφία.....	55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Επιχειρηματικότητα και οικονομική ανάπτυξη	57
4.1 Εισαγωγή.....	57
4.2 Επιχειρηματικότητα και Απασχόληση.....	57
4.3 Επιχειρηματικότητα και Δημιουργία Νέων Επιχειρήσεων	58
4.4 Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία	60
4.5 Επιχειρηματικότητα και Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα.....	61
4.6 Επιχειρηματικότητα και Επιδόσεις Επιχειρήσεων.....	64
4.7 Επιχειρηματικότητα και Κρατικά Έσοδα	64
4.8 Περιορισμοί στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας	65
4.9 Συμπεράσματα	67
4.10 Βιβλιογραφία.....	67
4.10.1 Ελληνική βιβλιογραφία.....	68
4.10.2 Ξενόγλωσση βιβλιογραφία	69
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Τρόποι ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας	70
5.1 Εισαγωγή.....	70
5.2 Δομές υποστήριξης επιχειρηματικότητας.....	70
5.2.1 Θερμοκοιτίδες (incubators).....	70
5.2.2 Τεχνολογικά πάρκα.....	71
5.3 Εκπαίδευση και Επιχειρηματικότητα.....	73
5.3.1 Εκπαίδευση των νέων στην επιχειρηματική δραστηριότητα	73
5.3.2 Ανάδειξη του κοινωνικού ρόλου της επιχειρηματικότητας	75
5.4 Επιχειρήσεις και Επιχειρηματικότητα	76

5.4.1 Έρευνα και ανάπτυξη.....	76
5.4.2 Καινοτομία.....	78
5.4.3 Γενικές στρατηγικές.....	79
5.5 Κρατικός Φορέας και Επιχειρηματικότητα.....	80
5.5.1 Φορολογικά κίνητρα.....	80
5.5.2 Μείωση της γραφειοκρατίας.....	81
5.6 Χρηματοδότηση της επιχειρηματικότητας.....	82
5.6.1 Επιχειρηματικοί Άγγελοι (Business Angels).....	83
5.6.2 Κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (venture capital).....	85
Πίνακας 5.1: Μορφές των Venture Capital Funds.....	86
5.6.3 Υποστήριξη από το τραπεζικό σύστημα.....	90
5.7 Εθνική Κουλτούρα και Επιχειρηματικότητα.....	92
5.8 Άλλοι φορείς στήριξης της Επιχειρηματικότητας.....	93
5.9 Συμπεράσματα.....	94
5.10 Βιβλιογραφία.....	95
5.10.1 Ελληνική βιβλιογραφία.....	95
5.10.2 Ξενόγλωσση βιβλιογραφία.....	96
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Συμπεράσματα.....	99
6.1 Συμπεράσματα.....	99
6.2 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα.....	100
ΛΙΣΤΑ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΑΝΑΦΟΡΩΝ.....	100
Ελληνική βιβλιογραφία.....	100
Ξενόγλωσση βιβλιογραφία.....	103

Λίστα Πινάκων

Πίνακας 2.1: Επιλεγμένοι ορισμοί της επιχειρηματικότητας.....	17
Πίνακας 2.2: Διαχρονική εξέλιξη των βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας.....	37
Πίνακας 2.3: Ποσοστά συμμετοχής στις επιχειρηματικές δραστηριότητες ανά χώρα το 2010.....	37
Πίνακας 2.4: Παύση εργασιών επιχειρηματικής δραστηριότητας το 2010	39
Πίνακας 5.1: Μορφές των Venture Capital Funds.....	86

Λίστα Σχημάτων

Σχήμα 4.1: Διαγραμματική απεικόνιση συστάσεων νέων επιχειρήσεων.....	59
Σχήμα 4.2: Είδη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.....	63

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Εισαγωγή

1.1 Αντικείμενο

Η έννοια της επιχειρηματικότητας συνιστά έννοια πολυσύνθετη και προσανατολισμένη στην ανάπτυξη και την κερδοφορία. Κατά τα τελευταία έτη, παρατηρείται έντονο το ενδιαφέρον των ερευνητών και μελετητών προς την εν λόγω έννοια και αυτό διότι η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας έχει τη δυνατότητα να οδηγήσει ακόμα και σε έξοδο από την οικονομική κρίση που μαστίζει τις περισσότερες χώρες σε παγκόσμιο επίπεδο. Στην διεθνή βιβλιογραφία πολλοί μελετητές αναφέρουν πως η επιχειρηματικότητα αποτελεί τον πυλώνα άνθισης, επιβίωσης και οικονομικής ανάπτυξης των επιχειρήσεων (Baumol, 1990· 2002· Hayek, 1948) απέναντι στη ραγδαία παγκοσμιοποίηση των αγορών, στη μεταβλητότητα του περιβάλλοντος και στην αυξανόμενη τεχνολογική πολυπλοκότητα. Ως έννοια, η επιχειρηματικότητα λογίζεται ως απόλυτα συνδεδεμένη με την ευημερία, την δημιουργία νέων επιχειρήσεων και θέσεων εργασίας και την οικονομική ανάπτυξη (Acs, 2006· Acs κ.α., 2004· Audretsch & Keilbach, 2004· Carree & Thurik, 2003· van Praag & Versloot, 2007).

Η βαθιά σημασία της επιχειρηματικότητας αναδύθηκε από τον Alfred Marshall το 1890, μέσω μίας έρευνας που παρουσίασε σχετικά με τους τέσσερις (4) παράγοντες που κάνουν την εμφάνισή τους στην παραγωγική διαδικασία. Ειδικότερα, οι παράγοντες που επηρεάζουν την παραγωγική διαδικασία είναι η εργασία, το κεφάλαιο, η γη και η οργάνωση. Η επιχειρηματικότητα είναι εκείνη η διαδικασία με την οποία επηρεάζεται η οργάνωση της επιχείρησης και κατ' επέκταση όλοι οι υπόλοιποι προσδιοριστικοί παράγοντες (Welsh, 2004). Σε γενικές γραμμές, η επιχειρηματικότητα, μπορεί να ορισθεί υπό διαφορετικές οπτικές γωνίες και ακριβώς για το λόγο αυτό υπάρχουν και ποικίλοι ορισμοί της ενώ δεν έχει αποδοθεί έως σήμερα ένας κοινώς αποδεκτός και ενιαίος ορισμός της (Carlock, 1994· Eckhardt and Shane, 2003· Grant & Perren, 2002· Hornaday, 1992· Ucbasaran, Westhead & Wright, 2001· Watson, 2001· Williams, Round, & Rodgers, 2010).

Το αντικείμενο της παρούσας διπλωματικής εργασίας αποτελεί η επιχειρηματικότητα με επικέντρωση αυτής στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον. Για το

λόγο αυτό, λαμβάνει χώρα μία αναλυτική μελέτη, κυρίως μέσα από επιστημονικές πηγές και άρθρα σχετικά με το ζήτημα ώστε να εξαχθούν χρήσιμα και αξιοποιήσιμα συμπεράσματα.

1.2 Σκοπός και Στόχοι

Σκοπός της ανά χείρας διπλωματικής εργασίας, είναι μέσω της βιβλιογραφικής ανασκόπησης που θα παρατεθεί καθώς και μέσα από στατιστικά στοιχεία τα οποία εντοπίστηκαν και χρησιμοποιήθηκαν στη συγγραφή της, να υπάρξει μία σφαιρική αλλά και ταυτόχρονα αναλυτική εικόνα για την επιχειρηματικότητα στη σύγχρονη εποχή του ταχέως εξελισσόμενου παγκοσμιοποιημένου οικονομικού περιβάλλοντος.

Στόχος της παρούσας εργασίας είναι η εξαγωγή κατά το δυνατόν ασφαλών συμπερασμάτων μέσα από τη συγκεκριμένη έρευνα και η παρουσίαση μελλοντικών προτάσεων για το εν λόγω θέμα που αναγορεύεται σε ζήτημα υψίστης σημασίας για την οικονομία, με την ελπίδα τα σχετικά ευρήματα να χρησιμοποιηθούν ως βάση για μελλοντικές έρευνες.

1.3 Δομική Διάρθρωση

Για τις ανάγκες της παρούσας μελέτης, η εργασία διαχωρίστηκε σε έξι (6) βασικά κεφάλαια.

Στο πρώτο κεφάλαιο πραγματοποιείται μία εκτενής παρουσίαση της διπλωματικής εργασίας δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στο αντικείμενο, τη συγγραφική διάρθρωση αλλά και τους σκοπούς και στόχους αυτής.

Εν συνεχεία, στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύεται η έννοια της επιχειρηματικότητας. Συγκεκριμένα, διατυπώνονται οι ποικίλοι σχετικοί ορισμοί της εν λόγω έννοιας καθώς και του επιχειρηματία, οι βασικές θεωρίες της επιχειρηματικότητας (Αυστριακή εκδοχή, Γερμανική εκδοχή και εκδοχή του Σικάγο), οι προσδιοριστικοί παράγοντες αυτής, όπως επίσης τα είδη και οι μορφές της και τέλος οι δείκτες της επιχειρηματικότητας.

Στο τρίτο κεφάλαιο, παρατίθενται στοιχεία της επιχειρηματικότητας σε σχέση με το σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον. Για την ακρίβεια, πραγματοποιείται μία στατιστική

ανάλυση των στοιχείων της επιχειρηματικότητας στον Ελλαδικό χώρο καθώς και σε Ευρωπαϊκό επίπεδο. Επιπλέον, αναλύεται η συμβολή των Διεθνών Οργανισμών στον τομέα της επιχειρηματικότητας.

Το τέταρτο κεφάλαιο αναφέρεται στη σχέση μεταξύ επιχειρηματικότητας και οικονομικής ανάπτυξης. Συγκεκριμένα, δίδεται έμφαση στις σχέσεις μεταξύ επιχειρηματικότητας και απασχόλησης, της επιχειρηματικότητας και της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, μεταξύ καινοτομίας και επιχειρηματικότητας, ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και επιχειρηματικότητας, καθώς επίσης και επιχειρηματικότητας και επιδόσεων επιχειρήσεων, κρατικών εσόδων και συνεισφοράς αυτής στο Α.Ε.Π. της χώρας και τέλος αναφέρονται οι περιορισμοί οι οποίοι υφίστανται στην ανάπτυξη και την εξέλιξή της.

Στο πέμπτο κεφάλαιο μελετώνται διεξοδικά οι τρόποι ενίσχυσης της ήδη υφισταμένης επιχειρηματικότητας σε συνάρτηση με τις δομές που τη διέπουν, την εκπαίδευση, τη σχέση μεταξύ επιχειρήσεων και επιχειρηματικότητας, τον κρατικό φορέα, τη χρηματοδότηση, το νομικό και θεσμικό πλαίσιο που επικρατεί, την εθνική κουλτούρα και τους διάφορους φορείς στήριξης της επιχειρηματικότητας.

Τέλος, στο έκτο και τελευταίο κεφάλαιο, παρουσιάζονται τα συμπεράσματα καθώς επίσης και οι προτάσεις που προκύπτουν από την εν λόγω μελέτη.

Λίστα Βιβλιογραφικών Αναφορών 1ου Κεφαλαίου

Acs, Z.J. (2006). *How is Entrepreneurship Good for Economic Growth?* Innovations, 1(1), 97-107.

Acs, Z.J., Audretsch, D.B., Braunerhjelm, P. & Carlsson, B. (2004). *The Missing Link: The Knowledge Filter and Entrepreneurship in Endogenous Growth*. Discussion Paper, 4783. London: Center for Economic Policy Research.

Audretsch, D. & Keilbach, M. (2004). *Entrepreneurship Capital and Economic Performance*. Regional Studies, 38(8), 949-959.

- Baumol, W.J. (1990). *Entrepreneurship, Productive, Unproductive and Destructive*. Journal of Political Economy, 98(5), 893-921.
- Carlock, R.S. (1994). *The Need for Organization Development in Successful Entrepreneurial Firms*. New York and London: Garland.
- Carree, M.A. & Thurik, A.R. (2003). *The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth*. In D.B. Audretsch & Z.J. Acs (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*, σελ. 437-471, Boston/Dordrecht: Kluwer Academic.
- Eckhardt, J.T. & Shane, S.A. (2003). *Opportunities and Entrepreneurship*. Journal of Management, 29(3), 333-349.
- Grant, P. & Perren, L. (2002). *Small Businesses and Entrepreneurial Research*. International Small Business Journal, 20(2), 185-211.
- Hayek, F.A. (1948). *Individualism and Economic Order*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hornaday, R.W. (1992). *Thinking About Entrepreneurship: A Fuzzy Set Approach*. Journal of Small Business Management, 30(4), 12-23.
- Marshall, A. (1920). *Principles of Economics*. Macmillan and Co, London. available on: <https://eet.pixel-online.org/files/etranslation/original/Marshall,%20Principles%20of%20Economics.pdf>.
- Ucbasaran, D., Westhead, P. & Wright, M. (2001). *The Focus of Entrepreneurial Research: Contextual and Process Issues*. Entrepreneurship Theory and Practice, 25(4), 57-80.
- Van Praag, C.M. & Versloot, P.H. (2007). *What Is The Value Of Entrepreneurship? A Review of Recent Research*. Small Business Economics, 29(4), 351-382.
- Watson, C.H. (2001). *Small Business versus Entrepreneurship Revisited*. Entrepreneurship Education: A Global View. Aldershot: Ashgate.

Welsch, H.P. (2004). *Entrepreneurship: The way Ahead* Boutledge. New York, 28-29.

Williams, C.C., Round, J. & Rodgers, P. (2010). *Explaining the Off-The-Book Enterprise Culture of Ukraine: Reluctant or Willing Entrepreneurship?* International Journal of Entrepreneurship Small Business, 10(2), 165-180.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Επιχειρηματικότητα

2.1 Εισαγωγή

Η επιχειρηματικότητα συνιστά μία σύνθετη διαδικασία η οποία εξαρτάται από πολλούς παράγοντες και χαρακτηρίζεται από ακόμα περισσότερους ορισμούς οι οποίοι αποτελούν αποστάγματα μελέτης και γνώσης σπουδαίων οικονομολόγων. Το σημαντικότερο στοιχείο της διαδικασίας αυτής που ονομάζεται επιχειρηματικότητα αποτελεί ο επιχειρηματίας, ο άνθρωπος δηλαδή ο οποίος λαμβάνει την απόφαση να πραγματοποιήσει επιχειρηματική δραστηριότητα. Ο επιχειρηματίας αποτελεί την αρχή της ύπαρξης της επιχειρηματικότητας.

Στο παρόν κεφάλαιο, θα αποπειραθεί να αναλυθεί η έννοια της επιχειρηματικότητας ως προς όλα τα χαρακτηριστικά που την απαρτίζουν. Συγκεκριμένα, θα παρατεθούν οι ορισμοί της επιχειρηματικότητας αλλά και του επιχειρηματία, οι πιο γνωστές θεωρίες που έχουν διατυπωθεί για αυτήν, οι προσδιοριστικοί παράγοντες που την επηρεάζουν, τα είδη καθώς και οι μορφές της επιχειρηματικότητας και τέλος οι δείκτες που την απαρτίζουν και την καθιστούν μετρήσιμη.

2.2 Ορισμός της επιχειρηματικότητας

Διαχρονικά, επιχειρήθηκαν να δοθούν διάφοροι ορισμοί στην έννοια της επιχειρηματικότητας, μια έννοια πολυσύνθετη, πολλές φορές ακατανόητη και σίγουρα με περισσότερους από έναν ορισμούς. Σύμφωνα με τον Dollinger (1999) *«επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία κάποιας καινοτόμου οικονομικής οργάνωσης (ή δικτύου οργανώσεων), που έχουν ως σκοπό το κέρδος ή την ανάπτυξη σε περιβάλλον ρίσκου και αβεβαιότητας»*.

Η επιχειρηματικότητα είναι ένα θέμα που απασχολεί πολλές επιστήμες όπως είναι η ψυχολογία, η διοίκηση, η χρηματοοικονομική κ.λπ.. Η επιχειρηματικότητα μπορεί να οριστεί τόσο υπό στενή έννοια όσο και υπό ευρύτερη. Υπό στενή έννοια η επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία οργανισμών (Gartner, 1988), ενώ υπό ευρύτερη έννοια προσδιορίζεται ως μια διαδικασία κατά την οποία κάποιος αναγνωρίζει ή δημιουργεί

και ακολουθεί μια ευκαιρία ανεξάρτητα από τους διαθέσιμους πόρους που κατέχει (Timmons, 1994). Στον πίνακα 2.1 παρουσιάζονται διάφοροι ορισμοί της επιχειρηματικότητας που έχουν δοθεί κατά καιρούς.

Πίνακας 2.1: Επιλεγμένοι ορισμοί της επιχειρηματικότητας

Συγγραφέας	Ορισμός
Cantillon (1755)	Αυτοαπασχόληση με αβέβαιο αντίκρισμα.
Knight (1921)	Παραγωγή κερδών συνοδευόμενη από αβεβαιότητα και κινδύνους.
Schumpeter (1934)	Πραγματοποίηση νέων συνδυασμών πόρων – νέα προϊόντα, νέες υπηρεσίες, νέες πηγές πρώτης ύλης, νέες μέθοδοι παραγωγής, καινούργιες αγορές, νέες μορφές οργάνωσης.
Kitzner (1973)	Δυνατότητα να γίνουν αντιληπτές νέες ευκαιρίες. Η αναγνώριση και η εκμετάλλευση ευκαιριών τείνουν να «διορθώνουν» τις αγορές και να τις φέρνουν σε ισορροπία.
Casson (1982)	Η επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει τη λήψη κρίσιμων αποφάσεων για το συντονισμό λιγοστών πόρων.
Drucker (1985)	Πράξη καινοτομίας που περιλαμβάνει τη χρηματοδότηση των υπάρχοντων πόρων με νέες δυνατότητες δημιουργίας πλούτου.
Stevenson, Roberts & Grousbeck (1985)	Αναζήτηση/εκμετάλλευση ευκαιρίας χωρίς ανησυχία για τους διαθέσιμους πόρους ή τις υπάρχουσες ικανότητες.
Rumelt (1987)	Δημιουργία μίας νέας επιχείρησης, με την έννοια ότι δεν αναπαράγεται ακριβώς μια υπάρχουσα επιχείρηση αλλά υπάρχει κάποιο στοιχείο καινοτομίας.

Low & MacMillan (1988)	Δημιουργία μίας νέας επιχείρησης.
Gartner (1988)	Δημιουργία οργανισμών: η διαδικασία με την οποία δημιουργούνται νέοι οργανισμοί.
Hart, Stevenson & Dial (1995)	Αναζήτηση ευκαιριών χωρίς να λαμβάνει κανείς υπόψη τους πόρους που διαθέτει τη δεδομένη στιγμή και που περιορίζεται από τις προηγούμενες επιλογές και τη σχετική εμπειρία του επιχειρηματία στο σχετικό κλάδο.
Venkataraman (1997)	Η έρευνα στην επιχειρηματικότητα επιδιώκει να κατανοήσει πώς οι ευκαιρίες για τη δημιουργία μελλοντικών αγαθών και υπηρεσιών ανακαλύπτονται, δημιουργούνται και εκμεταλλεύονται, από ποιόν και με ποιές συνέπειες.
Morris (1998)	Η διαδικασία μέσω της οποίας άτομα και ομάδες δημιουργούν αξία με τη συγκέντρωση μοναδικών πόρων για την εκμετάλλευση ευκαιριών στο περιβάλλον. Μπορεί να εμφανιστεί σε οποιοδήποτε οργανωτικό πλαίσιο και έχει ως αποτέλεσμα ποικίλες πιθανές εκβάσεις, συμπεριλαμβανομένων των νέων επιχειρήσεων, προϊόντων, υπηρεσιών, διαδικασιών, αγορών και τεχνολογίας.
Sharma & Grishman (1999)	Περιλαμβάνει πράξεις οργανωτικής δημιουργίας, ανανέωσης ή καινοτομίας που συμβαίνουν μέσα ή έξω από έναν υπάρχοντα οργανισμό.

<p>Hisrich, Peters & Shepherd (2006)</p>	<p>Διαδικασία δημιουργίας κάτι καινούριου με αξία, αφιερώνοντας τον απαραίτητο χρόνο και προσπάθεια και αναλαμβάνοντας οικονομικό, φυσικό και κοινωνικό κίνδυνο με άντληση οικονομικής και προσωπικής ικανοποίησης και ανεξαρτησίας ως ανταμοιβής.</p>
---	--

Πηγή: Σαρρή, Κ., Τριχοπούλου, Α. (2012). *Γυναικεία επιχειρηματικότητα. Προσέγγιση της Ελληνικής πραγματικότητας*. Εκδόσεις Rosili, Αθήνα.

2.3 Ορισμός του επιχειρηματία

Ο όρος "επιχειρηματίας" έκανε την εμφάνιση του τον 14^ο αιώνα και περιέγραφε τα άτομα που κατέβαλαν κάποιο συγκεκριμένο ποσό στο κράτος προκειμένου να τους δοθεί άδεια να συλλέγουν φόρους από μια περιοχή, συνήθως από την περιοχή όπου διέμεναν. Κατά την διάρκεια του 17^{ου} αιώνα, ο όρος «επιχειρηματίας-entrepreneur» χρησιμοποιείται για πρώτη φορά για να περιγράψει όλα εκείνα τα άτομα που αναλαμβάνουν τον κίνδυνο μιας επιχείρησης αντιλαμβανόμενοι την αβεβαιότητα πιθανού κέρδους ή την πιθανή απώλεια κεφαλαίων που έχουν ήδη δαπανήσει.

Η σημερινή έννοια του επιχειρηματία άρχισε να διαμορφώνεται κατά τον 18^ο αιώνα. Ο Mill (1848) χρησιμοποίησε την έννοια του επιχειρηματία περιγράφοντας τους ιδρυτές των επιχειρήσεων, ενώ ταυτόχρονα θεμελίωσε την έννοια του επιχειρηματία στην οικονομική βιβλιογραφία, ως ένα άτομο το οποίο αναλαμβάνει, υπό την εξουσία του, την απόλυτη κυριότητα μιας επιχείρησης.

Ο Cantillon (1734) ανέδειξε τη συμβολή του επιχειρηματία στην οικονομική ανάπτυξη, παρουσιάζοντάς τον ως άτομο το οποίο δραστηριοποιείται σε καθεστώς αστάθειας και αβεβαιότητας με σκοπό την εμπλοκή του σε επικερδείς συναλλαγές. Οι επιχειρηματίες λογίζονται ως ευρηματικά και επινοητικά άτομα (Shackle, 2013), τα οποία λαμβάνουν διαρκή πληροφόρηση και εντοπίζουν επωφελείς ευκαιρίες (Kirzner, 1973). Η κύρια διαφορά στις προαναφερόμενες προσεγγίσεις έγκειται στη θεώρηση του επιχειρηματία ως ατόμου που «αντιλαμβάνεται» (Kirzner) ή «φαντάζεται» (Shackle) τις ευκαιρίες προς εκμετάλλευση (Πέκκα - Οικονόμου & Χατζηδημητρίου, 2015).

Ο Schumpeter (1952) ορίζει τον επιχειρηματία ως εξής: «ο ρόλος του επιχειρηματία είναι να αναμορφώσει ή να μετασχηματίσει τους τρόπους και τις μεθόδους παραγωγής, με την εκμετάλλευση μίας εφεύρεσης ή γενικότερα, με τη χρήση μίας μη δοκιμασμένης, στην πράξη, τεχνολογικής δυνατότητας για την παραγωγή ενός νέου προϊόντος ή την παραγωγή ενός παλαιότερου με έναν νέο τρόπο, ανοίγοντας έτσι μία νέα πηγή προμήθειας των υλικών ή ενός νέου σημείου πώλησης των προϊόντων, με την αναδιοργάνωση ενός νέου τύπου βιομηχανοποίησης».

Καταληκτικά, ο επιχειρηματίας μέσα από ένα πλέγμα δράσεων και αποφάσεων προβαίνει στις εξής ενέργειες:

- ◆ Λαμβάνει αποφάσεις αναλαμβάνοντας κινδύνους.
- ◆ Οργανώνει τους συντελεστές παραγωγής με τον πλέον αποτελεσματικό τρόπο για να επιτευχθεί το μέγιστο δυνατό αποτέλεσμα.
- ◆ Χρησιμοποιεί τις καινοτομίες και παρακολουθεί πρωτοποριακές επιχειρηματικές πρωτοβουλίες ώστε να αντλεί ιδέες.
- ◆ Αναζητά ευκαιρίες κέρδους υιοθετώντας έξυπνες στρατηγικές (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010).

2.4 Θεωρίες επιχειρηματικότητας

Οι βασικές θεωρίες αναφορικά με την έννοια της επιχειρηματικότητας είναι τρεις (3). Ειδικότερα, η Αυστριακή εκδοχή, η Γερμανική εκδοχή και η εκδοχή του Σικάγο (Hebert & Link, 1989). Το σύνολο των εν λόγω θεωριών έχουν τις ρίζες τους στην αρχική εκδοχή του Γάλλου οικονομολόγου Cantillon, με τη διαφορά ότι έκαστη εξ αυτών επικεντρώνει το ενδιαφέρον της μελέτης της σε διαφορετικό στοιχείο του επιχειρηματία (Cantillon, 2010).

Σε αυτό το σημείο και προτού παρατεθούν οι τρεις (3) βασικές εκδοχές της επιχειρηματικότητας, θα ήταν σκόπιμο να παρατεθεί η αρχική εκδοχή του Cantillon, η οποία διατυπώθηκε το 1955. Σύμφωνα με το Γάλλο οικονομολόγο, υφίστανται τρεις (3) μεγάλες κατηγορίες οικονομικών παραγόντων:

- 1) Οι επιχειρηματίες.
- 2) Οι γαιοκτήμονες.
- 3) Οι εργαζόμενοι.

Ο εν λόγω οικονομολόγος διαχώρισε συναφώς με την εξέλιξη της επιχειρηματικότητας, το άτομο το οποίο αναλαμβάνει το συνολικό κίνδυνο της επιχείρησης από το άτομο το οποίο προσφέρει το αρχικό κεφάλαιο αυτής. Επεξηγηματικά, ο Cantillon, δημιούργησε ένα διαχωρισμό μεταξύ επενδυτή και επιχειρηματία (Cantillon, 2010).

Εν συνεχεία, αναλύονται οι τρεις (3) βασικές εκδοχές της επιχειρηματικότητας (Hebert & Link, 1989). Ειδικότερα:

2.4.1 Αυστριακή εκδοχή

Η Αυστριακή εκδοχή της επιχειρηματικότητας είναι η μία εκ των τριών (3) βασικών εκδοχών που έχουν διατυπωθεί για την έννοια της επιχειρηματικότητας. Κύριοι εκφραστές αυτής της σχολής είναι οι: Menger, von Mises και Kirzner. Μέσω αυτών, η εν λόγω εκδοχή τυγχάνει ιδιαίτερης απήχησης στους κύκλους των οικονομολόγων και όχι μόνο.

Βασικό γνώρισμα της εκδοχής αυτής είναι η εστίαση στα στοιχεία του χαρακτήρα του επιχειρηματία που τον καθιστούν ικανό να αναγνωρίσει και να αδράξει την κάθε επιχειρηματική ευκαιρία. Με τον τρόπο αυτό, ο επιχειρηματίας δύναται να οδηγηθεί στην κερδοφορία συνδυάζοντας με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τους διαθέσιμους πόρους, με απώτερο σκοπό να ικανοποιήσει τις ανάγκες του στον επιχειρηματικό κλάδο ή να κάνει απόσβεση της χαμένης αγοράς σε προηγούμενη χρονική περίοδο (Cantillon, 2010).

2.4.2 Γερμανική εκδοχή

Η Γερμανική εκδοχή της έννοιας της επιχειρηματικότητας συνιστά μία ακόμη σχετική εκδοχή. Κύριοι εκφραστές της συγκεκριμένης σχολής είναι οι γερμανοί οικονομολόγοι: Baumol, von Thunen και Schumpeter.

Σύμφωνα με την εν λόγω εκδοχή, ο επιχειρηματίας είναι ο κύριος εκφραστής της αστάθειας και της δημιουργικής καταστροφής. Αναλυτικότερα, η εκδοχή αυτή επικεντρώνεται στα στοιχεία της προσωπικότητας του επιχειρηματία που σχετίζονται με την αστάθεια της επιχειρηματικής προσωπικότητας και την έννοια της δημιουργικής καταστροφής, της καταστροφής δηλαδή, που πραγματεύεται την αναγέννηση της

επιχειρηματικής δραστηριότητας (Cantillon, 2010).

2.4.3 Εκδοχή του Σικάγο

Η εκδοχή του Σικάγο ή άλλως Νεοκλασική εκδοχή αποτελεί την πιο ευχάριστη αντιμετώπιση προς τον επιχειρηματία. Οι κύριοι εκφραστές της συγκεκριμένης σχολής είναι οι: Marshall, Knight και Schultz οι οποίοι είναι ιδιαίτερα γνωστοί οικονομολόγοι σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η εν λόγω εκδοχή επικεντρώνεται σε εκείνα τα στοιχεία του επιχειρηματία τα οποία έχουν την ικανότητα να προξενήσουν προϋποθέσεις ισορροπίας στην αγορά μέσω των επιχειρηματικών του επιλογών, ήτοι της επιχειρηματικής δραστηριότητας (Cantillon, 2010).

2.5 Προσδιοριστικοί παράγοντες επιχειρηματικότητας

Οι προσδιοριστικοί παράγοντες της επιχειρηματικότητας είναι πολυάριθμοι. Πρόκειται για παράγοντες οι οποίοι καθορίζουν τη φύση και την υπόστασή της. Ο Gartner (1985) στην πρώτη απόπειρα ερμηνείας του εν λόγω θέματος, προσπάθησε να μελετήσει τέσσερις (4) βασικούς παράγοντες που κατά την γνώμη του αλληλεπιδρούν στην επιχειρηματικότητα. Οι παράγοντες αυτοί σύμφωνα με τον Gartner (1985) είναι οι ακόλουθοι:

- 1) Ο επιχειρηματίας.
- 2) Το περιβάλλον.
- 3) Ο οργανισμός.
- 4) Η διαδικασία η οποία ακολουθείται κατά την εγκαθίδρυση της επιχείρησης.

Ο επιχειρηματίας θεωρείται ως το έναυσμα της επιχειρηματικής ευκαιρίας και η επιχείρηση, ως φυσική παρουσία, το μέσο με το οποίο μπορεί να επιτευχθεί η επιχειρηματικότητα ως έννοια (Bygrave & Hofer, 1991). Μία ακόμα προσέγγιση, διαφορετικής φύσεως και οπτικής, παραθέτουν οι Κορρές & Χιόνης (2003), οι οποίοι εξετάζουν τον επιχειρηματία από ψυχολογική άποψη, δίδοντας έμφαση στην κλίση και την ικανότητα που έχει να αδράξει την οποιαδήποτε επιχειρηματική ευκαιρία και να τη

μετουσιώσει μέσω πρακτικών σε επιχειρηματικότητα.

Σημαντικούς, επίσης, παράγοντες πρεσβεύουν το περιβάλλον στο οποίο εξελίσσεται η επιχειρηματικότητα καθώς και η διαδικασία εγκαθίδρυσης της επιχείρησης. Ως περιβάλλον ορίζεται το θεσμικό, το οικονομικό και το κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο υπάγεται και σύμφωνα με αυτό καθορίζεται η διαδικασία εγκαθίδρυσης και εδραιοποίησης της επιχείρησης (Storey et al., 2011). Επιπρόσθετα, ο Butler (2000) αναγνωρίζει ως κύριους παράγοντες, οι οποίοι επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα και επιφέρουν την επιχειρηματική επιτυχία, τους οικονομικούς, τους ψυχολογικούς, τους κοινωνιολογικούς, τους περιβαλλοντικούς, τους δημογραφικούς και τους παράγοντες κουλτούρας ή πολιτισμικούς παράγοντες

Οι ανωτέρω παράγοντες, αλληλεπιδρώντας μεταξύ τους σε πρώτο και δεύτερο βαθμό, έχουν τη δυνατότητα να επηρεάσουν σε ευθεία σχέση την επιχειρηματικότητα και να τη μεταβάλλουν προς την αντίστοιχη κατεύθυνση.

2.6 Είδη επιχειρηματικότητας

Τα είδη τα οποία χαρακτηρίζουν και διακρίνουν την έννοια της επιχειρηματικότητας είναι ποικίλα. Τα διάφορα είδη επιχειρηματικότητας διακρίνονται σύμφωνα με συγκεκριμένα κριτήρια που έχουν ως επίκεντρο τη συμπεριφορά και το ρόλο του επιχειρηματία. Οι σημαντικότερες διαφοροποιήσεις των ειδών της επιχειρηματικότητας παρατίθενται και αναλύονται ακολούθως.

2.6.1 Μικτή & αμιγής επιχειρηματικότητα

Μία βασική διάκριση της επιχειρηματικότητας με βάση το ρόλο τον οποίο διαδραματίζει ο επιχειρηματίας στο εσωτερικό της επιχείρησης είναι ο διαχωρισμός αυτής σε αμιγή και μικτή επιχειρηματικότητα.

Σύμφωνα με τους Καραγιάννη κ' συν (2002), η αμιγής επιχειρηματικότητα λαμβάνει χώρα στην περίπτωση που ο επιχειρηματίας δίνει ως εφόδια στην επιχείρησή του μόνο την προσωπική του εργασία. Ειδικότερα, όταν ο επιχειρηματίας δεν διαθέτει παραγωγικά μέσα

και διαθέσιμα κεφάλαια. Το εν λόγω είδος επιχειρηματικότητας ωστόσο, χαρακτηρίζεται από υψηλό επίπεδο αποτελεσμάτων ως συνέπεια της προσωπικής δράσης του επιχειρηματία. Η αμιγής επιχειρηματικότητα, δηλαδή, επικεντρώνεται στα προσωπικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία τα οποία έχουν ως συνέπεια την αύξηση των κερδών της οικονομικής μονάδας (Καραγιάννης κ' συν, 2002).

Εν συνεχεία, η μικτή επιχειρηματικότητα να μεν έχει προσανατολισμό στα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία, αλλά οι ρόλοι οι οποίοι αναλαμβάνονται από αυτόν, θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν το ίδιο αποτελεσματικά και από άλλα άτομα της επιχείρησης. Σε αυτήν την περίπτωση, τα προσωπικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας του επιχειρηματία δεν αποτελούν αναντικατάστατο κομμάτι της επιχείρησης (Καραγιάννης κ' συν, 2002).

Η μικτή επιχειρηματικότητα μπορεί να διαχωριστεί σε δύο (2) επιμέρους μεγάλες κατηγορίες (Καραγιάννης κ' συν, 2002):

- 1) Την επιχειρηματικότητα των εργαζομένων.
- 2) Την επιχειρηματικότητα των κεφαλαιούχων.

Η υποκατηγορία της μικτής επιχειρηματικότητας των εργαζομένων περιλαμβάνει δράσεις και δραστηριότητες οι οποίες μπορούν να υλοποιηθούν με πολύ μεγάλη επιτυχία από άτομα τα οποία εργάζονται μέσα σε μία επιχείρηση. Τέτοιου είδους δραστηριότητες αναλαμβάνουν κυρίως (αντί του επιχειρηματία) διευθυντικά στελέχη και υπεύθυνοι συγκεκριμένων τομέων της επιχείρησης και αυτό διότι ο επιχειρηματίας δεν μπορεί να διαθέτει, συνήθως, όλες τις απαραίτητες γνώσεις που προϋποθέτουν πλέον οι σύγχρονες επιχειρήσεις.

Επιπλέον, στην περίπτωση που ο επιχειρηματίας συνεχίζει να καταλαμβάνει μία θέση εργασίας τυπικής διεκπεραίωσης καθηκόντων απομακρύνεται ολοένα και περισσότερο από τη φύση του επιχειρείν που δεν είναι άλλη από την ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών ευκαιριών. Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να σημειωθεί ότι κατά την παλαιότερη εποχή, οι επιχειρηματίες ήταν υποχρεωμένοι να αναλαμβάνουν αρκετές τυπικές θέσεις εργασίας λόγω ελλείψεων κεφαλαίων και διαθέσιμου ανθρώπινου δυναμικού, συνθήκη η οποία πλέον έχει μετασχηματιστεί διότι στην αγορά εργασίας υφίστανται καταλλήλως καταρτισμένα άτομα για την ανάληψη αυτής της ευθύνης.

Η μικτή επιχειρηματικότητα των κεφαλαιούχων αφορά κυρίως στα άτομα που

διαθέτουν κεφάλαιο και δραστηριοποιούνται στον τομέα των επιχειρήσεων. Με την έννοια κεφάλαιο λογίζονται ο εξοπλισμός, οι εγκαταστάσεις και τα χρηματικά ποσά που είναι απαραίτητα για κάθε επιχείρηση. Για να υλοποιηθεί μία νέα επιχειρηματική ευκαιρία την οποία εντόπισε ο επιχειρηματίας, απαραίτητη προϋπόθεση είναι η ύπαρξη του διαθέσιμου κεφαλαίου ή η προοπτική εξεύρεσης των κατάλληλων πόρων για την υλοποίησή της. Αναλυτικότερα, προχωρά προς τη διοχέτευση των διαθέσιμων χρημάτων του στη νέα επιχειρηματική ευκαιρία που παρουσιάστηκε με σκοπό την κερδοφορία. Ο ρόλος που διαδραματίζει τη χρονική στιγμή της τοποθέτησης του διαθέσιμου κεφαλαίου είναι ο ρόλος του επενδυτή. Θα πρέπει να τονισθεί, ότι το συγκεκριμένο είδος επιχειρηματικότητας βαίνει μειούμενο καθώς τείνει προς εξαφάνιση (Καραγιάννης κ' συν, 2002).

Τέλος, ο ρόλος του εκάστοτε επιχειρηματία λαμβάνει χώρα μόνο με τη μορφή της μικτής επιχειρηματικότητας διότι στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον, δεν υφίσταται θέση εργασίας η οποία θα μπορεί να φέρει τα σωστά αποτελέσματα μόνο μέσω του επιχειρηματία (Καραγιάννης κ' συν, 2002).

2.6.2 Κοινωνική & παραδοσιακή επιχειρηματικότητα

Ένας εξίσου σημαντικός διαχωρισμός της επιχειρηματικότητας όπως και ο ανωτέρω, είναι εκείνος σε κοινωνική και παραδοσιακή επιχειρηματικότητα (Clamp & Alhamis, 2010). Ο εν λόγω διαχωρισμός έχει επίσης ως κεντρικό του άξονα τον επιχειρηματία με την ευρεία έννοια.

Ως παραδοσιακός επιχειρηματίας ορίζεται το άτομο το οποίο προβαίνει στην ανάληψη των ενδεχόμενων επιχειρηματικών κινδύνων ώστε να ικανοποιήσει το προσωπικό του οικονομικό όφελος, ενώ ο κοινωνικός επιχειρηματίας, έχει ως τελικό του στόχο, μέσα από την ανάληψη των ενδεχόμενων κινδύνων, μία κοινωνική αποστολή – όραμα. Συγκεκριμένα, μία επιχείρηση η οποία ακολουθεί την παραδοσιακή επιχειρηματικότητα στοχεύει αποκλειστικά στο οικονομικό κέρδος, ενώ μία επιχείρηση η οποία ακολουθεί την κοινωνική επιχειρηματικότητα στοχεύει στην πραγματοποίηση μίας αποστολής (Martin & Osberg, 2007).

Μία ακόμη προσέγγιση του κοινωνικού επιχειρηματία είναι αυτή του Santos (2009), ο οποίος ορίζει το άτομο αυτό ως: *"το πρόσωπο το οποίο έχει τη δυνατότητα να συνδυάσει με*

τον κατάλληλο τρόπο τα διαθέσιμα κεφάλαιά του και το όραμα της επιχείρησης με τέτοιο τρόπο ώστε να πραγματοποιηθεί η επίλυση διαφόρων προβλημάτων".

Σύμφωνα με τα όσα παρουσιάζει ο Dees (2001), ο ρόλος των κοινωνικών επιχειρηματιών είναι να επιφέρουν μεγάλη αλλαγή στον κοινωνικό τομέα. Σύμφωνα με τον ίδιο, η αλλαγή αυτή δύναται να υλοποιηθεί με τους κάτωθι τρόπους:

- Λειτουργώντας μέσα από υψηλά επίπεδα ρίσκου, χωρίς να λαμβάνονται υπόψη οι διαθέσιμοι πόροι της επιχείρησης.
- Διατηρώντας την κοινωνική αξία της επιχείρησης.
- Αναζητώντας διαρκώς καινούριες επιχειρηματικές ευκαιρίες και εφαρμόζοντάς τις με σκοπό την εκπλήρωση την κοινωνικής αποστολής της επιχείρησης.
- Μέσα από καινοτόμες διαδικασίες.
- Κάνοντας πάντα σωστό και ορθολογικό απολογισμό για τις παρελθοντικές καταστάσεις και συνέπειες.

Σε αυτό το σημείο, κρίνεται σκόπιμο να αναφερθεί ότι το ευρύ κοινό συχνά συγχέει εσφαλμένα την έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας με την έννοια της κοινωνικής ευθύνης των εταιρειών. Λεπτομερέστερα, η κοινωνική επιχειρηματικότητα συνιστά ένα από τα σημαντικότερα είδη επιχειρηματικότητας, εν αντιθέσει με την εταιρική κοινωνική ευθύνη η οποία αποτελεί μία δράση προερχόμενη από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

2.6.3 Τεχνολογική, γεωγραφική & κοινωνιολογική επιχειρηματικότητα

Μία επιπρόσθετη διάκριση της επιχειρηματικότητας αποτελεί ο διαχωρισμός αυτής σε τεχνολογική, γεωγραφική και κοινωνιολογική επιχειρηματικότητα. Η συγκεκριμένη διάκριση προκύπτει λαμβάνοντας υπόψη την τεχνολογία ως κοινό παρανομαστή και κριτήριο.

Ειδικότερα, η γεωγραφική επιχειρηματικότητα έχει άμεση σχέση με τη μεταφορά της διαδικασίας παραγωγής μίας σειράς καινοτόμων προϊόντων από το αρχικό μέρος εγκατάστασης σε διαφορετικό, χαμηλότερου τις περισσότερες φορές κόστους για την επιχείρηση.

Η τεχνολογική επιχειρηματικότητα αφορά στις επιχειρήσεις εκείνες οι οποίες εμπλουτίζουν την ήδη υφιστάμενη αγορά με προϊόντα και υπηρεσίες τα οποία διέπονται από

αυξημένο επίπεδο τεχνολογίας και ανάπτυξης.

Εν τέλει, η κοινωνιολογική επιχειρηματικότητα αφορά σε επιχειρήσεις και επιχειρηματίες οι οποίοι εντάσσουν εκ νέου παλαιότερα προϊόντα και υπηρεσίες στην αγορά, προσδίδοντας τους όμως κάποιο καινούριο χαρακτηριστικό και προωθώντας τα εκ νέου στο καταναλωτικό κοινό.

2.7 Μορφές επιχειρηματικότητας

Πολλές είναι οι μορφές με τις οποίες εμφανίζεται η επιχειρηματικότητα σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι πιο γνωστές μορφές επιχειρηματικότητας, οι οποίες και αναλύονται εκτενώς στο παρόν υποκεφάλαιο είναι η γυναικεία επιχειρηματικότητα, η πράσινη επιχειρηματικότητα, η κοινωνική επιχειρηματικότητα και η δημόσια επιχειρηματικότητα. Εκτενέστερα:

2.7.1 Γυναικεία επιχειρηματικότητα

Σύμφωνα με τον Petrin (1997), η επιχειρηματικότητα θεωρείται ως ο μείζων οικονομικός παράγοντας προς επίτευξη της οικονομικής ανάπτυξης ενός συνόλου (οργανισμός ή επιχείρηση). Σε διεθνές επίπεδο η μορφή της γυναικείας επιχειρηματικότητας αντιμετωπίζεται ως ένα νέο φαινόμενο στο οποίο επέρχονται ταχέως εξελικτικές τάσεις (Στρατηγάκη, 2005).

Λόγω της φύσης του γυναικείου φύλου, η γυναικεία επιχειρηματικότητα έρχεται σε άμεση σχέση εξάρτησης με τις οικογενειακές υποχρεώσεις, συνθήκη η οποία δεν ισχύει στην επιχειρηματική δραστηριότητα που παρουσιάζεται σε άτομα του αντίθετου φύλου. Η συγκεκριμένη μορφή επιχειρηματικότητας εμφανίζεται σε ευρύ ηλικιακό φάσμα, με επικέντρωση αυτού, κυρίως, μεταξύ 30 και 45 ετών (Θεοδωρίδη, 2007).

Τα αριθμητικά δεδομένα της Θεοδωρίδη (2007) έρχονται να ενισχύσουν τα ευρήματα της έρευνας η οποία διεξήχθη από το UNECE (2004) και αναφέρει ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα στις γυναίκες παρατηρείται μεταξύ 35-45 ετών, πολύ αργότερα, δηλαδή, σε σχέση με το ανδρικό φύλο. Ειδικότερα, οι γυναίκες – επιχειρηματίες

οι οποίες δοκιμάζουν μία επιχειρηματική δραστηριότητα, παρατηρείται ότι είναι άτομα με προηγούμενη εργασιακή εμπειρία στο αντικείμενο ενασχόλησης τους και το μορφωτικό τους επίπεδο είναι ανώτατης εκπαίδευσης στην πλειονότητα των περιπτώσεων (Θεοδωρίδη, 2007).

Τα κίνητρα τα οποία οδηγούν τις γυναίκες προς την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι κυρίως οικονομικά σε συγκερασμό με το φαινόμενο της ανεργίας που μαστίζει την εν λόγω ομάδα. Οι επιχειρηματίες, που έχουν σχέση με τη συγκεκριμένη μορφή επιχειρηματικότητας ασχολούνται ιδίως με κλάδους όπως είναι η παροχή υπηρεσιών και φυσικά το λιανικό εμπόριο. Πρέπει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο, ότι κατά την πάροδο των τελευταίων ετών, παρατηρείται σημαντική εισχώρηση των γυναικών σε κλάδους όπως είναι η κτηματαγορά και η διαφήμιση, όπου επί πολλά χρόνια πρωτοστατούσε ο ανδρικός πληθυσμός (Brush, 1992).

Αναφορικά με τη χρηματοδότηση των γυναικείων επιχειρήσεων, εντοπίζεται η τάση αυτοχρηματοδότησης αυτών, ώστε να καλυφθούν οι ανάγκες των νεοϊδρυθεισών επιχειρήσεων. Το εν λόγω φαινόμενο παρουσιάζεται λόγω της αντίστασης των γυναικών αναφορικά με την ανάμειξη χρηματοπιστωτικού ιδρύματος στο εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, λόγω του μεγάλου ρίσκου (Weiler & Bernuasek, 2001). Για την ακρίβεια, οι γυναίκες επιχειρηματίες, υπό το φόβο ενδεχόμενης πτώχευσης, εκφράζουν την πεποίθηση, η επιχείρηση σε σχέση με τους πόρους της και τα κεφάλαια, να είναι ανεξάρτητη έτσι ώστε να μπορέσουν να απεμπλακούν άμεσα (Bock, 2004).

Λόγω της μεγάλης ανάπτυξης της συγκεκριμένης μορφής επιχειρηματικότητας και στη χώρα μας τα τελευταία έτη, έχουν δημιουργηθεί φορείς και υπηρεσίες οι οποίοι υποβοηθούν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Οι φορείς αυτοί παρατίθενται ακολούθως:

- The Promoting Women's Enterprise Support Services: Πρόκειται για δίκτυο, το οποίο απαρτίζεται από εθελοντές που προάγουν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα.
- The European Network to Promote Women's Entrepreneurship (WES): Πρόκειται για το γνωστό σε όλους Ευρωπαϊκό Δίκτυο Ενίσχυσης της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στο πλαίσιο του οποίου πραγματοποιούνται εκδηλώσεις γυναικείας επιχειρηματικότητας είτε με τη μορφή παρεμβατικών δραστηριοτήτων είτε ενεργειών προώθησης.
- Ο Σύνδεσμος Γυναικών – Επιχειρηματιών της Μεσογείου: Η εν λόγω οργάνωση

απαρτίζεται από εκπροσώπους του κλάδου που προέρχονται από όλες τις χώρες τις Μεσογείου. Σκοπός του Συνδέσμου είναι η προώθηση των συμφερόντων των γυναικών επιχειρηματιών.

- Ο Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος: Αποτελεί ένα σύλλογο μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα με εθελοντική δράση.
- Το Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών: Βασικοί σκοποί του συγκεκριμένου οργάνου είναι η εξέλιξη και ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας.
- Το Κέντρο Έρευνας για Θέματα Ισότητας και Προώθησης της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας: Πρόκειται ίσως για τον πλέον γνωστό φορέα σε σχέση με το υπό μελέτη θέμα στην Ελλάδα. Πρωταρχική του επιδίωξη είναι η κοινωνική προσφορά μέσα από επιστημονικές έρευνες που υλοποιεί.

2.7.2 Πράσινη επιχειρηματικότητα

Η πράσινη επιχειρηματικότητα συνιστά μία μορφή καινοτόμας επιχειρηματικότητας που αναπτύχθηκε σε παγκόσμιο επίπεδο τα τελευταία χρόνια της οικονομικής ζωής των εθνών. Σύμφωνα με τον Schaper (2010), οι επιχειρήσεις και οι αντιπρόσωποι αυτών, κατά τη διάρκεια της οικονομικής ζωής τους, αναζητούν νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες οι οποίες περιέχουν καινοτόμα στοιχεία έτσι ώστε να παρουσιάσουν νέα αποτελέσματα στην οικονομική πραγματικότητα.

Μία επιχείρηση δύναται να χαρακτηριστεί ως πράσινη, μόνο στην περίπτωση που η επιχείρηση αυτή ενσωματώνει διαδικασίες και μορφές παραγωγής προϊόντων, οι οποίες αντανακλούν θετικές συνέπειες για το περιβάλλον ή μειώνουν τις αρνητικές επιπτώσεις που το επιβαρύνουν. Συμπερασματικά, με τον όρο πράσινη επιχειρηματικότητα νοείται εκείνη η μορφή επιχειρηματικότητας η οποία προσανατολίζεται προς τη δημιουργία μίας βιώσιμης, ως προς το περιβάλλον, κοινωνίας μέσα από κανάλια διαδικασιών, φιλικά προσκείμενα προς το περιβάλλον (Schaper, 2010).

Συγκεκριμένα, η πράσινη επιχειρηματικότητα επικεντρώνεται στη διατήρηση ή την αύξηση του επιπέδου της ποιότητας ζωής και φυσικά στη διατήρηση και την ολοκληρωμένη αξιολόγηση του φυσικού περιβάλλοντος που περικλείει τις ζωές των μελών μιας κοινωνίας.

Κατά την Gerpenova (2015), τα αποτελέσματα τα οποία μπορούν να ανακύψουν από την εν λόγω μορφή επιχειρηματικότητας είναι τα κάτωθι:

- ✓ Η εξισορρόπηση των βασικών οικονομικών και οικολογικών στόχων μίας οικονομικής μονάδας (επιχείρηση/οργανισμός).
- ✓ Η καινοτομία επιχειρησιακών μοντέλων που κατά την υλοποίησή τους έχουν μεγάλες πιθανότητες να οδηγήσουν σε ένα βιώσιμο οικονομικό περιβάλλον.
- ✓ Η προσφορά των κατάλληλων υπηρεσιών ή προϊόντων, τα οποία μπορούν να οδηγήσουν τους καταναλωτές στην αλλαγή της υπάρχουσας καταναλωτικής συμπεριφοράς με απώτερο στόχο τη μείωση της επίδρασης αυτών στο περιβάλλον.
- ✓ Η ζήτηση στην αγορά η οποία αντικατοπτρίζει τη νέα οικολογική στάση ζωής των ατόμων της κοινωνίας.
- ✓ Η εισχώρηση καινοτόμων οικολογικών μοντέλων τα οποία θα έχουν τη δυνατότητα να επιλύουν προβλήματα συνδεδεμένα με την παραγωγή.

Σύμφωνα με τον Ζήση (2003), η πράσινη επιχειρηματικότητα παρουσιάζεται σε περισσότερο έντονα ποσοστά σε συνεταιρισμούς, καταναλωτικές οργανώσεις και μονάδες δημόσιας αυτοδιοίκησης. Παράλληλα, παρατηρούνται ιδιαίτερα μεγάλες ποσοστώσεις χρήσης της συγκεκριμένης μορφής επιχειρηματικότητας σε νέες επιχειρήσεις απαρτιζόμενες από άτομα νεαρών ηλικιών, μέσω των καινοτόμων ιδεών και διαδικασιών που εφαρμόζουν.

Το εύρος των δραστηριοτήτων της πράσινης επιχειρηματικότητας είναι αρκετά μεγάλο, καθώς καλύπτει από δραστηριότητες του πρωτογενούς τομέα έως την παροχή υπηρεσιών προς τους υποψήφιους καταναλωτές (Ζήσης, 2003).

Η πράσινη επιχειρηματικότητα διαχωρίζεται σε επιμέρους μορφές σύμφωνα με δύο (2) κριτήρια αξιολόγησης (Walley & Taylor, 2002):

- 1) Ο βαθμός έντασης, σύμφωνα με τον οποίο η εκάστοτε επιχείρηση περικλείει περιβαλλοντικά θέματα και τα ενσωματώνει στις δράσεις της.
- 2) Οι δυνάμεις εκείνες οι οποίες οδηγούν έναν επιχειρηματία προς την κατεύθυνση δράσης της πράσινης επιχειρηματικότητας.

Σύμφωνα με τα ανωτέρω κριτήρια, οι μορφές της πράσινης επιχειρηματικότητας διαχωρίζονται σε (Walley & Taylor, 2002):

- Ευκαιριακή (Innovated opportunist): Η υποκατηγορία αυτή αναφέρεται σε αποτελέσματα ευκαιριών προερχόμενα από την ίδια την αγορά που στοχεύει κυρίως

σε οικονομικά οφέλη.

- Όραμα (Visionary champion): Κύριο αντικείμενο αποτελούν οι περιβαλλοντικές δράσεις της επιχείρησης που προέρχονται από ελλείψεις που παρουσιάζονται στο εξωτερικό περιβάλλον. Στην εν λόγω υποκατηγορία επικρατεί το όραμα που έχει η επιχείρηση ή ο οργανισμός.
- Ηθική (Ethical Maverick): Η εν λόγω μορφή πράσινης επιχειρηματικότητας αφορά ως επί το πλείστον στον περιβαλλοντικό προσανατολισμό ο οποίος είναι αποτέλεσμα των προσωπικών επιλογών και αξιών του ίδιου του επιχειρηματία.
- Κατά περίπτωση (Ad hoc enviropreneur): Η συγκεκριμένη υποκατηγορία αφορά κυρίως στα οικονομικά κίνητρα τα οποία οδηγούν την επιχείρηση στην υιοθέτηση περιβαλλοντικών δράσεων. Το οικονομικό υπόβαθρο αναγορεύεται σε κύριο μέλημα και ακολούθως το περιβάλλον.

2.7.3 Κοινωνική επιχειρηματικότητα

Ως κοινωνική οικονομία μπορεί να οριστεί ο χώρος της οικονομίας που βρίσκεται μεταξύ του ιδιωτικού και του δημοσίου τομέα και στον οποίο διεξάγονται οικονομικές δραστηριότητες με κοινωνικούς σκοπούς και στόχους. Η κοινωνική οικονομία αναφέρεται σε οικονομικές δραστηριότητες επιχειρήσεων, φορέων και οργανισμών, των οποίων η ηθική, ο τρόπος λειτουργίας και οι στόχοι συνοψίζονται στη δραστηριοποίηση με στόχο να εξυπηρετηθούν τα μέλη τους ή το συλλογικό όφελος, τη διαχειριστική αυτονομία, τις δημοκρατικές διαδικασίες λήψης αποφάσεων και την ανάπτυξη δίνοντας προτεραιότητα στις ανάγκες των ανθρώπων και την απασχόληση (Σαρρή & Τριχοπούλου, 2012).

Οι οργανισμοί επομένως της κοινωνικής οικονομίας δημιουργούν θέσεις απασχόλησης, σύμφωνα με τις αρχές της κοινωνικής αλληλεγγύης, όπως είναι η εργασιακή ενσωμάτωση των κοινωνικών ομάδων που είναι αποκλεισμένες από την αγορά εργασίας, ενώ σε ορισμένες άλλες περιπτώσεις προσφέρουν κοινωφελείς υπηρεσίες. Η κοινωνική οικονομία δύναται να συνδέεται με τα ακόλουθα πεδία: κοινωνική ενσωμάτωση, τοπική ανάπτυξη, βιώσιμη ανάπτυξη, πρόληψη κοινωνικών ανισοτήτων, ενίσχυση του κοινωνικού ιστού, ενδυνάμωση του κοινωνικού κεφαλαίου, ανάπτυξη δημοκρατικών και συμμετοχικών δομών (Εθνικό Θεματικό Δίκτυο Κοινωνικής Οικονομίας, 2005).

Το 10% περίπου των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων θεωρείται ότι είναι κοινωνικές επιχειρήσεις απασχολώντας έντεκα εκατομμύρια εργαζομένους, ενώ το 10% των νέων θέσεων εργασίας που δημιουργήθηκαν τα τελευταία χρόνια στην Ευρωπαϊκή Ένωση σχετίζονται με δραστηριότητες της κοινωνικής οικονομίας. Η Κοινωνική Οικονομία αντιπροσωπεύει το 5,9% της συνολικής απασχόλησης και το 6,7% της μισθωτής απασχόλησης, με σημαντική αυξητική τάση στον τομέα αυτό, όπως αυτό προκύπτει από την Αιτιολογική Έκθεση του νομοσχεδίου για την «Κοινωνική Οικονομία και την Κοινωνική Επιχειρηματικότητα» που δημοσιεύτηκε το 2011.

Από την εμπειρία των περισσότερων χωρών συνάγεται ότι η ανάπτυξη των δραστηριοτήτων της κοινωνικής οικονομίας συμβάλλει σε:

- Την τόνωση του επιχειρηματικού πνεύματος.
- Τη δημιουργία των κατάλληλων συνθηκών απασχόλησης των ατόμων που αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην πρόσβαση στην αγορά εργασίας.
- Την κάλυψη των κοινωνικών υπηρεσιών, που δεν ήταν εύκολο να καλυφθούν με κάποιον διαφορετικό τρόπο (Χρυσάκης, Ζιώμας, Καραμητοπούλου, & Χατζηαντώνης, 2002).

Αναφορικά με την περίπτωση της Ελλάδας, είναι γεγονός ότι δεν υπήρχε μέχρι πρόσφατα κάποια αναγνώριση του τομέα της κοινωνικής οικονομίας και επιχειρηματικότητας και επομένως και των μορφών που συνδέονταν με το «επιχειρείν», την κοινή ωφέλεια και το κοινωνικό συμφέρον. Μέχρι και την ψήφιση του Νόμου για την Κοινωνική Οικονομία και την Κοινωνική Επιχειρηματικότητα [Νόμος 4019/2011 (ΦΕΚ 216/Α'/30.09.2011)], που έθεσε ουσιαστικά τις βάσεις της κοινωνικής οικονομίας στην Ελλάδα, η μόνη θεσμοθετημένη μορφή Κοινωνικής Επιχείρησης στην Ελλάδα, αποτέλεσαν οι Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (ΚοιΣΠΕ) (Νόμος 2716/1999, άρθρο 12), που είχαν ως στόχο την κοινωνική ενσωμάτωση των ατόμων με ψυχικά προβλήματα (Σαρρή & Τριχοπούλου, 2012).

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποίησε το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας (Global Entrepreneurship Monitor-GEM) το 2009, αναλύθηκε η κοινωνική επιχειρηματικότητα και διαπιστώθηκε ότι αφορά σε άτομα ή οργανισμούς, οι οποίοι επικεντρώνονται σε επιχειρηματικές δραστηριότητες που έχουν κοινωνικό ή περιβαλλοντικό χαρακτήρα, όπως είναι η ανακούφιση μειονεκτούσων ομάδων, η

ανακύκλωση, η λειτουργία πολιτιστικών χώρων, η παροχή κατ' οίκον υπηρεσιών φροντίδας σε ηλικιωμένους.

Σύμφωνα με την ίδια έρευνα, η κοινωνική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα αφορούσε στο 1,9% του πληθυσμού, όσο κατά μέσο όρο είναι και στις χώρες που βασίζονται στην κοινωνική οικονομία, ενώ η πλειοψηφία όσων ασχολούνταν με την εν λόγω μορφή επιχειρηματικότητας ήταν άνδρες.

Οι συνηθέστερες μορφές που λαμβάνει η κοινωνική επιχειρηματικότητα, είναι η τοπική Μη Κυβερνητική Οργάνωση, η Μη Κερδοσκοπική Κοινωνική Επιχειρηματικότητα, η Υβριδική Κοινωνική Επιχειρηματικότητα, η Κερδοσκοπική Κοινωνική Επιχειρηματικότητα. Από την εν λόγω έρευνα προέκυψε επίσης το συμπέρασμα ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα κερδίζει συνεχώς έδαφος και στην Ελλάδα, όπως συμβαίνει και σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες, με ιδιαίτερη δυναμική στις ομάδες των νέων ανθρώπων, υψηλού μορφωτικού και οικονομικού επιπέδου.

Η ανάπτυξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας μπορεί να ανακουφίσει τις ανάγκες της τοπικής κοινωνίας, όπου το κράτος δεν είναι σε θέση να το κάνει και ο ιδιωτικός τομέας ενδεχομένως τις θεωρεί ασύμφορες, όπως επίσης μπορεί να συμβάλλει σε σημαντικό βαθμό στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας (Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών – I.O.B.E., 2010).

2.7.4 Δημόσια επιχειρηματικότητα

Η δημόσια επιχειρηματικότητα πρεσβεύει μία μορφή επιχειρηματικότητας με διαφορετική έννοια και ερμηνεία από πολλούς οικονομολόγους. Κατά τους Terry & Gennotte (1993), ο δημόσιος τομέας είναι ο τομέας της δημόσιας διοίκησης στον οποίο δεν μπορεί, εκ φύσεως, να υπάρξει η έννοια της επιχειρηματικότητας λόγω των μη ιδιωτικών κεφαλαίων, καθώς τα διαθέσιμα ποσά του δημοσίου αποτελούν προϊόν κυρίως φορολογικών εισφορών και προορίζονται για κοινούς σκοπούς και κάλυψη αναγκών.

Από την άλλη πλευρά, σύμφωνα με τον Drucker (1985), ο δημόσιος τομέας είναι ζωτικής σημασίας να αρχίσει να λειτουργεί με οργάνωση και σύνεση, όπως ακριβώς πράττουν και οι επιχειρήσεις έτσι ώστε να οδηγηθεί σταδιακά στην κερδοφορία μέσα από ένα ενδεχόμενο ρίσκο.

Από τις δύο ανωτέρω θέσεις, διαπιστώνεται το πραγματικό χάσμα το οποίο επικρατεί μεταξύ των θέσεων σπουδαίων οικονομολόγων σχετικά με το συγκεκριμένο ζήτημα. Εν γένει, υποστηρίζεται ότι υφίσταται επιχειρηματική δραστηριότητα στο δημόσιο τομέα, ωστόσο μόνο στην περίπτωση που κάποιος εργαζόμενος διαχειρίζεται τους διαθέσιμους πόρους ενός οργανισμού ή μίας υπηρεσίας, προς μία κατεύθυνση υψηλότερου επιπέδου παραγωγικότητας. Ακόμα όμως και σε αυτήν την περίπτωση, η υψηλότερη παραγωγικότητα που θα δημιουργηθεί θα αφορά σε υπηρεσίες ή προϊόντα κοινωνικού χαρακτήρα με άμεση συνέπεια να ταυτίζονται η δημόσια με την κοινωνική επιχειρηματικότητα λόγω των πολυάριθμων κοινών χαρακτηριστικών των εν λόγω μορφών.

2.7.5 Η επιχειρηματικότητα ως αποτέλεσμα στοιχείων προσωπικότητας του επιχειρηματία (personality traits)

Η επιχειρηματικότητα συχνά θεωρείται ως το αποτέλεσμα των συνολικών στοιχείων της προσωπικότητας του εκάστοτε επιχειρηματία. Βασισμένη σε αυτόν ακριβώς τον παράγοντα, είναι η θεωρία της προσωπικότητας, σύμφωνα με την οποία τα άτομα προβαίνουν σε οποιαδήποτε επιχειρηματική δραστηριότητα ως αποτέλεσμα των συνολικών στοιχείων της προσωπικότητάς τους (Brockhaus & Horwitz, 1986).

Οι λόγοι οι οποίοι οδηγούν ένα άτομο προς την επιχειρηματική δραστηριότητα είναι οι ακόλουθοι και συνήθως έχουν άμεση σχέση με την προσωπικότητα του ατόμου:

- Η ενδόμυχη ανάγκη του ατόμου για επίτευξη των στόχων (Miner, Smith & Bracker, 1994): Το άτομο το οποίο υποκινείται εκ του συγκεκριμένου λόγου πράττει όλες τις απαιτούμενες δραστηριότητες προς την υλοποίηση του συγκεκριμένου σκοπού και σταματά αυτόματα αφού υλοποιηθεί ο στόχος αυτός (Bridge, O' Neil & Cromie, 2003).
- Η αυτάρκεια του ατόμου (Korunka, Frank, Lueger & Mugler, 2003): Ο όρος αυτός αναφέρεται στις προσδοκώμενες ικανότητες που θεωρεί ότι έχει το άτομο σε σχέση με αυτές που κατέχει στην πραγματικότητα. Η αυτάρκεια, σύμφωνα με την Bandura (1997), μπορεί να προκύψει είτε από τις εμπειρίες, είτε από την κοινωνική πειθώ, είτε από έμμεσες ικανότητες που μπορεί να έχει το εν λόγω άτομο.
- Η εγρήγορση του ατόμου στην επιχειρηματική δραστηριότητα (Kirzner, 1973): Η

έννοια αυτή αφορά στην ικανότητα που μπορεί να διαθέτει ένα άτομο ώστε να αναγνωρίζει την καλή επιχειρηματική ευκαιρία.

- Η ροπή στον κίνδυνο (Gartner, 1985): Αναφέρεται στην τάση την οποία έχει ένα άτομο προς την ανάληψη επιχειρηματικών κινδύνων.
- Η επιχειρηματική κουλτούρα (Schumpeter, 1934): Είναι το επιχειρηματικό πνεύμα του ατόμου και η εκπαίδευση αυτού σε σχέση με την επιχειρηματικότητα.
- Οι αρνητικοί ή οι θετικοί εξωτερικοί παράγοντες (Burkhardt & Schoenfeld, 2003): Αφορούν στις συνθήκες οι οποίες επικρατούν και επηρεάζουν την ψυχολογία των ανθρώπων ως προς την επιχειρηματική δράση.
- Η εσωτερική έδρα ελέγχου (Cromie, 2000): Αφορά στον τρόπο μέτρησης του ελέγχου της συμπεριφοράς των ατόμων.

Εκ των ανωτέρω, συνάγεται ότι η συμπεριφορά του ατόμου είναι πολυεπίπεδη, γεγονός το οποίο είναι σε θέση να επηρεάσει με καταλυτικό τρόπο την επιχειρηματική δραστηριότητα.

2.8 Δείκτες επιχειρηματικότητας

Οι δείκτες επιχειρηματικότητας είναι τα εργαλεία της επιχειρηματικότητας μέσα από τα οποία μπορούμε να διαπιστώσουμε τα επίπεδα της επιχειρηματικότητας που επικρατούν σε μία κοινωνία. Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε από το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (2012), η Ελλάδα κατά τα τελευταία έτη, δεδομένης και της οικονομικής κρίσης, παρουσιάζει σημαντικές μεταβολές στην οικονομική της κατάσταση. Η μέτρηση της επιχειρηματικότητας αποτελεί μία επίπονη και πολύπλοκη διαδικασία.

Ένας από τους βασικούς δείκτες μέτρησης αυτής, σύμφωνα με το Global Entrepreneurship Monitor (G.E.M), έχει άμεση σχέση με το επίπεδο των επιχειρηματιών στα πρώιμα στάδια της επιχειρηματικότητας. Ο εν λόγω δείκτης αφορά σε δύο (2) μεγάλες κατηγορίες ατόμων:

- 1) Τους νέους επιχειρηματίες.
- 2) Τους υποψήφιους επιχειρηματίες.

Με τον όρο νέοι επιχειρηματίες νοούνται οι επιχειρηματίες οι οποίοι έχουν ήδη ξεκινήσει την επιχειρηματική τους δραστηριότητα και έχουν καταβάλει τους μισθούς των

υπαλλήλων τους από τρεις (3) έως σαράντα δύο (42) μήνες. Ακολούθως, με τον όρο υποψήφιοι επιχειρηματίες προσδιορίζονται τα άτομα τα οποία έχουν πραγματοποιήσει ορισμένες από τις απαιτούμενες τυπικές ενέργειες για τη έναρξη δραστηριοτήτων και τείνουν προς την κατεύθυνση του επιχειρηματία.

Τα υψηλά ποσοστά του εν λόγω δείκτη επιχειρηματικότητας δεν θα πρέπει απαραίτητως να ταυτίζονται με την οικονομική ευημερία και ανάπτυξη της σχετικής δραστηριότητας. Τα ουσιώδη ζητήματα, ήτοι η καλή ποιότητα της επιχείρησης και το είδος αυτής συνιστούν τα κίνητρα του επιχειρηματία.

Η οικονομική σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ ενός κράτους (μίας ολοκληρωμένης οικονομίας) και του συγκεκριμένου δείκτη επιχειρηματικότητας είναι αρκετά σημαντική. Έχει παρατηρηθεί ότι σε αναπτυσσόμενα κράτη τα οποία διαθέτουν μέτρια έως χαμηλά κατά κεφαλήν εισοδήματα, στο εσωτερικό της οικονομίας τους δραστηριοποιούνται πολλές μικρές επιχειρήσεις, με αυξημένο ποσοστό ίδρυσης νέων και παύσης εργασιών κάποιων εξ αυτών, με άμεση συνέπεια τα υψηλά ποσοστά επιχειρηματικότητας σε αρχικά στάδια (I.O.B.E., 2012). Με την πάροδο των ετών καθώς και την εξέλιξη στο εσωτερικό της οικονομίας, σταδιακά, η οικονομία ενός αναπτυσσόμενου κράτους περνά στη φάση των ανεπτυγμένων οικονομιών όπου εκεί τα χαρακτηριστικά της οικονομίας διαφέρουν κατά πολύ (I.O.B.E., 2012).

Σύμφωνα με έρευνα του I.O.B.E. (2012), παρατηρείται επίσης, ότι χώρες οι οποίες παρουσιάζουν όμοια ή παρόμοια χαρακτηριστικά, όπως κοινές παραδόσεις και αξίες, εμφανίζουν παρόμοιες ή με μικρές διαφορές επιδόσεις στον τομέα της επιχειρηματικότητας, αναπτύσσοντας με αυτόν τον τρόπο ενιαία συστήματα-συστάδες (clusters). Ένα σημαντικό παράδειγμα, είναι η περίπτωση της Ε.Ε., η οποία παρουσιάζει χαμηλό επίπεδο επιχειρηματικότητας σε αρχικά στάδια λόγω του υψηλού κατά κεφαλήν εισοδήματος που χαρακτηρίζει τους πολίτες της.

Σύμφωνα με έρευνα του I.O.B.E. (2012), στη χώρα μας παρατηρείται σταδιακή μείωση του δείκτη επιχειρηματικότητας σε αρχικά στάδια, πράγμα το οποίο αποτελεί άμεση συνέπεια της οικονομικής κρίσης που βιώνει η Ελλάδα τα τελευταία δέκα (10) έτη της οικονομικής της πορείας. Εν συνεχεία, παρατίθεται ο σχετικός πίνακας 2.2 της εξέλιξης των βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας.

Πίνακας 2.2: Διαχρονική εξέλιξη των βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας

Έτη	Επίδοξη επιχειρ/τα	Νέα επιχειρ/τα	Επιχειρ/τα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένη επιχειρ/τα	Συνολική επιχειρ/τα	Πρόσθετη επιχειρ/τα
2007	4,6%	1,1%	5,7%	13,3%	18,7%	13,7%
2008	5,3%	4,6%	9,9%	12,6%	22,0%	16,6%
2009	4,5%	4,7%	8,8%	15,1%	23,6%	17,2%
2010	2,0%	3,5%	5,3%	14,2%	18,8%	14,4%
M.O.	4,4%	3,2%	7,5%	12,7%	19,9%	15,2%

Πηγή: I.O.B.E. (2012). *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010-2011*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

Ιδιαίτερης σημασίας είναι και τα ευρήματα της ίδιας έρευνας (I.O.B.E., 2012), σχετικά με τα ποσοστά στη συμμετοχή των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων ανά χώρα για το οικονομικό έτος 2010, έτος-ορόσημο για την παγκόσμια σύγχρονη οικονομία λόγω της εμφάνισης και εξάπλωσης της οικονομικής κρίσης.

Πίνακας 2.3: Ποσοστά συμμετοχής στις επιχειρηματικές δραστηριότητες ανά χώρα το 2010

Χώρες	Επίδοξοι επιχειρηματίες	Νέοι επιχειρηματίες	Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα
Χώρα Α	11,8%	12,3%	22,8%	12,6%	35,4%

Χώρα Β	6,7%	5,2%	11,7%	7,6%	19,3%
Αυστραλία	3,9%	4,0%	7,8%	8,5%	16,3%
Βέλγιο	2,3%	1,4%	3,7%	2,7%	6,4%
Δανία	1,8%	2,2%	3,8%	5,6%	9,3%
Φινλανδία	2,4%	3,4%	5,7%	9,4%	15,2%
Γαλλία	3,7%	2,3%	5,8%	2,4%	8,3%
Γερμανία	2,5%	1,8%	4,2%	5,7%	9,9%
Ελλάδα	2,0%	3,5%	5,3%	14,2%	18,8%
Ισλανδία	7,4%	3,3%	10,6%	7,4%	18,0%
Ισραήλ	4,4%	2,6%	5,7%	3,1%	8,8%
Ιταλία	3,2%	1,0%	2,3%	3,7%	6,1%
Ιαπωνία	1,3%	1,8%	3,3%	7,4%	10,7%
Κορέα	1,5%	4,8%	6,6%	11,2%	17,8%
Ολλανδία	1,8%	3,4%	7,2%	9,0%	16,2%
Νορβηγία	4,0%	3,4%	7,7%	6,7%	14,4%
Πορτογαλία	4,4%	2,8%	4,5%	5,4%	10,0%
Σλοβενία	1,8%	2,4%	4,7%	4,9%	9,6%
Ισπανία	2,2%	2,1%	4,3%	7,7%	12,0%
Σουηδία	2,3%	2,6%	4,9%	6,4%	11,3%
Ελβετία	2,0%	3,1%	5,0%	8,7%	13,7%
Ην. Βασίλειο	3,2%	3,3%	6,4%	6,4%	12,8%
Η.Π.Α.	4,8%	2,8%	7,6%	7,7%	15,3%
Μ.Ο. GEM	7,5%	7,0%	13,9%	9,3%	23,0%

Πηγή: I.O.B.E. (2012). *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010-2011*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

Ο ανωτέρω πίνακας 2.3 υποδεικνύει ότι το 18,8% του ενήλικου πληθυσμού της Ελλάδας παρουσίασε επιχειρηματική δραστηριότητα μέσα στο οικονομικό έτος 2010. Το γεγονός αυτό δύναται να συνιστά άμεση απόρροια του υφισταμένου υψηλού ποσοστού ανεργίας.

Η ίδια πηγή περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με την παύση εργασιών των

επιχειρηματικών δραστηριοτήτων κατά το ίδιο οικονομικό έτος. Παρατίθεται κάτωθι ο αντίστοιχος πίνακας 2.4:

Πίνακας 2.4: Παύση εργασιών επιχειρηματικής δραστηριότητας το 2010

ΧΩΡΕΣ	ΠΑΥΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ
Χώρα Α	12,5%
Χώρα Β	4,4%
Αυστραλία	2,7%
Βέλγιο	2,0%
Δανία	1,7%
Φιλανδία	1,8%
Γαλλία	2,5%
Γερμανία	1,5%
Ελλάδα	3,3%
Ισλανδία	3,4%
Ισραήλ	3,8%
Ιταλία	1,6%
Ιαπωνία	1,5%
Κορέα	1,6%
Ολλανδία	1,4%
Νορβηγία	2,6%
Πορτογαλία	2,6%
Σλοβενία	1,6%
Ισπανία	1,9%
Σουηδία	2,9%
Ελβετία	2,4%
Ην. Βασίλειο	1,8%

Η.Π.Α.	3,8%
M.O. GEM	3,6%

Πηγή: I.O.B.E. (2012). *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010-2011*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

Σημαινουσας αξίας δείκτες επιχειρηματικότητας για μία οικονομία, είναι οι δείκτες παύσης ή αναστολής επιχειρηματικών δραστηριοτήτων για ένα κράτος. Από τον ανωτέρω πίνακα, ανακύπτει το συμπέρασμα ότι κατά το οικονομικό έτος 2010, η παύση εργασιών σε πολλές επιχειρηματικές δραστηριότητες της Ελλάδας άγγιξε το 3,3%, ποσοστό το οποίο δεν είναι ιδιαίτερα υψηλό, ειδικά εάν ληφθεί υπόψη η τότε επικρατούσα δημοσιονομική στενότητα.

Καταληκτικά και μολονότι στη χώρα μας παρατηρείται υψηλό ποσοστό επιχειρηματικής δραστηριότητας, παρατηρείται παράλληλα υψηλό ποσοστό "θνησιμότητας" των επιχειρήσεων, με κυριότερο αίτιο, σύμφωνα με τους επιχειρηματίες, την έλλειψη κερδών και συνεπακόλουθα τη μη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων τους.

2.9 Συμπεράσματα

- Οι ποικίλοι ορισμοί που έχουν διατυπωθεί διαχρονικά αναφορικά με την επιχειρηματικότητα έχουν ως κοινό τους σημείο την εστίαση στην εκδήλωση επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- Ο επιχειρηματίας είναι το άτομο εκείνο το οποίο λαμβάνει τις αποφάσεις, αναλαμβάνει τους κινδύνους και οργανώνει το σύνολο των παραγωγικών συντελεστών στο εσωτερικό της επιχείρησης.
- Οι σημαντικότερες θεωρίες που έχουν αναπτυχθεί σε σχέση με την επιχειρηματικότητα είναι η Αυστριακή εκδοχή, η Γερμανική εκδοχή και η εκδοχή του Σικάγο.
- Οι σημαντικότεροι προσδιοριστικοί παράγοντες της επιχειρηματικότητας είναι ο επιχειρηματίας, το περιβάλλον, ο οργανισμός και η διαδικασία η οποία ακολουθείται ώστε να εγκαθιδρυθεί η επιχείρηση.
- Η μεικτή και η αμιγής επιχειρηματικότητα συνιστούν δύο (2) είδη

επιχειρηματικότητας, η διάκριση των οποίων έχει πραγματοποιηθεί με βάση το ρόλο που διαδραματίζει ο επιχειρηματίας στο εσωτερικό της επιχείρησής του.

- Η διάκριση της επιχειρηματικότητας σε κοινωνική και παραδοσιακή έχει ως κεντρικό άξονα τη συμπεριφορά του εκάστοτε επιχειρηματία.
- Η τεχνολογική επιχειρηματικότητα αφορά στην εισχώρηση νέων τεχνολογιών στην υφιστάμενη αγορά.
- Η γεωγραφική επιχειρηματικότητα επιφέρει την εδαφική μεταφορά της παραγωγικής διαδικασίας καινοτόμων αγαθών.
- Η κοινωνική επιχειρηματικότητα ενέχει την ανατροφοδότηση της αγοράς με προϊόντα και υπηρεσίες παλαιάς κοπής, σε μορφή διαφορετική από την αρχική τους.
- Οι κρατούσες μορφές επιχειρηματικότητας είναι η γυναικεία επιχειρηματικότητα, η πράσινη επιχειρηματικότητα, η κοινωνική επιχειρηματικότητα και η δημόσια επιχειρηματικότητα.
- Η επιχειρηματικότητα συχνά διαμορφώνεται σε σχέση με τα στοιχεία της προσωπικότητας του εκάστοτε επιχειρηματία.
- Οι δείκτες επιχειρηματικότητας πρεσβεύουν τα εργαλεία εκείνα μέσω των οποίων αποσαφηνίζονται τα επίπεδα επιχειρηματικότητας μίας κοινωνίας.

Λίστα Βιβλιογραφικών Αναφορών 2ου Κεφαλαίου

Ελληνική βιβλιογραφία

Αιτιολογική Έκθεση στο σχέδιο νόμου “Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα”. 2011. διαθέσιμο στο: <http://www.hellenicparliament.gr/UserFiles/2f026f42-950c-4efc-b950-340c4fb76a24/k-koin-nep-eis.pdf>

Εθνικό Θεματικό Δίκτυο Κοινωνικής Οικονομίας. (2005). *Οδηγός Ίδρυσης και Λειτουργίας Κοινωνικών Επιχειρήσεων*. Εθνικό Θεματικό Δίκτυο Κοινωνικής Οικονομίας, Αθήνα.

Ζήσης, Ι. (2003). *Πράσινο Επιχειρείν*. Υπουργείο Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και

Δημοσίων Έργων.

Θεοδωρίδη, Ε. (2007). *Γυναικεία επιχειρηματικότητα*. Μεταπτυχιακή εργασία στο Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών. (2012). *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010-2011*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών. (2010). *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009-2010: Αναζητώντας διέξοδο από την κρίση*. Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, Αθήνα.

Καραγιάννης, Α.Δ., Κορρές, Γ.Μ. & Ζαρίφης, Α. (2002). *Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη*. Εκδόσεις Διδακτικών Βιβλίων, Αθήνα.

Καραγιάννης, Η.Γ. & Μπακούρος, Ι.Λ. (2010). *Καινοτομία & Επιχειρηματικότητα. Θεωρία-Πράξη*. Εκδόσεις Σοφία, Θεσσαλονίκη.

Κορρές, Γ. & Χιόνης, Δ. (2003). *Οικονομική πολιτική ανάλυση βασικών μικρομεσαίων μεγεθών*. Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα.

Πέκκα – Οικονόμου, Β. & Χατζηδημητρίου, Ι. (2015). *Επιχειρηματικότητα και Μικρές Επιχειρήσεις*. Dreakins David & Freel Mark, Εκδόσεις Rosili.

Σαρρή, Κ. & Τριχοπούλου, Α. (2012). *Γυναικεία επιχειρηματικότητα - Προσέγγιση της Ελληνικής πραγματικότητας*. Εκδόσεις Rosili, Αθήνα.

Στρατηγάκη, Μ. (2005). *Επιχειρηματικότητα γυναικών – όψεις ιδιοκτησίας και διοίκησης (επιμέλεια τόμου)*. Εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα.

Χρυσάκης, Μ., Ζιώμας, Δ., Καραμητοπούλου, Ν. & Χατζηαντώνης, Δ. (2002). *Προοπτικές απασχόλησης στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας*. Εθνικό Ινστιτούτο Εργασίας, Αθήνα.

Storey, D. et al. (2011). *Επιχειρηματικότητα για μικρές και μικρομεσαίες επιχειρήσεις*. Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

- Bandura, A. (1997). *Self – efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change*. Journal of Psychological Review, 191-215.
- Bock, B. (2004). *Fitting in and multi – tasking: Dutch farm women’s strategies in rural entrepreneurship*. Sociologia Ruralis, 245-260.
- Bridge, S., O’ Neil, K. & Cromie, S. (2003). *Understanding Enterprise Entrepreneurship and Small Business (2nd Ed.)*. Palgrave Macmillan, Basingstoke.
- Brockhaus, R.H. & Horwitz, P.S. (1986). *The psychology of the entrepreneur*. [In Sexton D.L. & Smilor R.W. (Eds)]. MA Ballinger, Cambridge.
- Brush, C. (1992). *Research on woman business owners: Past trends, a new perspective and future directions*. Entrepreneurship Theory and Practice, 5-30.
- Burkhardt, H. & Schoenfeld, A.H. (2003). *Improving Educational Research: Toward a More Useful, More Influential, and Better-Funded Enterprise*. Sage Journals. available on: <http://journals.sagepub.com/doi/10.3102/0013189X032009003>.
- Butler, D. (2000), *Business Planning: A Guide to Business Start Up*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Bygrave, W.D. & Hofer, C.W. (1991). *Theorizing about entrepreneurship*. Entrepreneurship Theory and Practice, 13-22.
- Cantillon, R. (2010). *An essay on economic theory*. Auburn A.L. Ludwig von Mises Institute.
- Cantillon, R. (1734). *Essai sur la Nature du Commerce en General*. [Essay on the Nature of General Commerce] (Translated By Henry Higgs). London: Macmillan.
- Clamp, C.A. & Alhamis, I. (2010). *Social Entrepreneurship: the Mondragon Co-operative Corporation and the Challenges of Successful Replication*. Journal of Entrepreneurship,

148-177.

Cromie, S. (2000). *Assessing entrepreneurial implications: some approaches and empirical evidence*. *European Journal of Work and Organization Psychology*, 7-30.

Dees, G.J. (2001). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. The Kauffman Foundation.

Dollinger, M. (1999). *Entrepreneurship: Strategies and resources*. Prentice Hall, New Jersey.

Drucker, P.F. (1985). *The discipline of innovation*. *Harvard Business Review*.

Gartner, W.B. (1988). *Who is an entrepreneur? Is the wrong question*. *American Journal of Small Business*, 11-32.

Gartner, W.B. (1985). *A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation*. *Journal Academy of management review*, 696-706.

Gerrenova, T. (2015). *Nature and characteristics of green entrepreneurship*. *Trakia Journal of Sciences*, 321-323.

Global Entrepreneurship Monitor. (2009). *Global Report*. available on: <https://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/gem-2009-global-report.pdf>.

Hebert, R.F. & Link, A.N. (1989). *In Search of the Meaning of Entrepreneurship*. *Small Business Economics*, 1(1), 39-49.

Kirzner, I.M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago Press, Chicago.

Korunka, C., Frank, H., Lueger, M. & Mugler J. (2003). *The Entrepreneurial Personality in the Context of Resources, Environment and the Start-up Process - A configurational Approach*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23-42.

Martin, R.L. & Osberg, S. (2007). *Social Entrepreneurship: The Case for Definition*.

Stanford Social Innovation Review, 28-39.

Mill, J.S. (1848). *Principles of political economy*. London.

Miner, J.B., Smith, N.R. & Bracker, J.S. (1994). *Role of entrepreneurial task motivation in the growth of technically innovative firms: interpretations for follow – up data*. *Journal of Applied Psychology*, 627-630.

Petrin, T. (1997). *Entrepreneurship as an economic force in rural development*. [In F.A.O. Regional Office for Europe (edition)]. *Rural Development through Entrepreneurship*, 7-19.

Santos, F.M. (2009). *A positive theory of social entrepreneurship*. INSEAD, Fontainebleau, France.

Schaper, M. (2010). *The essence of ecopreneurship*. Greenleaf Publishing, 26-30.

Schumpeter, J.A. (1952). *Can Capitalism Survive?*. Harper & Row, New York.

Schumpeter, J.A. (1934). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harper and Row, New York.

Shackle, G.L.S. (2013). *Expectation, Enterprise and Profit*. London: Routledge.

Segal, G., Borgia, D. & Schoenfeld, J. (2005). *The motivation to become an entrepreneur*. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 42-57.

Terry, A.M. & Gennotte, G. (1993). *Variations in Economic Uncertainty and Risk Premiums on Capital Assets*. *European Economic Review*, 1021-1022.

Timmons, J.A. (1994). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century*. Irwin, Burr Ridge.

United Nations Economic Commission for Europe. (2004). *The status of statistics on women and men's entrepreneurship in the UNECE Region*. Region Symposium on Mainstreaming Gender into Economic Policies, Geneva.

Walley, E. & Taylor, D. (2002). *Opportunities, Champions, Mavericks, A typology of green entrepreneurs*. Greenleaf Publishing, 31-43.

Weiler, S. & Bernuasek, A. (2001). *Dodging the glass ceiling? Networks and the new wave of women entrepreneurs*. *The Social Science Journal*, 85-112.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η επιχειρηματικότητα στο σύγχρονο περιβάλλον

3.1 Εισαγωγή

Η επιχειρηματικότητα αποτελεί φλέγον ζήτημα άρρηκτα συνδεδεμένο με την οικονομική ανάπτυξη και όχι μόνο, μίας χώρας. Η έννοια της επιχειρηματικότητας, καθώς και τα υπόλοιπα οικονομικά μεγέθη, τόσο με την πάροδο των ετών όσο και με τις προσπάθειες που έχουν καταβληθεί, άλλαξε σταδιακά και εξελίχθηκε έως τη σημερινή της μορφή. Κρίσιμος παράγοντας της εν λόγω αλλαγής και εξέλιξης είναι ομολογουμένως και η οικονομική κρίση που μαστίζει τα τελευταία χρόνια, όχι μόνο την Ελλάδα αλλά και τις περισσότερες χώρες, κυρίως του Ευρωπαϊκού χώρου. Στο ανωτέρω πλαίσιο και με γνώμονα τη διευκόλυνση της επιχειρηματικότητας, συστάθηκαν ορισμένοι Διεθνείς Οργανισμοί ώστε να προάγουν και να υπερασπιστούν, εφόσον χρειαστεί, την επιχειρηματική διαδικασία.

Στο παρόν κεφάλαιο θα πραγματοποιηθεί μία εκτενής αναφορά της πολύπλοκης έννοιας της επιχειρηματικότητας στο σύγχρονο περιβάλλον οικονομικό περιβάλλον. Ειδικότερα, θα αναλυθεί η έννοια της επιχειρηματικότητας στον Ελλαδικό και Ευρωπαϊκό χώρο. Επιπρόσθετα, θα παρατεθούν οι σπουδαιότεροι Διεθνείς Οικονομικοί Οργανισμοί και οι σκοποί αυτών σε σχέση με την έννοια της επιχειρηματικότητας και τις διαδικασίες αυτής.

3.2 Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Η στάση των Ελλήνων πολιτών απέναντι στην επιχειρηματικότητα δεν μπορεί να χαρακτηριστεί ως απόλυτα θετική, ενώ η μέχρι πρότινος κρατούσα άποψη συσχέτιζε την επιχειρηματικότητα αποκλειστικά με τις μεγάλες επιχειρήσεις. Σημαντικό μέρος του πληθυσμού μέχρι πρόσφατα αντιμετώπιζε τον επιχειρηματία ως απατεώνα-τυχοδιώκτη, ενώ το κέρδος από την επιχειρηματική δραστηριότητα ήταν καταδικαστέο.

Πέραν των ανωτέρω, μια σημαντικά μεγάλη τάση ήταν να συνδέεται η επιχειρηματικότητα με την πρόσβαση στην εξουσία και τις προνομιακές σχέσεις που ανέπτυσαν οι επιχειρηματίες με το κράτος. Με τον τρόπο αυτόν, δημιουργούνταν ένα κλίμα το οποίο αποθάρρυνε τον πληθυσμό και ιδιαίτερα τους νέους να αναπτύξουν επιχειρηματική

δραστηριότητα στον ελληνικό χώρο, ιδιαίτερα σε τομείς αιχμής. Προς την κατεύθυνση αυτήν συνέβαλε και η στρέβλωση που υφίστατο και υφίσταται ακόμα και αφορά στις διαρκείς αλλαγές στο φορολογικό και θεσμικό πλαίσιο ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας, όπως επίσης και στη διαρκή έλλειψη ουσιαστικών κινήτρων. Ωστόσο, η τάση αυτή τα τελευταία χρόνια έχει αλλάξει σημαντικά με αποτέλεσμα πλέον να υφίστανται ίσες ευκαιρίες για όλους και ταυτόχρονα να υπάρχει η δυνατότητα οι άνθρωποι να μπορούν να ανταμείβονται με βάση την αποτελεσματικότητά τους και τα επιτεύγματά τους (Βαρσακέλης, Κουτσουλιάνος & Ζήκου, 2010).

Με την εμφάνιση της οικονομικής κρίσης, έγιναν σημαντικές προσπάθειες για να απλοποιηθούν οι διαδικασίες έναρξης μιας επιχείρησης καθώς και για την άρση των σημαντικών περιορισμών που είχαν συσσωρευτεί τα προηγούμενα χρόνια. Το 2011, στο πλαίσιο αυτό, οι διαδικασίες εγγραφής ολοκληρώνονταν σε ένα (1) και μόνο βήμα, αντί των δεκαπέντε (15) βημάτων που απαιτούνταν τα προηγούμενα χρόνια και σε μία (1) μόνο ημέρα αντί των δεκαεννέα (19) ημερών που απαιτούνταν και από ένα (1) και μοναδικό σημείο σε σχέση με τα οκτώ (8) σημεία που απαιτούνταν στο παρελθόν (OECD, 2011).

Στο πλαίσιο ερευνητικού προγράμματος που πραγματοποίησε το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας (GEM), έγινε διάκριση μεταξύ των δύο (2) τύπων επιχειρηματικότητας, ανάλογα με τα κίνητρα τα οποία μπορούν να κινητοποιήσουν το άτομο ως προς την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι εν λόγω τύποι παρατίθενται ως ακολούθως:

- 1) Η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας, που σχετίζεται με το κίνητρο της αξιοποίησης μίας πραγματικής επιχειρηματικής ευκαιρίας.
- 2) Η επιχειρηματικότητα που προκύπτει από ανάγκη, όπου το άτομο ωθείται στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας εξαιτίας της έλλειψης άλλων επιλογών εργασίας.

Αναφορικά με την ελληνική περίπτωση, η ύφεση που επικράτησε μετά το 2008 έχει επιδράσει καταλυτικά στον τρόπο ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας. Κατά τα πρώτα χρόνια μαζικής ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, το βασικό κίνητρο της ανάγκης μειώνονταν σημαντικά, ενώ μετά το 2008, η τάση αυτή φαίνεται να διακόπτεται απότομα. Ενδεικτικό είναι ότι τρεις (3) στους δέκα (10) επιχειρηματίες αναφέρουν ότι ασχολήθηκαν με την επιχειρηματικότητα κυρίως για λόγους ανάγκης. Αξιοσημείωτο δε

είναι ότι το ποσοστό αυτό παραμένει σταθερό σχεδόν καθ' όλη τη διάρκεια της κρίσης, γεγονός που σημαίνει ότι όσο και αν βαθαίνει η ύφεση, το ποσοστό αυτών που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά και κινητοποιούνται από την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών παραμένει σε υψηλά ποσοστά.

Η ανάπτυξη της μεταπολεμικής οικονομίας στην Ελλάδα είχε στηριχθεί σε μεγάλο βαθμό στην τεχνογνωσία και τις τεχνολογίες οι οποίες εισήχθησαν από το εξωτερικό. Για το ελληνικό παραγωγικό σύστημα, η μεταφορά τεχνολογίας που συντελέστηκε μέσω των διεθνών επενδύσεων, όπως επίσης οι τεχνολογικές συμφωνίες και τα κεφαλαιουχικά αγαθά αποτελούσαν τις βασικές πηγές των τεχνολογικών εισροών. Η πρώτη προσπάθεια που έλαβε χώρα στην Ελλάδα για την προσέλκυση άμεσων ξένων επενδύσεων, εκκίνησε κατά την πρώτη μεταπολεμική δεκαετία, καθώς τότε υιοθετήθηκαν και τα κατάλληλα μέτρα, τα οποία ωστόσο δεν απέδωσαν τα αναμενόμενα αποτελέσματα. Κατά τη διάρκεια των δεκαετιών του 1950 και 1960, είχε ήδη εκκινήσει η διαδικασία της εκβιομηχάνισης μέσω της μεταφοράς τεχνολογίας και της υποκατάστασης των εισαγωγών. Την εποχή αυτή η Ελλάδα αποτελούσε καταναλωτή της διεθνούς παραγόμενης έρευνας και ανάπτυξης, χωρίς ωστόσο η ίδια να μπορεί να παράξει από μόνη της κάποιες από τις τεχνολογικές τις απαιτήσεις, με αποτέλεσμα η χώρα να αντιμετωπίζει διαρκώς μια «τεχνολογική ανισορροπία». Οι εγχώριες καινοτομικές δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης ήταν σε πολύ χαμηλό βαθμό το μεγαλύτερο διάστημα της δεκαετίας του 1950, κάτι το οποίο πιστοποιείται από τη συμμετοχική δράση του ιδιωτικού τομέα (Κορρές, Κουρλιούρος & Τσομπάνογλου, 2016).

Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1970, η προοπτική ένταξης της χώρας στην Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα, σε συγκερασμό με τους υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης, δημιούργησαν ευνοϊκό περιβάλλον για την αύξηση των εισροών των άμεσων ξένων επενδύσεων, ενώ κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1980, ακολουθήθηκε μία πιο σαφής τεχνολογική πολιτική, ιδίως μέσω των επιχορηγήσεων, των φορολογικών ελαφρύνσεων καθώς και τη γενικότερη προσπάθεια της κυβέρνησης ώστε ο τεχνολογικός εξοπλισμός και η υποδομή της χώρας να αναβαθμιστούν και ει δυνατόν αναπτυχθούν.

Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1990, η χώρα προσπάθησε να εναρμονίσει τα οικονομικά της μεγέθη με εκείνα της Ευρωπαϊκής Ένωσης και έτσι εφαρμόστηκαν πολιτικές απελευθέρωσης του τραπεζικού και πιστωτικού συστήματος, με παράλληλες προσπάθειες μείωσης του πληθωρισμού και του δημοσίου χρέους. Οι εν λόγω πολιτικές είχαν ως

αποτέλεσμα να αυξηθούν οι εισροές των ετήσιων ξένων επενδύσεων, με τους βασικούς επενδυτές να προέρχονται από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ιδίως τη Γερμανία, τη Γαλλία, την Αγγλία, το Λουξεμβούργο, την Ολλανδία και το Βέλγιο (Κορρές, Κουρλιούρος & Τσομπάνογλου, 2016).

Η καινοτομική επιχειρηματικότητα αποτελεί βασική διάσταση της αναπτυξιακής διαδικασίας στη σύγχρονη ελληνική οικονομία, όπως μπορεί να διαπιστωθεί μέσα από έρευνες που έχουν εστιάσει στη διερεύνηση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα (Ιωαννίδης, 2004). Το σημαντικότερο χαρακτηριστικό του ελληνικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος είναι ότι κυριαρχούν η μικρή και μεσαία κλίμακα επιχειρήσεων, γεγονός που συνεπάγεται τη χαμηλή παραγωγικότητα και ανταγωνιστικότητα των ελληνικών επιχειρήσεων καθώς και τη χαμηλή συμμετοχή σε «προωθούμενες» δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης. Όπως αναφέρει ο Μπήτρος (2003), τα κύρια χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα είναι:

- Τα μικρά μεγέθη.
- Το περιορισμένο όραμα.
- Οι παρωχημένες δομές.
- Τα συστήματα οργάνωσης και διοίκησης.
- Το ανεπαρκές επίπεδο επιχειρηματικής κουλτούρας.

Η επιχειρηματική δραστηριότητα τις περισσότερες φορές στην Ελλάδα, φαίνεται να λαμβάνει τη μορφή μιας ατομικής ή οικογενειακής προσπάθειας κυρίως σε κλάδους που παρουσιάζουν χαμηλούς ρυθμούς μεγέθυνσης, χαμηλή κερδοφορία όπως και αυξημένη διείδυση των εισαγωγών. Αναφορικά με την ανάλυση της καινοτομικής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, κατά κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, διαπιστώνεται η ύπαρξη χαμηλής επιχειρηματικότητας στον πρωτογενή τομέα. Οι νέες επιχειρήσεις, παραμένουν εντάσεως εργασίας και όχι εντάσεως κεφαλαίου, ιδίως σε παραδοσιακούς κλάδους με χαμηλή προστιθέμενη αξία, ενώ έντονη προβληματικότητα υπάρχει στην εγχώρια επιχειρηματική δραστηριότητα στο δευτερογενή τομέα και ιδίως τη βιομηχανία (Kitsos, Korres & Hadjidima, 2006).

Κρίνεται σκόπιμο να επισημανθεί ότι η ανάληψη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στην Ελλάδα, τόσο από τους ίδιους τους Έλληνες όσο και από ξένους επιχειρηματίες, δυσχεραίνεται καθώς επικρατούν ένα σύνθετο και πολύπλοκο κανονιστικό και θεσμικό

πλαίσιο, ανεπαρκείς υποδομές ή υποδομές που υστερούν σε σχέση με τις ανταγωνιστικές, καθώς και υψηλό κόστος για τη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων, ιδίως τα χρόνια της οικονομικής κρίσης. Στην κατεύθυνση αυτή συντελούν ακόμη η ασθενής επιχειρηματική κουλτούρα, οι αναχρονιστικές διοικητικές αντιλήψεις και πρακτικές που επικρατούν ακόμα και σήμερα, το υψηλό εργατικό κόστος, όπως και η απουσία δικτύων, οικονομικών και κοινωνικών διασυνδέσεων (Κορρές, Κουρλιούρος & Τσομπάνογλου, 2016).

3.3 Η επιχειρηματικότητα στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Η Ευρωπαϊκή Ένωση ως ένα σύνολο κρατών κατέχει -εν αντιθέσει με την Ελλάδα- μία καλή θέση σε σχέση με την επιχειρηματικότητα στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον. Η εν λόγω καλή θέση είναι απόρροια των εντατικών πρόσφατων προσπαθειών και δεν ίσχυε ανέκαθεν. Σύμφωνα με τον Pfister (2001), παλαιότερα, στις περισσότερες χώρες όπου σήμερα ανήκουν στην Ε.Ε., οι πολίτες, λόγω του κοινωνικοπολιτικού καθεστώτος που επικρατούσε, ήταν πλήρως αποξενωμένοι από οποιαδήποτε επιχειρηματική δραστηριότητα. Με την πάροδο των ετών και έπειτα από πολλές προσπάθειες και ριζοσπαστικές αλλαγές στην «καρδιά» του συστήματος, η μέχρι τότε κρατούσα συνθήκη μετασηματίστηκε. Με τη σύσταση της Ε.Ε. η επιχειρηματικότητα έφθασε στο σημερινό της επίπεδο άνθησης.

Είναι ευρέως γνωστό ότι η επιχειρηματικότητα συνδέεται με την απασχόληση και την οικονομική ανάπτυξη μίας χώρας. Η ίδρυση νέων επιχειρήσεων, που τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο ευδοκίμει στον ευρωπαϊκό χώρο, έχει ως άμεσο επακόλουθο τη δημιουργία θέσεων εργασίας σε ευρωπαϊκό επίπεδο και τη μείωση του ποσοστού της ανεργίας της Ευρώπης (Κορρές, Κουρλιούρος & Τσομπάνογλου, 2016).

Η παρούσα χρονική στιγμή βρίσκει την Ε.Ε. να υλοποιεί περισσότερα από εικοσιπέντε (25) προγράμματα χρηματοδότησης νέων επιχειρήσεων όλων των ειδών. Το εν λόγω γεγονός συνιστά ένα σημαντικό κίνητρο για τις νέες επιχειρήσεις σχετικά με την είσοδό τους στην επιχειρηματική δραστηριότητα της ευρωπαϊκής αγοράς. Η επιτυχία της ευρωπαϊκής επιχειρηματικής δραστηριότητας, βασίζεται κυρίως στην κουλτούρα των πολιτών της.

Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα αποτελεί το περιορισμένο όραμα των επίδοξων επιχειρηματιών, ενώ η συνθήκη

αυτή στην Ε.Ε. δεν ισχύει. Οι άνθρωποι που προβαίνουν σε μία επιχειρηματική κίνηση διαμορφώνουν το όραμα της οικονομικής μονάδας, χωρίς συγκεκριμένο χρονικό περιθώριο λήξης του, πράγμα το οποίο τις καθιστά εξαιρετικά οργανωμένες, με προσχεδιασμένες επιχειρηματικές λύσεις για τα τυχόν εμπόδια που θα συναντήσουν στην πορεία τους (Ιωαννίδης, 2004).

3.4 Διεθνείς Οργανισμοί και Επιχειρηματικότητα

Σημαντική σχέση εντοπίζεται μεταξύ Διεθνών Οργανισμών και επιχειρηματικότητας. Η σύσταση των Διεθνών Οργανισμών έλαβε χώρα με σκοπό τη διευθέτηση των εθνικών σχέσεων και συναλλαγών μεταξύ των κρατών. Το σύνολο των κρατών-μελών διαθέτουν κοινό θεσμικό και νομικό πλαίσιο διότι μέσω αυτού επιτυγχάνονται κοινωνικές, πολιτικές και οικονομικές διευθετήσεις των κρίσιμων κρατικών ζητημάτων (Παπαγεωργίου & Χιόνης, 2003).

Ένας ακόμη ορισμός για τους Διεθνείς Οργανισμούς δίδεται από τον Ζαχαριάδη-Σούρα (2004), ο οποίος τους ορίζει ως ένα συνολικό αριθμό χωρών οι οποίες διέπονται από κοινό θεσμικό και νομικό πλαίσιο με κοινό σκοπό και ανεξάρτητα θεσμικά όργανα. Οι Οργανισμοί αυτοί απαρτίζονται σήμερα από διακόσια (200) ανεξάρτητα κράτη.

Οι σημαντικότεροι οικονομικοί Διεθνείς Οργανισμοί οι οποίοι έχουν άμεση σχέση με την επιχειρηματικότητα παρατίθενται ως ακολούθως:

- ♦ Όμιλος Παγκόσμιας Τράπεζας: Ο κύριος στόχος του συγκεκριμένου Οργανισμού είναι η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και η εξέλιξη των αναπτυσσόμενων χωρών. Ο εν λόγω Διεθνής Οργανισμός απαρτίζεται από πέντε (5) βασικά εκτελεστικά όργανα και συγκεκριμένα τη Διεθνή Τράπεζα Ανασυγκρότησης και Ανάπτυξης, το Διεθνή Οργανισμό Χρηματοδότησης, το Διεθνή Οργανισμό Ανάπτυξης, τον Οργανισμό Πολυμερούς Ασφάλισης Επενδύσεων και το Διεθνές Κέντρο για την επίλυση διαφορών που σχετίζονται με επενδύσεις (Νάσκου - Περράκη, 2005).
- ♦ Αφρικανική Τράπεζα Ανάπτυξης: Ο εν λόγω Διεθνής Οργανισμός έχει ως στόχο την προώθηση των απαραίτητων επενδύσεων στην αφρικανική περιοχή. Επιπλέον, χρηματοδοτεί επενδυτικά προγράμματα για την εξέλιξη και τη βιώσιμη κατάσταση στην αφρικανική Ήπειρο (Παπαγεωργίου & Χιόνης, 2003). Ο σημαντικότερος της

σκοπός είναι η χρηματοδότηση κοινωνικών και οικονομικών προγραμμάτων τα οποία στοχεύουν στην ανάπτυξη της αφρικανικής περιοχής (Παπαγεωργίου & Χιόνης, 2003).

- ◆ Ασιατική Τράπεζα Ανάπτυξης: Πρωταρχικές της επιδιώξεις αποτελούν η καταπολέμηση της φτώχειας, η οικονομική ανάπτυξη της ηπείρου, η διευθέτηση της ισότητας του γυναικείου φύλου και η ανάπτυξη του χαμηλού βιοτικού επιπέδου των ανθρώπων (Παπαγεωργίου & Χιόνης, 2003).
- ◆ Ευρωπαϊκή Τράπεζα Ανασυγκρότησης και Ανάπτυξης: Βασικό της στόχο συνιστά η ομαλή εισαγωγή της ευρωπαϊκής οικονομίας στην ανοικτή αγορά και η εξέλιξη της πρωτοβουλίας των ατόμων (Παπαγεωργίου και Χιόνης, 2003).
- ◆ Διεθνές Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης: Σκοπός του Διεθνούς αυτού Ταμείου είναι η χρηματοδότηση κατάλληλων προγραμμάτων αγροτικής σημασίας και η εξισορρόπηση του αγροτικού κλάδου με τους υπόλοιπους τομείς της οικονομίας (Παπαγεωργίου & Χιόνης, 2003).
- ◆ Γενική Συμφωνία Δασμών και Εμπορίου: Υψίστης σημασίας ζήτημα είναι η διευθέτηση θεμάτων σχετικά με τον τομέα του εμπορίου μεταξύ των συμβαλλόμενων χωρών και η δημιουργία καθώς και διατήρηση, ενός ενιαίου συστήματος κανόνων εμπορίου (Χατζηδημητρίου, 2003).
- ◆ Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου: Ο εν λόγω Οργανισμός δημιουργεί τις συμβάσεις εκείνες οι οποίες διέπουν τις σχέσεις μεταξύ των κρατών και επικεντρώνονται σε θέματα σχεδιασμού και εφαρμογής κανόνων από πλευράς κυβερνήσεων (Παπαγεωργίου & Χιόνης, 2003).
- ◆ Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων: Γνώμονας της εν λόγω Τράπεζας είναι η οικονομική συνοχή και εξέλιξη των χωρών της Ε.Ε. (Χατζηδημητρίου, 2003).
- ◆ Τράπεζα Εμπορίου και Ανάπτυξης του Εύξεινου Πόντου: Στόχος της αποτελεί αποκλειστικά η ανάπτυξη από οικονομικής σκοπιάς των χωρών που την απαρτίζουν (Χατζηδημητρίου, 2003).
- ◆ Διεθνές Νομισματικό Ταμείο: Σκοπός του συγκεκριμένου μηχανισμού είναι η οικονομική κυρίως υποστήριξη των χωρών που τον απαρτίζουν. Λειτουργεί ως τράπεζα και χρηματοδοτεί κοινωνίες αλλά και προγράμματα που το έχουν ανάγκη. Επιπλέον, τελεί σε άμεση σχέση με τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών (Σπυρόπουλος,

2004).

Οι ανωτέρω Οικονομικοί Διεθνείς Οργανισμοί σχετίζονται στενά με την επιχειρηματικότητα που διαδραματίζεται σε διεθνές επίπεδο, καθόσον αποτελούν στην πλειοψηφία των περιπτώσεων, τους χρηματοδότες της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

3.5 Συμπεράσματα

- Οι απόψεις αναφορικά με τις έννοιες της επιχειρηματικότητας και του επιχειρηματία ήταν κατά βάση αρνητικές μέχρι και προσφάτως στην Ελλάδα.
- Μεταξύ των σύγχρονων διαρθρωτικών αλλαγών στο ελληνικό επιχειρηματικό πλαίσιο συγκαταλέγονται η επιτάχυνση των διαδικασιών εγγραφής και έναρξης των επιχειρήσεων.
- Η Ευρωπαϊκή Ένωση επιδεικνύει πλέον έντονο ενδιαφέρον γύρω από την επιχειρηματικότητα και τις επιμέρους συνιστώσες αυτής.
- Οι σημαντικότεροι διεθνείς οικονομικοί οργανισμοί είναι: ο Όμιλος Παγκόσμιας Τράπεζας, η Αφρικανική Τράπεζα Ανάπτυξης, η Ασιατική Τράπεζα Ανάπτυξης, η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Ανασυγκρότησης και Ανάπτυξης, το Διεθνές Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης, η Γενική Συμφωνία Δασμών και Εμπορίου, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου, η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων, η Τράπεζα Εμπορίου και Ανάπτυξης του Εύξεινου Πόντου και το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο.

Λίστα Βιβλιογραφικών Αναφορών 3ου Κεφαλαίου

Ελληνική βιβλιογραφία

Βαρσακέλης, Ν., Κουτσουλιάνος, Χ. & Ζήκου, Ε. (2010). *Αυτοδιοίκηση και Επιχειρηματικότητα, Πολιτικές για την Ανάπτυξη της Επιχειρηματικότητας*. Κοινοφελής Δημοτική Επιχείρηση Κοινωνικής Πρόνοιας και Αρωγής Καλαμαριάς, Θεσσαλονίκη.

Ζαχαριάδης-Σούρας, Δ. (2004). *Διεθνείς Οικονομικοί Οργανισμοί*. Εκδόσεις Σταμούλη,

Αθήνα.

Ιωαννίδης, Σ. (2004). *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα*. IOBE, Αθήνα.

Κορρές, Γ., Κουρλιούρος, Η. & Τσομπάνογλου, Γ. (2016). *Χωρική και Τοπική Κοινωνική-Οικονομική Ανάπτυξη*. Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη, Αθήνα.

Μπήτρος, Π. (2003). *Οι ανοιχτές πληγές της Ελληνικής Βιομηχανίας*. Οικονομικός Ταχυδρόμος.

Νάσκου-Περράκη, Π. (2005). *Το δίκαιο των Διεθνών Οργάνων: Η θεσμική διάσταση*. Εκδόσεις Σάκουλας, Κομοτηνή.

Παπαγεωργίου, Π. & Χιόνης, Δ. (2003). *Διεθνής Επιχειρηματική Δραστηριότητα και Οργανισμοί*. Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.

Σπυρόπουλος, Ο. (2004). *Διεθνείς Οικονομικοί Οργανισμοί*. Εκδόσεις Διόνικος, Αθήνα.

Χατζηδημητρίου, Ι. (2003). *Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες*. Εκδόσεις Αννικούλα, Θεσσαλονίκη.

Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

Kitsos, C., Korres, G. & Hadjidima, S. (2006). *Innovation Activities. A Study for the Determinant Factors and the Role of Female Entrepreneurship in Greek Enterprises*. International Proceedings of the 6th Pan-Hellenic International Conference of the National Statistical Institute.

OECD. (2011). *OECD Economic Surveys: Greece 2011*. OECD Publishing.

Pfister, U. (2001). *Women's bread – men's capital: the domestic of small textile entrepreneurs in rural Zurich in the 17th and 18th centuries*. *History of the Family*, 149.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Επιχειρηματικότητα και οικονομική ανάπτυξη

4.1 Εισαγωγή

Η επιχειρηματικότητα συνιστά ένα από τα απαραίτητα στοιχεία μίας οικονομίας, ώστε να επέλθει η οικονομική ανάπτυξη του κράτους. Οι Hebert & Link (1989) αναφέρουν ότι η σύνδεση μεταξύ επιχειρηματικότητας και οικονομικής ανάπτυξης πραγματοποιείται λόγω δύο (2) βασικών ρόλων που διαδραματίζει στο οικονομικό σύστημα η επιχειρηματικότητα. Οι δύο (2) αυτοί βασικοί ρόλοι είναι η νέα είσοδος και το νέο στοιχείο.

Με τον όρο "νέα είσοδος" γίνεται αναφορά στον επιχειρηματία ο οποίος επιχειρεί μία νέα επιχειρηματική δραστηριότητα, ανεξαρτήτως εάν αυτή αποτελεί νέα ιδέα ή όχι. Τα αποτελέσματα της νέας αυτής δραστηριότητας είναι αφενός νέοι φορολογικοί πόροι για τον κρατικό φορέα και αφετέρου μείωση της ανεργίας λόγω της αύξησης των διαθέσιμων θέσεων εργασίας και συνεπακόλουθα της απασχόλησης του εν δυνάμει ανθρώπινου δυναμικού (Hebert & Link, 1989).

Ο όρος "νέο στοιχείο" αφορά στον επιχειρηματία εκείνον, ο οποίος να μεν εισέρχεται στην οικονομική αγορά αλλά υπό τη μορφή μίας καινοτόμας και σύγχρονης ιδέας την οποία κάνει πράξη (Baumol, 1993). Ο συγκεκριμένος ρόλος της επιχειρηματικότητας αναδεικνύει τη σημασία της καινοτομίας στην οικονομική ανάπτυξη.

Η επιχειρηματικότητα επηρεάζοντας πολυάριθμα οικονομικά μεγέθη, επί παραδείγματι το Α.Ε.Π., τα φορολογικά έσοδα, την απασχόληση και την ανταγωνιστικότητα δύναται να επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό τη συνολική εικόνα μίας οικονομίας, όπως θα αναδειχθεί στη συνέχεια της ανά χείρας εργασίας.

4.2 Επιχειρηματικότητα και Απασχόληση

Η επιχειρηματικότητα και η απασχόληση είναι δύο (2) άρρηκτα συνδεδεμένες μεταβλητές των οποίων η σχέση επηρεάζει καταλυτικά την οικονομική ανάπτυξη του συνόλου της οικονομίας. Η επιχειρηματικότητα εκφράζεται μέσω της δημιουργίας των νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Προκειμένου να υλοποιηθούν οι επιχειρηματικές

δραστηριότητες τις οποίες έχει συλλάβει και σκοπεύει να εφαρμόσει ο επιχειρηματίας, απαιτείται, πέραν του απαραίτητου εξοπλισμού, το κατάλληλο εργατικό δυναμικό.

Η ίδρυση μίας νέας επιχείρησης επηρεάζει αυτομάτως την απασχόληση της εκάστοτε οικονομίας, καθώς με την ίδρυση σηματοδοτείται αρχικώς η εμφάνιση νέων θέσεων εργασίας και εν συνεχεία η κατάληψη αυτών από το εργατικό δυναμικό με τελική έκβαση τη μείωση της ανεργίας. Τον ανωτέρω ισχυρισμό έρχεται να επιρρώσει ο Acs (1992), μέσα από έρευνα που πραγματοποίησε σχετικά με τη συμβολή των μεσαίων επιχειρήσεων στην οικονομική ζωή ενός τόπου. Συγκεκριμένα, υποστήριξε ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δημιουργούν συνθήκες οικονομικής ανάπτυξης λόγω των θέσεων απασχόλησης που δημιουργούν και των καινοτομιών που εφαρμόζουν στην αγορά.

Σύμφωνα με τους Audretsch et al. (2002), παρατηρείται ότι στις χώρες οι οποίες κατέχουν υψηλά ποσοστά νέων επιχειρήσεων μειώνεται σε συντριπτικό βαθμό και η ανεργία. Άξιο αναφοράς είναι το παράδειγμα των Κάτω Χωρών κατά τη δεκαετία του 1990. Κατά τη συγκεκριμένη δεκαετία και ειδικότερα μεταξύ των ετών 1994-1998, το 8% των ταχέως αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων κάλυψαν το 60% των θέσεων εργασίας, με αποτέλεσμα να μειώσουν σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα τα ποσοστά της ανεργίας που επικρατούσαν κατά την υπό συζήτηση περίοδο (Entrepreneurship in the Netherland, 2002).

Εκ των ανωτέρω, διαφαίνεται η σχέση μεταξύ απασχόλησης και οικονομικής ανάπτυξης σε οποιοδήποτε κράτος.

4.3 Επιχειρηματικότητα και Δημιουργία Νέων Επιχειρήσεων

Είναι κοινώς αποδεκτό ότι προκειμένου να σημειωθεί αύξηση του επιπέδου της επιχειρηματικότητας, απαραίτητο στοιχείο είναι οι επιχειρήσεις και η ανάπτυξη αυτών. Όπως διατυπώθηκε και σε προηγούμενη ενότητα, οι νέες επιχειρήσεις οδηγούν σε μείωση της ανεργίας μέσω των θέσεων εργασίας που δημιουργεί η ιδρυτική τους διαδικασία. Προϋπόθεση ωστόσο, για τη σύσταση νέων επιχειρήσεων είναι η επιθυμία του ατόμου σχετικά με τη δημιουργία μίας νέας επιχειρηματικής μονάδας να διέπεται και από τα ανάλογα επιχειρηματικά κίνητρα. Το επιχειρηματικό κίνητρο είναι το στοιχείο εκείνο, το οποίο οδηγεί το άτομο προς την κατεύθυνση της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Κατά τον Καραγιάννη (1999), τα επιχειρηματικά κίνητρα διαχωρίζονται σε τρεις (3)

μεγάλες κατηγορίες:

- 1) Τα θετικά επιχειρηματικά κίνητρα: Ως θετικά επιχειρηματικά κίνητρα ορίζονται τα κίνητρα εκείνα τα οποία κατευθύνουν το άτομο προς μία επιχειρηματική δραστηριότητα με σκοπό το άτομο αυτό να αναπτύξει επαγγελματική σταδιοδρομία.
- 2) Τα αρνητικά επιχειρηματικά κίνητρα: Είναι τα κίνητρα τα οποία ωθούν το άτομο στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας, η οποία ωστόσο υποκινείται από υφιστάμενη ανάγκη (επί παραδείγματι απώλεια εργασίας).
- 3) Τα ουδέτερα επιχειρηματικά κίνητρα: Στην εν λόγω κατηγορία περιλαμβάνονται άλλου είδους κίνητρα, όπως η τύχη, τα οποία στην πραγματικότητα δεν διέπονται από την ικανοποίηση κάποιας βαθύτερης ανάγκης του ατόμου.

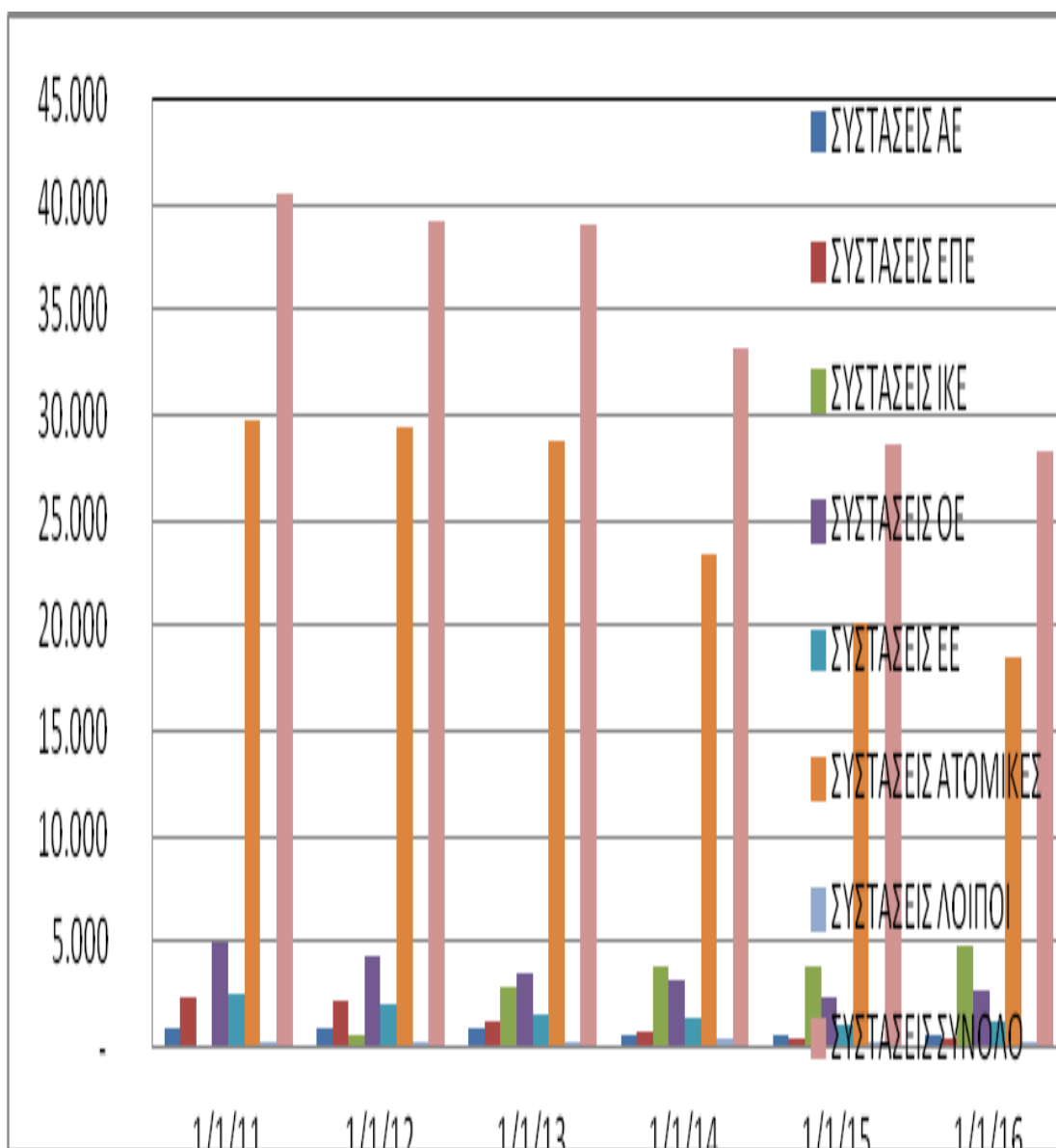
Συμπερασματικά, η ανωτέρω κατηγοριοποίηση επικεντρώνεται στους λόγους για τους οποίους το άτομο σκοπεύει να ασκήσει επιχειρηματική δραστηριότητα.

Ακολούθως, παρατίθενται οι σημαντικότεροι λόγοι, για τους οποίους ένα άτομο αναπτύσσει επιχειρηματικά κίνητρα σύμφωνα με πολλούς ερευνητές:

- Η δημιουργικότητα.
- Το κέρδος.
- Η εξουσία.
- Το κοινωνικό κύρος.
- Η ανεξαρτησία.
- Η απώλεια της παλαιάς εργασίας.

Η δημοσιονομική κρίση που πλήττει την Ελλάδα κατά τα τελευταία χρόνια επέφερε, μεταξύ άλλων, καίριο πλήγμα στα ποσοστά σύστασης επιχειρήσεων. Προς επίρρωση της ανωτέρω διαπίστωσης ακολουθεί σχετική διαγραμματική απεικόνιση με περίοδο αναφοράς το χρονικό διάστημα μεταξύ 2011 και 2016.

Σχήμα 4.1: Διαγραμματική απεικόνιση συστάσεων νέων επιχειρήσεων



Πηγή: Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.), Υπουργείο Οικονομίας και Ανάπτυξης.

Είναι ευλογοφανές πως το σύνολο των επιχειρήσεων που συστήθηκαν το 2011 προσέγγισε τις 40.000, ενώ διαχρονικά και με δεδομένη την κακή δημοσιονομική συγκυρία της χώρας, ο αντίστοιχος αριθμός μειώθηκε περί τις 27.000 νεοσυσταθείσες επιχειρήσεις με έτος αναφοράς το 2016.

Εκ των ανωτέρω συνάγεται η ανάγκη για διαρθρωτική εξυγίανση και αναπροσανατολισμό της εθνικής οικονομίας με γνώμονα την επίτευξη μίας ολοκληρωμένης

οικονομικής ανάπτυξης.

4.4 Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία

Είναι γεγονός ότι η σημασία της καινοτομικής επιχειρηματικότητας είναι ιδιαίτερα σημαντική, τόσο σε εθνικό όσο και σε περιφερειακό επίπεδο. Οι επενδύσεις στον τομέα της έρευνας και ανάπτυξης, καθώς και η εισαγωγή νέων τεχνολογιών, έχουν ως στόχο τον εκσυγχρονισμό της παραγωγικής διαδικασίας και την ποιοτική αναβάθμιση των προϊόντων, αποτελώντας σημαντικούς παράγοντες για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Οι νέες τεχνολογίες οδηγούν σε αύξηση της παραγωγικότητας των συντελεστών παραγωγής, συμβάλλοντας στη μακροχρόνια βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, ενώ θα πρέπει να επισημανθεί ότι η καινοτομική επιχειρηματικότητα αποτελεί σημαντική συνιστώσα του οικονομικού συστήματος και της οικονομικής ανάπτυξης (Korres & Tsobanoglou, 2005).

Η καινοτομική δραστηριότητα των επιχειρήσεων μίας χώρας αποτελεί χαρακτηριστικό μέτρο της αξιολόγησης της ανταγωνιστικότητας καθώς και του επιπέδου ανάπτυξης για το σύνολο της χώρας. Οι επιχειρήσεις επενδύουν στην καινοτομία, προκειμένου να δημιουργήσουν νέα προϊόντα ή παραγωγικές διαδικασίες, ενώ παράλληλα επιδιώκουν να αναπτύξουν και να διατηρήσουν την ικανότητά τους, για την υιοθέτηση και εκμετάλλευση των τεχνολογικών πληροφοριών, οι οποίες είναι διαθέσιμες από εξωτερικούς για την επιχείρηση φορείς (Cohen & Levithal, 1989).

Αναφορικά με τις επενδύσεις που σχετίζονται με την εισαγωγή των νέων τεχνολογιών, σημειώνεται ότι έχουν ως στόχο τον εκσυγχρονισμό της παραγωγικής διαδικασίας και την ποιοτική αναβάθμιση των προϊόντων, αποτελώντας έναν από τους βασικούς αναπτυξιακούς μοχλούς των επιχειρήσεων. Η εισαγωγή νέων τεχνολογιών, οδηγεί σε αύξηση της παραγωγικότητας και των συντελεστών παραγωγής, συμβάλλοντας σε μακροχρόνιο επίπεδο στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας. Οι επιχειρήσεις σε κάθε παραγωγικό κλάδο, ιδίως σε εκείνες που δραστηριοποιούνται στον τομέα της υψηλής τεχνολογίας, θα πρέπει αρχικώς να αποδεχθούν και εν συνεχεία ενσωματώσουν και τελικώς εφαρμόσουν τη νέα γνώση στην επιχείρησή τους, προκειμένου να καταστεί δυνατή η εμπορευματοποίησή της και εν τέλει η παραγωγή νέας τεχνολογίας.

Η καινοτομία θεωρείται ιδιαίτερα σημαντική για μια επιχειρηματική δραστηριότητα

για τους εξής τρεις (3) κυρίως λόγους:

- 1) Μία επιχείρηση που αναπτύσσει προγράμματα έρευνας & ανάπτυξης έχει τη δυνατότητα να αποκτήσει νέες πληροφορίες και γνώση που ενσωματώνονται στα νέα προϊόντα και τις νέες διαδικασίες παραγωγής και προώθησης των προϊόντων. Μέσω της καινοτομίας η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να αναπτύξει νέα προϊόντα και διαδικασίες αποκτώντας πλεονέκτημα σε σχέση με τους ανταγωνιστές της.
- 2) Μία επιχείρηση με προγράμματα έρευνας & ανάπτυξης έχει τη δυνατότητα να αναπτύξει και διατηρήσει ικανότητες απορρόφησης και επέκτασης των καινοτομιών, όπως επίσης και να αφομοιώσει και εκμεταλλευτεί τη νέα γνώση και την τεχνολογία που έχει παραχθεί αλλού.
- 3) Η επιτυχία που διαπιστώνεται σε θέματα έρευνας & ανάπτυξης, παρόλο που μπορεί να συμβάλλει σημαντικά, δεν οδηγεί αυτόματα στην οικονομική επιχειρηματική επιτυχία, ενώ τα νέα προϊόντα και οι διαδικασίες δεν παράγουν οφέλη, παρά μόνο όταν εμπορευματοποιούνται (Κορρές, Κουρλιούρος & Τσομπάνογλου, 2016).

4.5 Επιχειρηματικότητα και Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα

Το επίπεδο της ανταγωνιστικότητας που κατέχει μία επιχείρηση στην αγορά στόχο συνιστά κρίσιμο ενδείκτη της επιτυχίας και του επιπέδου ανάπτυξης αυτής. Η έννοια της ανταγωνιστικότητας δύναται να αναφέρεται σε επιχειρήσεις είτε εντός των γεωγραφικών ορίων ενός κράτους είτε σε παγκόσμιο επίπεδο. Σύμφωνα με τον Μπουραντά (2015), ως έννοια η ανταγωνιστικότητα ορίζεται ως η ικανότητα που διαθέτει το κάθε άτομο ή ομάδα ατόμων να διεκδικεί και τελικά να παίρνει αυτό το οποίο θεωρεί ότι του ανήκει, είτε σε μικροοικονομικό είτε σε μακροοικονομικό επίπεδο.

Προϋπόθεση ώστε να επέλθει ανταγωνιστικότητα σε εθνικό επίπεδο και εν συνεχεία συμβολή αυτής στην οικονομική ανάπτυξη μίας κοινωνίας, είναι να δημιουργηθούν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στις επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται εντός του κράτους. Σύμφωνα με τον Ma (1999), το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μεταξύ των επιχειρήσεων, ορίζεται ως το αποτέλεσμα το οποίο προκύπτει από τα χαρακτηριστικά αυτών, παρέχοντάς τους τη δυνατότητα να δημιουργούν υψηλότερη αξία (ποιοτική ή ποσοτική) απέναντι στις λοιπές επιχειρήσεις. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, δηλαδή, είναι

η διαφορετικότητα έναντι των υπολοίπων οικονομικών μονάδων. Η απόκτηση ενός ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος μίας επιχείρησης, σε ένα συγκεκριμένο τομέα εξυπηρέτησης (target group) αντικατοπτρίζει για τη συγκεκριμένη επιχείρηση, υψηλότερη αποδοτικότητα και κατ' επέκταση μεγαλύτερη κερδοφορία. Χρήζει αναφοράς το γεγονός ότι η απόκτηση μίας ανώτερης επίδοσης για το σύνολο μίας επιχειρηματικής δραστηριότητας, αποτελείται από πολλά συνολικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και όχι μόνο από ένα.

Δύο (2) είναι τα βασικά είδη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος (Ma, 1999):

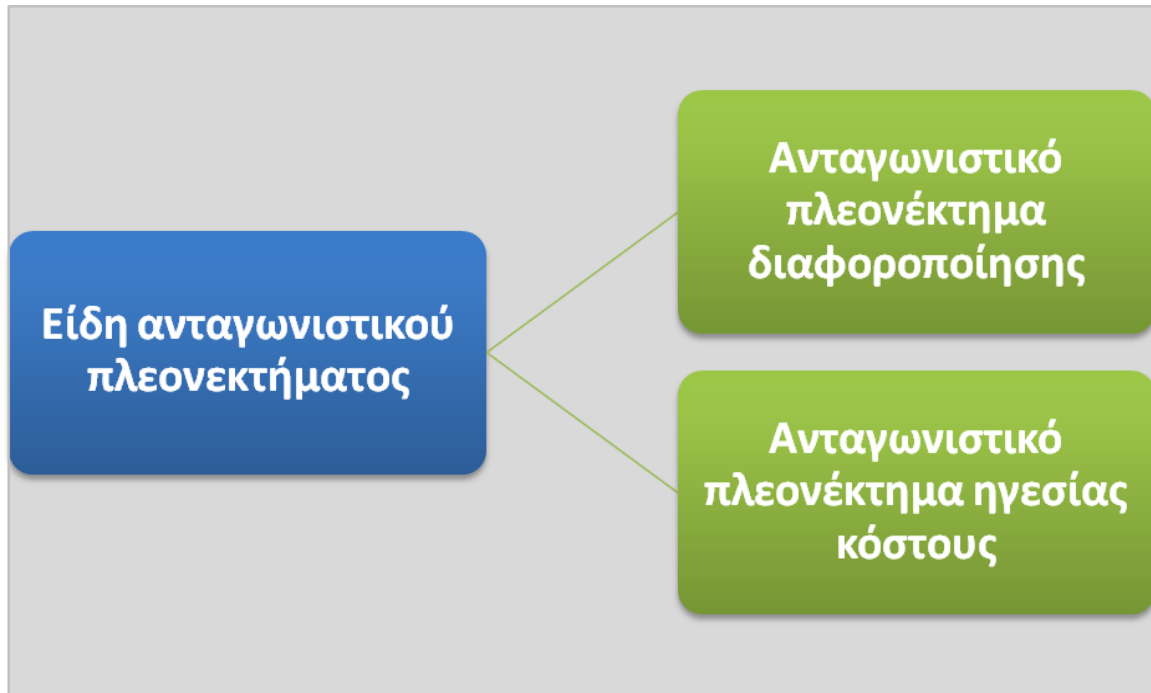
- 1) Η διαφοροποίηση (differentiation).
- 2) Η ηγεσία κόστους (cost leadership).

Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της διαφοροποίησης είναι το στοιχείο εκείνο το οποίο παροτρύνει τον εκάστοτε πελάτη να αποκτήσει το συγκεκριμένο προϊόν/υπηρεσία, ανεξαρτήτως τιμής, λόγω των χαρακτηριστικών του ίδιου του προϊόντος ή των υπηρεσιών που αυτό προσφέρει (Παπαδάκης, 2007).

Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της ηγεσίας κόστους αφορά στην ικανότητα που έχει η επιχείρηση να τροφοδοτεί την αγορά με τα διαθέσιμα προϊόντα της, με τις χαμηλότερες τιμές που επικρατούν για τα ανταγωνιστικά προϊόντα, τη δεδομένη χρονική στιγμή (Παπαδάκης, 2007).

Εν συνεχεία, παρατίθεται σχετική διαγραμματική απεικόνιση.

Σχήμα 4.2: Είδη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος



Πηγή: Παπαδάκης (2007).

Κατά τον Rothaermel (2008), μία επιχείρηση είναι σε θέση να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, μόνο όταν φθάσει σε σημείο να αναπτύξει υψηλότερη οικονομική αξία έναντι των ανταγωνιστών της. Οικονομική αξία θεωρείται η αξία η οποία προκύπτει από τη διαφορά μεταξύ αντιλαμβανόμενης αξίας από τον πελάτη και την πραγματική αξία κόστους του προϊόντος ανά μονάδα παραγωγής.

Οι βασικές πηγές του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, σύμφωνα με τον Ma (1999) είναι οι ακόλουθες:

- 1) Η πρόσβαση της επιχείρησης στους συντελεστές παραγωγής.
- 2) Οι εσωτερικές γνώσεις και δεξιότητες της επιχείρησης.
- 3) Τα πάγια περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης.

Με τη συνδρομή των ανωτέρω ως προς την απόκτηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος πρωταρχικά σε επίπεδο επιχειρηματικής μονάδας και μετέπειτα σε εθνικό επίπεδο, η οικονομική ανάπτυξη δύναται να επιτευχθεί ως παράγωγο αποτέλεσμα του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

4.6 Επιχειρηματικότητα και Επιδόσεις Επιχειρήσεων

Οι επιδόσεις των επιχειρήσεων δύνανται να καθορίσουν τα επίπεδα της επιχειρηματικότητας σε ένα κράτος, ενώ παράλληλα συνιστούν την αιτία ύπαρξης της επιχειρηματικότητας. Η συνεχής παρουσία και δραστηριοποίηση μίας επιχείρησης στην αγορά προϋποθέτει την κερδοφορία της και ειδικότερα τη βιωσιμότητά της. Κερδοφόρα επιχείρηση θεωρείται η επιχείρηση εκείνη όπου έχει ένα κέρδος αφού αφαιρεθούν όλα τα προαπαιτούμενα κόστη λειτουργίας της (Μπουραντάς, 2015).

Το επίπεδο επίδοσης μίας επιχείρησης καθορίζεται από πληθώρα εξωγενών και ενδογενών παραγόντων όπως είναι η καινοτομία, το επιχειρησιακό κλίμα που επικρατεί τη δεδομένη χρονική στιγμή στη χώρα αλλά και διεθνώς, το καταναλωτικό κοινό, οι στρατηγικές επιχειρηματικότητας κ.ά..

Οι σταθερές επιδόσεις των επιχειρήσεων έχουν ως αποτέλεσμα αφενός την αύξηση του κύκλου ζωής αυτών και αφετέρου την επέκταση της επιχειρηματικότητας ή τη μεγιστοποίηση των συνολικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

4.7 Επιχειρηματικότητα και Κρατικά Έσοδα

Ευθεία αναλογική σχέση παρατηρείται μεταξύ κρατικών εσόδων και επιχειρηματικότητας. Ειδικότερα, όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των επιχειρήσεων τόσο μεγαλύτερα θα είναι κατ' επέκταση και τα κρατικά έσοδα τα οποία προέρχονται από την επιχειρηματική δραστηριότητα.

Τα κρατικά έσοδα που προέρχονται από την επιχειρηματική δραστηριότητα διακρίνονται σε δύο (2) μεγάλες κατηγορίες. Συγκεκριμένα:

- 1) Τα φορολογικά έσοδα που προέρχονται από ατομικές επιχειρήσεις.
- 2) Τα φορολογικά έσοδα που προέρχονται από νομικά πρόσωπα.

Για έκαστη κατηγορία προβλέπονται και εφαρμόζονται διαφορετικές διατάξεις καθώς και διαφορετικοί φορολογικοί συντελεστές.

Σύμφωνα με το I.O.B.E. (2010), τα νομικά πρόσωπα καλύπτουν περίπου το 32% των κρατικών εσόδων ετησίως στις περισσότερες χώρες της Ε.Ε., ενώ οι ατομικές επιχειρήσεις το 14% των συνολικών φορολογικών κρατικών εσόδων.

Η αύξηση των φορολογικών συντελεστών τόσα στα φυσικά όσο και στα νομικά πρόσωπα συνιστά πραγματικότητα στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια. Το εν λόγω μέτρο εφαρμόζεται προκειμένου να μειωθεί το δημοσιονομικό κενό, ταυτόχρονα ωστόσο αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων αλλά και τη διατήρηση των ήδη υφιστάμενων, με αποτέλεσμα να παρατηρείται αυξημένο ποσοστό παύσης εργασιών για επιχειρήσεις τα δύο (2) τελευταία έτη (Παλαιτσάκης, 2017).

4.8 Περιορισμοί στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας

Ο τομέας της επιχειρηματικότητας έρχεται συχνά αντιμέτωπος με εμπόδια και περιορισμούς τα οποία συνιστούν τροχοπέδη στην ανάπτυξή του. Σύμφωνα με τους McDougall & Oniatt (2005) τα σημαντικότερα εμπόδια στην ανάπτυξη και εξέλιξη της επιχειρηματικότητας είναι τα κάτωθι:

- Η κατεύθυνση που παρουσιάζουν τα διάφορα εγχειρήματα προς την τελική κατανάλωση: Το πρόβλημα στη συγκεκριμένη περίπτωση έγκειται στο γεγονός ότι οι μικρότερες επιχειρήσεις (οι οποίες αποτελούν πολλές φορές τους προμηθευτές των μεγαλύτερων επιχειρήσεων) έχουν περιορισμένους και χωρίς εξελικτικές τάσεις, επιχειρηματικούς ορίζοντες. Ειδικότερα στη χώρα μας, κατά την τελευταία εξαετία, παρατηρείται το φαινόμενο του κατά πολύ αυξημένου αριθμού νέων εγχειρημάτων που τελικό σκοπό έχουν την εισχώρηση καταναλωτικών προϊόντων στην αγορά. Το πρόβλημα εντοπίζεται στο γεγονός ότι τα εν λόγω προϊόντα δεν συνιστούν καινοτόμες ιδέες, αλλά χαρακτηρίζονται από εξελικτικές τάσεις μειωμένης έντασης στα ήδη υπάρχοντα προϊόντα.
- Το εκπαιδευτικό σύστημα: Το εκπαιδευτικό σύστημα χαρακτηρίζεται από την ελλιπή πληροφόρηση γύρω από τον τομέα της επιχειρηματικότητας. Επιπλέον, η ισχύουσα διαδικασία εκμάθησης στηρίζεται σε πολύ μεγάλο βαθμό στη στείρα αποστήθιση, γεγονός το οποίο περιστέλλει σημαντικά τη δημιουργική σκέψη των αυριανών επιχειρηματιών. Το εκπαιδευτικό σύστημα οφείλει να παρέχει ολοκληρωμένη ενημέρωση για ζητήματα που άπτονται του τομέα της επιχειρηματικότητας και ταυτόχρονα να ενθαρρύνει τη φαντασία και τον αυθορμητισμό των μαθητών.
- Ο φόβος για την ενδεχόμενη αποτυχία: Ο υπό συζήτηση παράγοντας ενυπάρχει σε

μεγάλο βαθμό στην Ελλάδα λόγω της οικονομικής κατάστασης των τελευταίων ετών. Η παρούσα δημοσιονομική συγκυρία λειτουργεί αποτρεπτικά ως προς την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας, καθώς οι εν δυνάμει επιχειρηματίες διστάζουν να αποτολμήσουν επιχειρηματικά βήματα εν τω μέσω του υφιστάμενου περιρρέοντος οικονομικού περιβάλλοντος.

- Τα εμπόδια στην γραφειοκρατία: Μία σημαντική κατηγορία φραγμών της επιχειρηματικότητας σε παγκόσμιο επίπεδο αποτελούν τα γραφειοκρατικά εμπόδια. Η γραφειοκρατία, μέσω αλληπάληλων διαδικασιών και υπερβολικού όγκου απαιτούμενων εγγράφων για τη σύσταση μίας επιχείρησης, λειτουργεί αποθαρρυντικά ως προς την εκδήλωση επιχειρηματικής δράσης.
- Η εσφαλμένη εντύπωση ότι δεν υφίστανται πλέον καλές επιχειρηματικές ευκαιρίες: Η εν λόγω εσφαλμένη εντύπωση που συχνά έχουν οι πολίτες της χώρας μας λειτουργεί σε βάρος της οιασδήποτε επιχειρηματικής δραστηριότητας. Στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον, οι επιχειρηματικές ευκαιρίες, τις οποίες θα μπορούσαν να αδράξουν οι υποψήφιοι επιχειρηματίες, είναι αρκετές και ίσως πολύτιμες λόγω συνθηκών, ωστόσο η κοινή αίσθηση ότι οι καλές επιχειρηματικές ευκαιρίες εκλείπουν επιδρά επιζήμια στην ανάληψη επιχειρηματικών ενεργειών.

4.9 Συμπεράσματα

- Η επιχειρηματικότητα και η απασχόληση συνιστούν δύο (2) έννοιες που τελούν σε ευθεία σχέση και αλληλεπίδραση, καθώς όσο αυξάνονται τα επίπεδα της επιχειρηματικότητας τόσο αυξάνεται και η απασχόληση του εργατικού δυναμικού.
- Τα επιχειρηματικά κίνητρα τα οποία οδηγούν σε ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας διακρίνονται σε τρεις (3) κατηγορίες. Τα θετικά επιχειρηματικά κίνητρα, τα αρνητικά επιχειρηματικά κίνητρα και τα ουδέτερα επιχειρηματικά κίνητρα.
- Οι σημαντικότεροι παράγοντες που συντελούν στην ανάπτυξη επιχειρηματικών κινήτρων εκ μέρους κάποιου ατόμου είναι η δημιουργικότητα, το κέρδος, η εξουσία, το κοινωνικό κύρος, η ανεξαρτησία και η απώλεια της παλαιάς εργασίας.
- Η καινοτομία και η επιχειρηματικότητα συνιστούν δείκτες ανταγωνιστικότητας και ανάπτυξης των εθνικών οικονομιών.

- Ως ανταγωνιστικότητα ορίζεται η ικανότητα του ατόμου ή της ομάδας να διεκδικεί και τελικά να λαμβάνει αυτό το οποίο θεωρεί ότι του/της ανήκει.
- Τα δύο (2) βασικά είδη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος είναι η διαφοροποίηση και η ηγεσία κόστους.
- Η αύξηση του επιπέδου της επιχειρηματικότητας οδηγεί αυτομάτως σε αύξηση των κρατικών εσόδων μέσω των εισφορών που καταβάλλονται.
- Οι φραγμοί στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας είναι η κατεύθυνση που παρουσιάζουν τα διάφορα εγχειρήματα προς την τελική κατανάλωση, το εκπαιδευτικό σύστημα, ο φόβος για την αποτυχία, τα εμπόδια της γραφειοκρατίας και η εσφαλμένη εντύπωση για το γεγονός ότι δεν υφίστανται καλές επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Λίστα Βιβλιογραφικών Αναφορών 4ου Κεφαλαίου

Ελληνική βιβλιογραφία

Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών. (2010). *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009-2010: Αναζητώντας διέξοδο από την κρίση*. Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, Αθήνα.

Καραγιάννης, Α. (1999). *Επιχειρηματικότητα και Οικονομία*. Εκδόσεις Interbooks.

Κορρές, Γ., Κουρλιούρος, Η. & Τσομπάνογλου, Γ. (2016). *Χωρική και Τοπική Κοινωνική-Οικονομική Ανάπτυξη*. Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη, Αθήνα.

Μπουραντάς, Δ. (2015). *Μάνατζμεντ*. Εκδόσεις Μπένου, Αθήνα.

Παλαιτσάκης, Γ. (2017). *Ρεκόρ Υπερφορολόγησης το 2016: Ποιοι φόροι απογειώνουν τα έσοδα κατά 4 δις.*, διαθέσιμο στο:

<https://www.dikaiologitika.gr/eidhseis/oikonomia/140328/rekor-yperforologisis-to-2016-po-ioi-foroi-apogeiosan-ta-esoda-kata-4-dis>.

Παπαδάκης, Β. (2007). *Στρατηγική Επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής εμπειρία*. Εκδόσεις Μπένου, Αθήνα.

Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

Acs, Z.J. (1992). *A Global Perspective*. Small Business Economics, 38-44.

Audretsch et al. (2002). *Entrepreneurship: Determinants and Policies in the New Economy*. Kluwer Academic Publishers. Boston.

Baumol, W.J. (1993). *Formal Entrepreneurship theory in Economics: Existences and Bounds*. Journal of Business Venturing, 199-205.

Cohen, W.M. & Levithal, D.A. (1989). *Innovation and learning: the two faces of R&D*. The Economic Journal, 569-596.

Entrepreneurship in the Netherland. (2002). *Innovative entrepreneurship the new policy challenges*.

Hebert, R.F. & Link, A.N. (1989). *In Search of the Meaning of Entrepreneurship*. Small Business Economics, 1(1), 39-49.

Korres, G. & Tsobanoglou, G. (2005). *The Knowledge Based Economy and the European National Policy of Innovation*. The Cyprus Journal of Sciences.

Ma, H. (1999). *Creation and preemption for competitive advantage*. Management Decision, 259-267.

McDougall, P.P. & Oviatt, B.M. (2005). *Defining International Entrepreneurship and Modeling the Speed of Internationalization*. Entrepreneurship Theory & Practice, 537-553.

Rothaermel, F.T. (2008). *Competitive advantage in technology intensive industries*, [Libecap, G.D. & Thursby, M.C. in *Technological Innovation: Generating Economics Results - Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation & Economic Growth*]. Emerald Group Publishing Limited, 201-225.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Τρόποι ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας

5.1 Εισαγωγή

Η επιχειρηματικότητα όπως έχει και προηγουμένως διαπιστωθεί είναι μία διαδικασία πολυεπίπεδη, η οποία θεωρείται απαραίτητη τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Η συνεχής ενίσχυση της επιχειρηματικότητας επιφέρει πολλά οφέλη κυρίως στη συνολική ανταγωνιστικότητα μίας οικονομίας.

Στο παρόν κεφάλαιο θα αναλυθούν οι τρόποι ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας. Συγκεκριμένα, θα παρουσιαστούν οι δομές υποστήριξης της, η σχέση μεταξύ εκπαίδευσης και επιχειρηματικότητας, του εσωτερικού της επιχείρησης και της διαδικασίας της επιχειρηματικότητας, ο κρατικός ρόλος, η χρηματοδότησή της, καθώς και οι φορείς υποστήριξης αυτής.

5.2 Δομές υποστήριξης επιχειρηματικότητας

Εξέχοντα ρόλο στην έννοια καθώς και τις διαδικασίες της επιχειρηματικότητας καταλαμβάνουν οι δομές οι οποίες στηρίζουν και προωθούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Οι πιο σημαντικές δομές υποστήριξης και προώθησης της επιχειρηματικότητας είναι οι επιχειρησιακές θερμοκοιτίδες και τα τεχνολογικά πάρκα. Εκτενέστερα:

5.2.1 Θερμοκοιτίδες (incubators)

Μία πρώτη δομή υποστήριξης της επιχειρηματικότητας συνιστούν οι επιχειρησιακές θερμοκοιτίδες (business incubators). Το μοντέλο της θερμοκοιτίδας έκανε την εμφάνισή του περί το 1980 στις Η.Π.Α.. Με την πάροδο των ετών, το εν λόγω μοντέλο εξελίχθηκε και ενσωματώθηκε στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον με την τωρινή του μορφή. Οι επιχειρησιακές θερμοκοιτίδες αποτελούν μία μορφή στήριξης του Επιχειρησιακού Κέντρου

Καινοτομίας (B.I.C.) το οποίο δημιουργήθηκε από την Ε.Ε..

Τα επιχειρησιακά κέντρα καινοτομιών πρεσβεύουν ευρωπαϊκά όργανα, τα οποία παρέχουν ουσιαστική αρωγή σε όλες τις επιχειρήσεις, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην υποβοήθηση της οικονομικής τους ανάπτυξης, καθώς και την προώθηση νέων καινοτόμων ιδεών. Η ποικιλία των μοντέλων θερμοκοιτίδων από τα οποία μπορεί έκαστη επιχείρηση να επιλέξει το κατάλληλο για εκείνη σύμφωνα με τις ανάγκες της, είναι ευρεία. Έκαστη επιχείρηση η οποία είναι ενταγμένη στη θερμοκοιτίδα έχει το δικαίωμα να χρησιμοποιεί ένα συγκεκριμένο χώρο και τον απαιτούμενο για της ανάγκες της εξοπλισμό, καταβάλλοντας το αντίστοιχο χρηματικό ποσό. Στο εν λόγω μοντέλο στήριξης της επιχειρηματικότητας υφίστανται δύο (2) συμβαλλόμενα μέρη. Από τη μία πλευρά, η νέα επιχείρηση η οποία προσπαθεί να εισέλθει σε μία αγορά και από την άλλη πλευρά, η υπάρχουσα επιχείρηση η οποία αναλαμβάνει το ρόλο του συμβούλου στο πλευρό της νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010).

Οι παροχές οι οποίες μπορεί να απολαμβάνει η νέα επιχείρηση είναι οι ακόλουθες (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010):

- Επαγγελματική στέγη.
- Επιχειρησιακές συμβουλές.
- Λογιστικές συμβουλές.
- Διαδίκτυο.
- Εξειδικευμένες βάσεις δεδομένων.
- Χώροι στάθμευσης.
- Υπηρεσίες αλληλογραφίας.
- Ποιοτική έρευνα.
- Διοικητική και οργανωτική διάρθρωση.
- Ατζέντα επαφών και διασυνδέσεις.
- Νομική υποστήριξη.
- Στρατηγικές προώθησης.
- Διαθέσιμοι πόροι μέσω αρχικού κεφαλαίου.
- Γραμματειακή υποστήριξη.
- Εγκαταστάσεις και απαιτούμενος εξοπλισμός θερμοκοιτίδας.

Συμπερασματικά, οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων συνιστούν ολοκληρωμένο έρεισμα

των νέων επιχειρήσεων, οι οποίες ευρισκόμενες στο αρχικό στάδιο της σύστασης και λειτουργίας τους, χρειάζονται την πολύτιμη ώθηση των θερμοκοιτίδων ώστε να ενταχθούν και εν συνεχεία εδραιωθούν στο σύγχρονο απαιτητικό οικονομικό περιβάλλον. Βασικός κατευθυντήριος άξονας του εν λόγω μοντέλου είναι η παροχή ουσιαστικής στήριξης των νέων επιχειρήσεων, με τελικό σκοπό την εξασφάλιση της βιωσιμότητάς τους και την επιτυχημένη σταδιοδρομία τους σε μακροπρόθεσμο επίπεδο. Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων οι οποίες εντάσσονται σε τέτοιου είδους προγράμματα στήριξης προέρχονται κυρίως από τον κλάδο της τεχνολογίας.

Η παραμονή μίας επιχείρησης σε πρόγραμμα θερμοκοιτίδας δεν είναι επ' αόριστον. Μία επιχείρηση νέα στην αγορά μπορεί να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες και τις δυνατότητες της θερμοκοιτίδας έως πέντε (5) μόνο έτη. Μετά την πάροδο αυτού του χρονικού διαστήματος είναι υποχρεωμένη να αποχωρήσει από το πρόγραμμα και να εγκατασταθεί εκ νέου σε άλλη βάση (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010).

Σύμφωνα με το Υπουργείο Απασχόλησης (2005), στη χώρα μας υφίσταται περιορισμένος αριθμός δομών θερμοκοιτίδων. Ειδικότερα:

- Η θερμοκοιτίδα Χανίων στο πλαίσιο του Ελληνικού Οργανισμού Μικρών Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας.
- Η iVen της Εθνικής Επιχειρηματικών Συμμετοχών Α.Ε..
- Η i4G της εταιρείας Ευρωσυμβούλων Α.Ε..

5.2.2 Τεχνολογικά πάρκα

Η ανάγκη για μεταφορά τεχνολογίας και ενίσχυση της επιχειρηματικότητας οδήγησε στη δημιουργία βιομηχανικών πάρκων υψηλής τεχνολογίας, είτε ερευνητικών, είτε τεχνολογικών, τα οποία έχουν ως στόχο την αλληλεπίδραση των πανεπιστημίων και των ερευνητικών κέντρων με τις επιχειρήσεις με στόχο την επιτάχυνση της ανάπτυξης νέων καινοτόμων τεχνολογιών.

Η ιστορία των τεχνολογικών πάρκων εκκίνησε πριν από εξήντα (60) περίπου χρόνια από το Πανεπιστήμιο του Στάνφορντ (Καλιφόρνια, Σαν Φρανσίσκο) στην περιοχή της Silicon Valley, όπου περισσότερες από δύο χιλιάδες (2.000) εταιρείες ηλεκτρονικής τεχνολογίας και πληροφοριών εγκαταστάθηκαν προς δραστηριοποίηση στην περιοχή.

Πρόκειται ουσιαστικά για το πρώτο τεχνολογικό πάρκο που στηρίχθηκε στην υψηλή τεχνολογία, ενώ αργότερα αναπτύχθηκαν πολλά άλλα παγκοσμίως με στόχο να δημιουργηθούν νέες επιχειρήσεις, νέα προϊόντα και να αναπτυχθούν καινοτόμες ανταγωνιστικές διαδικασίες σε διεθνές επίπεδο (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010).

Ένα τεχνολογικό πάρκο περιλαμβάνει εγκαταστάσεις έρευνας, εργαστήρια, εκκολαπτήρια εργασίας, καθώς επίσης και εκπαιδευτήρια, κέντρα διοίκησης και εγκαταστάσεις εξυπηρέτησης. Τα τεχνολογικά πάρκα συνήθως συνδέονται με κάποιο κέντρο τεχνολογικής αριστείας, επί παραδείγματι ένα πανεπιστήμιο ή ένα ερευνητικό κέντρο, ενώ ειδοποιό χαρακτηριστικό τους είναι η εστίαση στις νέες τεχνολογίες αιχμής, όπως είναι οι τεχνολογίες της πληροφορίας, οι τηλεπικοινωνίες, η βιοτεχνολογία, η νανοτεχνολογία καθώς και τα νέα υλικά.

Στους στόχους ενός τεχνολογικού πάρκου συγκαταλέγονται οι κάτωθι:

- Η προώθηση της έρευνας και ανάπτυξης στα ακαδημαϊκά ιδρύματα σε αραστή συνεργασία με τη βιομηχανία.
- Η διευκόλυνση της δημιουργίας και ανάπτυξης νέων καινοτόμων εταιρειών και ιδίως εταιρειών υψηλής τεχνολογίας που στηρίζονται στη γνώση.
- Η παρακίνηση και διευκόλυνση της ροής των αποτελεσμάτων της έρευνας, ήτοι η μεταφορά τεχνολογίας από τα ακαδημαϊκά και ερευνητικά ιδρύματα προς την επιχειρηματική κοινότητα.
- Η παροχή ενός περιβάλλοντος, όπου οι επιχειρήσεις που βασίζονται στη γνώση έχουν άμεση και ουσιαστική πρόσβαση, καθώς και αλληλεπίδραση με τα κέντρα αριστείας και γνώσης (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010).

Ανάλογα με τους τομείς που υποστηρίζονται σε ένα τεχνολογικό πάρκο (επιστημονικοί, τεχνολογικοί ή παραγωγικοί), οι αντίστοιχες δραστηριότητες αναπτύσσονται εκ μέρους των εταιρειών. Σημειώνεται ότι τα τεχνολογικά πάρκα δεν φιλοξενούν ιδιαίτερα μεγάλο αριθμό εταιρειών, καθώς ο αριθμός τους δεν υπερβαίνει τις πενήντα (50) για το 53% των πάρκων. Επιπρόσθετα, το 9% των πάρκων φιλοξενεί περισσότερες από διακόσιες (200) επιχειρήσεις.

Στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια έχουν ιδρυθεί και λειτουργούν πλήρως τα κάτωθι τεχνολογικά πάρκα:

- Τεχνολογικό Πάρκο Κρήτης.

- Τεχνολογικό Πάρκο Πάτρας.
- Τεχνολογικό Πάρκο Θεσσαλονίκης.
- Τεχνολογικό Πάρκο Ηπείρου.
- Τεχνολογικό Πάρκο Θεσσαλίας.
- Τεχνολογικό Πάρκο Λαυρίου.
- Τεχνολογικό Πάρκο «Λεύκιππος» (ΕΚΕΦΕ ΔΗΜΟΚΡΙΤΟΣ) (Bakouros, Mardas & Varsakelis, 2002).

5.3 Εκπαίδευση και Επιχειρηματικότητα

Η εκπαίδευση συνιστά τον ακρογωνιαίο λίθο της ύπαρξης και εξέλιξης της επιχειρηματικότητας. Οι εν δυνάμει επιχειρηματίες θα πρέπει να είναι πλήρως καταρτισμένοι και ενήμεροι σχετικά με τις διαφαινόμενες επιχειρηματικές τάσεις, προκειμένου να είναι σε θέση να λαμβάνουν ορθές αποφάσεις και να διακρίνονται στους τομείς της δραστηριότητάς τους. Αναλυτικότερα:

5.3.1 Εκπαίδευση των νέων στην επιχειρηματική δραστηριότητα

Η εκπαίδευση σε ζητήματα επιχειρηματικότητας είναι μία σχετικά νέα μορφή εκπαίδευσης, καθώς εμφανίστηκε σε πρώιμη μορφή κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1990 και σε πιο ολοκληρωμένη μορφή κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 2000.

Η σύγχρονη τάση επιτάσσει την ολοένα και αυξανόμενη εισαγωγή μίας πληθώρας προγραμμάτων επιχειρηματικότητας στα πανεπιστημιακά ιδρύματα, τα οποία περιλαμβάνουν πέρα από τα παραδοσιακά μαθήματα και εισηγήσεις, μελέτες περιπτώσεων, «επιχειρηματικά παιχνίδια», προσκεκλημένους ομιλητές, διαδραστικές μεθόδους, ενώ το αντικείμενο της εκπαίδευσης, δεν αφορά μόνο στα τεχνικά στοιχεία, όπως είναι οικονομικές ή διοικητικές γνώσεις, αλλά εστιάζει κυρίως στα ανθρώπινα χαρακτηριστικά όπως είναι η ανάληψη κινδύνου και η λήψη αποφάσεων. Αναμφίβολα, η εκπαίδευση που αφορά στην επιχειρηματικότητα στηρίζεται κυρίως στην καλλιέργεια δεξιοτήτων κυρίως, παρά γνώσεων (Ταμπούρη, Κατσάρα & Κακούρης, 2010).

Ο Katz (2007) υποστηρίζει ότι η εκπαίδευση που αφορά στην επιχειρηματικότητα

στηρίζεται σε τέσσερις (4) βασικούς τύπους, οι οποίοι παρατίθενται ως ακολούθως:

- 1) Ακαδημαϊκά προγράμματα: Πρόκειται για τα τυπικά ακαδημαϊκά προγράμματα, τα οποία περιλαμβάνουν συνήθως γνώσεις οικονομικής διαχείρισης, μάρκετινγκ και μάνατζμεντ των νέων και μικρών επιχειρήσεων, καθώς και την κατάρτιση επιχειρησιακού σχεδίου, το πρώτο στάδιο πριν τη σύσταση μιας επιχείρησης.
- 2) Επιχειρηματική κατάρτιση: Αφορά σε ομαδική κατάρτιση που συνήθως είναι μικρής διάρκειας και διαρκεί από δύο (2) ώρες έως και δύο (2) ημέρες, ενώ επικεντρώνεται σε κάποιο συγκεκριμένο θέμα. Η συνηθέστερη εκπαιδευτική πρακτική είναι η συζήτηση-εισήγηση που συνοδεύεται από ασκήσεις. Επιπλέον, στη συγκεκριμένη κατηγορία, μπορούν να ενταχθούν και προγράμματα με μεγαλύτερη διάρκεια τα οποία έχουν ως αντικείμενο μελέτες σκοπιμότητας και επιχειρησιακά σχέδια.
- 3) Συμβουλευτική ομότιμων: Μια συνηθισμένη πρακτική που εφαρμόζεται ευρέως στις επαγγελματικές ενώσεις είναι η οργάνωση ομάδων ομότιμων, οι οποίες αποσκοπούν στο να βοηθήσουν τους επιχειρηματίες να μάθουν περισσότερα στοιχεία για το αντικείμενο της επιχειρηματικής τους δράσης. Επιπρόσθετα, οι επιχειρηματίες δημιουργούν μικρές ομάδες, έτσι ώστε να μπορούν να προσφέρουν αμοιβαία ανταλλαγή εμπειριών και συμβουλευτική.
- 4) Ατομική συμβουλευτική: Η ατομική συμβουλευτική παραμένει ο θεμέλιος λίθος της επιχειρηματικής εκπαίδευσης, καθώς από την εμφάνισή της έως και σήμερα αποτελεί την πλέον διαδεδομένη μορφή εκπαίδευσης. Τα τελευταία χρόνια η συμβουλευτική εξελίχθηκε με γεωμετρική πρόοδο, ενώ παράλληλα εστίασε σε διαφορετικούς τομείς, συνδυάζοντας διαφορετικές μεθόδους και σχολές. Η έννοια της συμβουλευτικής περικλείει την εργασία με άτομα και σχέσεις και δύναται να συνδέεται με την ανάπτυξη, την υποστήριξη κρίσεων ή να σκοπεύει στην επίλυση προβλημάτων.

Η συμβουλευτική και ο επαγγελματικός προσανατολισμός παρακολουθούν τις εξελίξεις σε όλους τους τομείς, όπως και στον τομέα της επιχειρηματικότητας, αναζητώντας ουσιαστικά αποτελεσματικές πρακτικές άσκησης της επιχειρηματικής συμβουλευτικής, συμβάλλοντας έτσι στη σύνδεση των αναγκών του ατόμου και του κοινωνικού συνόλου (Ταμπούρη, Κατσάρα & Κακούρης, 2010).

Σύμφωνα με τον McLeod (2003), τα πιθανά αποτελέσματα της συμβουλευτικής

δύνανται να ταξινομηθούν ως εξής:

- ◆ Επίλυση του αρχικού προβλήματος, η οποία σημαίνει ότι το άτομο που δέχθηκε τη συμβουλευτική κατανόησε το πρόβλημα ή τις πτυχές του ενεργώντας με τρόπο τέτοιο, έτσι ώστε να αλλάξει η κατάσταση που δημιούργησε το πρόβλημα.
- ◆ Μάθηση, καθώς μέσω της συμβουλευτικής διαδικασίας το άτομο μπορεί να αποκτήσει νέες γνώσεις, δεξιότητες και στρατηγικές, όπου θα μπορέσουν να το διευκολύνουν έτσι ώστε να χειριστεί παρόμοιες καταστάσεις που θα δημιουργηθούν στο μέλλον.
- ◆ Κοινωνική ενσωμάτωση, καθώς η συμβουλευτική μπορεί να ενισχύσει την ενέργεια και την ικανότητα του ατόμου να συμβάλλει στην ευημερία των άλλων ανθρώπων αλλά και στο κοινωνικό σύνολο ευρύτερα.

5.3.2 Ανάδειξη του κοινωνικού ρόλου της επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα συνιστά μία πολυεπίπεδη έννοια με μεγάλη συμβολή σε ποικίλους τομείς της οικονομικής και κοινωνικής ευημερίας μίας συνολικής οικονομικής μονάδας (κράτος). Πέραν της αυταπόδεικτης συνεισφοράς της στο οικονομικό επίπεδο, η επιχειρηματικότητα δύναται να επιφέρει πολυάριθμες θετικές επιπτώσεις και σε κοινωνικό επίπεδο. Ακολούθως, παρατίθενται ορισμένες από τις βασικές θετικές επιπτώσεις της επιχειρηματικότητας ως προς την κοινωνία (Χασσίδ & Καραγιάννης, 1999):

- Μέσω της επιχειρηματικότητας και των διαδικασιών αυτής, αυξάνονται με αλματώδεις ρυθμούς, η απασχόληση του πληθυσμού και κατ' επέκταση το διαθέσιμο εισόδημα των ατόμων που απασχολούνται.
- Επιδρά στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου του πληθυσμού μέσω των καταναλωτικών συνηθειών που είναι σε θέση να εξελίξει.
- Διαμορφώνει το πολιτιστικό πλαίσιο της κοινωνίας με τη συμβολή της ως προς το επιχειρηματικό πνεύμα το οποίο αναπτύσσει.
- Πραγματοποιεί την εξέλιξη της κοινωνίας και την πνευματική ενδυνάμωση των ατόμων αυτής.
- Αυξάνει τα κρατικά επίπεδα ανταγωνιστικότητας διαμέσου του συνόλου των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται εντός μίας χώρας.

- Βοηθάει στο να αναπτύσσονται συνεχώς νέες και σταθερές κοινωνικές αξίες.

5.4 Επιχειρήσεις και Επιχειρηματικότητα

5.4.1 Έρευνα και ανάπτυξη

Είναι ευρέως γνωστό ότι η έρευνα και η ανάπτυξη είναι έννοιες άρρηκτα συνδεδεμένες με την επιχειρηματικότητα, καθώς μέσω αυτών προάγεται η συνολική της διάσταση.

Σύμφωνα με τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Ο.Ο.Σ.Α., 2002), ως έρευνα και ανάπτυξη ορίζεται: *"η διαδικασία η οποία μέσω της δημιουργικότητας σε τακτά και επαναλαμβανόμενα χρονικά διαστήματα, προκαλεί αύξηση του "αποθέματος γνώσης" των ανθρώπων σε πολιτισμικό και κοινωνικό επίπεδο"*.

Σε γενικές γραμμές, η έρευνα και η ανάπτυξη αποτελούν την πιο σοβαρή επένδυση την οποία μπορούν να πραγματοποιήσουν οι επιχειρήσεις αναμένοντας μακροπρόθεσμα σημαντικά οφέλη. Η συμβολή τους τόσο σε εθνικό όσο και παγκόσμιο επίπεδο δύναται να καταστήσει μία οικονομία ως ιδιαίτερα ανταγωνιστική. Πρωτεύοντα ρόλο στο πλαίσιο της έρευνας και ανάπτυξης κατέχει το ανθρώπινο κεφάλαιο, καθώς διαμέσου των ατόμων αναπτύσσονται οι νέες ιδέες. Την ανωτέρω διαπίστωση επιρρώνει ο διάσημος οικονομολόγος Romer (1986), αναφέροντας ότι: *"το ανθρώπινο κεφάλαιο λογίζεται ως ο κινούμενος φορέας γνώσης που περικλείει μέσα του την απαιτούμενη τεχνολογία οδηγώντας στην οικονομική ανάπτυξη"*.

Εν συνεχεία και στο πλαίσιο σχετικής έρευνας του Ο.Ο.Σ.Α. (1992), η έρευνα και η ανάπτυξη μέσω των υλοποιούμενων ενεργειών περιλαμβάνουν τρεις (3) κατηγορίες δραστηριοτήτων. Ειδικότερα περιλαμβάνουν τις κάτωθι:

- 1) Εφαρμοσμένη έρευνα: Οδηγεί σε νέα και καινοτόμα προϊόντα.
- 2) Βασική έρευνα: Αποτελεί μία θεωρητική διεργασία η οποία έχει σκοπό τη δημιουργία νέων ιδεών.
- 3) Πειραματική έρευνα: Είναι η επαναλαμβανόμενη διαδικασία που έχει ως βάση της την προϋπάρχουσα γνώση και στοχεύει στην εύρεση νέων ιδεών.

Η μεγαλύτερη συμβολή στην έρευνα και την ανάπτυξη πραγματοποιείται από

κλάδους οι οποίοι εμπεριέχουν υψηλά επίπεδα γνώσης με αποτέλεσμα να καθιστούν την οικονομία περισσότερο ανταγωνιστική. Τέτοιοι κλάδοι είναι οι φαρμακευτικές επιχειρήσεις που υλοποιούν συνεχόμενες έρευνες (Artus, 2001). Η έρευνα και η ανάπτυξη αποτελούν προαπαιτούμενο της καινοτομίας η οποία, όπως θα αναλυθεί κατωτέρω, θεωρείται τομέας μείζονος σημασίας για την οικονομία.

Ακολούθως, παρατίθενται οι λόγοι για τους οποίους η έρευνα και η ανάπτυξη καταλαμβάνουν τόσο σημαντική θέση στην επιχειρηματική δραστηριότητα (European Commission, 2006):

- Είναι η διαδικασία η οποία, πέραν της ανάπτυξης νέων ιδεών, παρέχει τη δυνατότητα μετάδοσης της καινοτομίας που ανακαλύφθηκε και σε άλλες επιχειρήσεις ανεξαρτήτως γεωγραφικών ορίων.
- Είναι η διαδικασία η οποία συνδέεται με άμεση σχέση με την αποδοτικότητα επομένως και την κερδοφορία.
- Δημιουργεί κοινωνικές αλλά και οικονομικές ανισότητες.

5.4.2 Καινοτομία

Τα τελευταία έτη, τόσο λόγω της εξέλιξης της επιχειρηματικότητας, όσο και της καινοτομίας, πολλοί είναι οι οικονομολόγοι και όχι μόνο, που έχουν ασχοληθεί και ορίσει την έννοια της επιχειρηματικής καινοτομίας. Ο πιο επιτυχημένος ίσως ορισμός αυτής της τόσο αμφιλεγόμενης έννοιας είναι εκείνος του Teece (2006), σύμφωνα με τον οποίο ως επιχειρηματική καινοτομία ορίζεται: *“η διαδικασία εκείνη η οποία μέσα από τη γνώση και την εμπειρία της επιχειρηματικής δραστηριότητας οδηγείται στη γέννηση νέων και πρωτοπόρων ιδεών με απώτερο σκοπό να αυξηθεί η κερδοφορία της επιχείρησης μελλοντικά”*.

Σύμφωνα με τον Capaldo (2007), η καινοτομία μπορεί να διακριθεί σε δύο (2) βασικές κατηγορίες. Συγκεκριμένα σε:

- 1) Την τεχνολογική καινοτομία.
- 2) Τη μη τεχνολογική καινοτομία.

Η τεχνολογική καινοτομία συνιστά εκείνο το είδος της καινοτομίας το οποίο μέσα από διαδικασίες που έχουν ως βάση τους την τεχνολογία, την οικονομία και την εμπορικότητα, αποσκοπούν στο να βελτιώσουν το επίπεδο της επιχείρησης στον τομέα της

αποδοτικότητας, ώστε η επιχείρηση να αποκομίσει περισσότερο ανταγωνιστική θέση στην αγορά. Η τεχνολογική καινοτομία, μπορεί να υποδιαιρεθεί σε καινοτομία διαδικασίας και καινοτομία υπηρεσίας/προϊόντος (Caraldo, 2007).

Η μη τεχνολογική καινοτομία διακρίνεται σε οργανωτική καινοτομία και καινοτομία εμπορίας (White & Bruton, 2006). Στην εν λόγω κατηγορία συγκαταλέγονται όλες οι απαραίτητες διαδικασίες μίας επιχείρησης, οι οποίες διέπονται από στοιχεία νέα στην αγορά και αφορούν σε λειτουργίες που έχουν σχέση με την οργάνωση και τη διαχείριση της επιχειρηματικής μονάδας. Ως καινοτομία εμπορίας ορίζεται η υιοθέτηση νέων ιδεών, οι οποίες τελούν σε ευθεία σχέση με τις τεχνικές προώθησης και πώλησης των προϊόντων ή των υπηρεσιών με σκοπό τη μεγιστοποίηση των πωλήσεων τους και κατ' επέκταση των κερδών της επιχείρησης. Ως οργανωτική καινοτομία ορίζεται η υλοποίηση νέων διαδικασιών και μεθόδων σχετικά με τη διοίκηση της επιχειρηματικής μονάδας που έχουν ως μοναδικό σκοπό τη βελτίωση της ποιότητας αυτής (White & Bruton, 2006).

5.4.3 Γενικές στρατηγικές

Οι επιχειρηματικές στρατηγικές τις οποίες χαράσσει και εν συνεχεία ακολουθεί η επιχείρηση, συχνά καθορίζουν τα αποτελέσματα και τις επιδόσεις της στην αγορά που αυτή έχει επιλέξει. Οι γενικές επιχειρηματικές στρατηγικές εντάσσονται σε τρεις (3) μεγάλες κατηγορίες. Αναλυτικότερα:

- 1) Στρατηγικές ηγεσίας κόστους.
- 2) Στρατηγικές διαφοροποίησης.
- 3) Στρατηγικές εστίασης.

Η στρατηγική ηγεσίας κόστους είναι μία πολύ γνωστή και ευρέως χρησιμοποιούμενη στρατηγική σε περιπτώσεις που η επιχείρηση εστιάζει στην ανταγωνιστικότητά της μέσω των χαμηλότερων τιμών που διοχετεύει στα προϊόντα της (Porter, 1996). Ειδικότερα, η εν λόγω στρατηγική εφαρμόζεται σε συγκεκριμένα προϊόντα τα οποία απευθύνονται σε ορισμένο καταναλωτικό κοινό με χαμηλότερη τιμή από την αντίστοιχη των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων χωρίς ωστόσο η ίδια να ζημιώνεται. Η επιχειρηματική μονάδα που ενσωματώνει στις στρατηγικές της την υπό διερεύνηση μέθοδο πραγματοποιεί μαζική παραγωγή προϊόντων, με στόχο την απόκτηση μεγαλύτερου μεριδίου αγοράς, ενώ

ταυτόχρονα βρίσκεται σε διαρκή αναζήτηση τρόπων με σκοπό τη μείωση του κόστους παραγωγής των προϊόντων της.

Η εν λόγω στρατηγική συγκεντρώνει αξιοσημείωτα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, τα οποία παρατίθενται ακολούθως (Πετρώφ κ' συν, 2002):

Πλεονεκτήματα:

- Εξασφαλίζει χαμηλότερες τιμές προμηθευτών λόγω μεγάλου όγκου παραγγελίας.
- Διακόπτει την εισχώρηση νέων υποκατάστατων προϊόντων στην αγορά λόγω χαμηλού κόστους παραγωγής.
- Ευνοεί τον πόλεμο τιμών.
- Παρέχει τη δυνατότητα για περαιτέρω μείωση τιμών εφόσον χρειαστεί.
- Διασφαλίζει την υπεροχή της επιχείρησης ως προς το κανάλι διάθεσης προϊόντων.
- Σε μία επερχόμενη αύξηση των τιμών πρώτων υλών παρέχει στην επιχείρηση δυνατότητα αντίδρασης λόγω χαμηλού κόστους.

Μειονεκτήματα:

- Χαμηλή ποιότητα προϊόντων.
- Οι εξελίξεις στην τεχνολογία μπορούν να εκμηδενίσουν τις επενδύσεις που έχει πραγματοποιήσει η επιχείρηση στον τομέα της παραγωγής.
- Κίνδυνος αντιγραφής μεθόδων της επιχείρησης από ανταγωνιστικές επιχειρηματικές μονάδες.

Η στρατηγική διαφοροποίησης που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις ενδείκνυται στην περίπτωση που η επιχειρηματική μονάδα επιθυμεί να εφαρμόσει μία επιθετική πολιτική προκειμένου να καταστήσει ξεχωριστό το προϊόν της (Porter, 1996), εδραιώνοντας έτσι ένα ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των υπολοίπων. Η εν λόγω στρατηγική χαρακτηρίζεται ως επιτυχημένη στην περίπτωση που η επιχείρηση εφαρμόζει εντατικούς ελέγχους για τις ανάγκες των καταναλωτών (έρευνα αγοράς) ώστε να εντοπιστούν οι προτιμήσεις τους. Αξιοσημείωτο γνώρισμα της στρατηγικής αυτής είναι η μοναδικότητα του προϊόντος, με αποτέλεσμα την εξασφάλιση της δυνατότητας για τιμολογιακή αύξηση αυτού δίχως ωστόσο να συνοδεύεται από την αντίθετη μεταβολή της ζήτησής του.

Οι προαπαιτούμενες κινήσεις ώστε η στρατηγική διαφοροποίησης να εφαρμοστεί με επιτυχημένο τρόπο, είναι οι κάτωθι (Πετρώφ κ' συν, 2002):

- Έρευνα αγοράς ως προς το καταναλωτικό κοινό.

- Έρευνα ως προς τις καταναλωτικές αξίες του υπάρχοντος πελατολογίου.
- Εντοπισμός τεχνικού στοιχείου προϊόντος που μέσω αυτού θα επέλθει η διαφοροποίηση.
- Προσδιορισμός του συνολικού κόστους υιοθέτησης της στρατηγικής αυτής.

Τέλος, η στρατηγική εστίασης υιοθετείται με χαμηλότερη συχνότητα από τις επιχειρηματικές μονάδες και αυτό διότι με αυτόν τον τρόπο περιορίζεται η αγορά στόχος της επιχείρησης. Συγκεκριμένα, η εν λόγω στρατηγική επικεντρώνεται σε ένα μικρό μερίδιο της αγοράς με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά (Porter, 1996). Η στρατηγική εστίασης δύναται να εφαρμοστεί είτε με χαμηλό κόστος είτε με διαφοροποίηση του παραγόμενου προϊόντος. Βασικές προϋποθέσεις για την εφαρμογή της αποτελούν η τμηματοποίηση της αγοράς καθώς και η επιλογή του σωστού τμήματος αυτής, το οποίο αποτελεί το αποτέλεσμα αλληπάλληλων ερευνών σε επίπεδο συνολικής αγοράς (Πετρώφ κ' συν, 2002).

5.5 Κρατικός Φορέας και Επιχειρηματικότητα

Ως κρατικός προσδιορίζεται ο φορέας εκείνος, ο οποίος μέσω συγκεκριμένων μεθόδων έχει τη δυνατότητα να μεταβάλλει θετικά τους ρυθμούς της επιχειρηματικότητας σε διεθνές και εγχώριο επίπεδο.

Οι εν λόγω μέθοδοι παρατίθενται ακολούθως:

- Η επιβολή φορολογικών κινήτρων.
- Η μείωση της γραφειοκρατίας.
- Η τιμωρία της παράνομης δραστηριότητας.

5.5.1 Φορολογικά κίνητρα

Τα φορολογικά κίνητρα μπορούν να αποτελέσουν μέσο προσέλκυσης ή απώθησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας για κάθε χώρα.

Τα ευρήματα πολυάριθμων σχετικών ερευνών που αποπειράθηκαν να αναλύσουν το βαθμό με τον οποίο τα φορολογικά κίνητρα επιδρούν στην προσέλκυση ξένων επενδύσεων σε μία χώρα, συγκλίνουν ως προς την ύπαρξη πολλαπλών και διαφορετικών απαντήσεων. Σύμφωνα με μεγάλη μερίδα ερευνητών, τα κράτη με βάση τη φορολογική πολιτική που

χαράσσουν και εφαρμόζουν, επηρεάζουν την επιλογή του τύπου εγκατάστασης μίας αλλοδαπής επιχείρησης (ξένη επένδυση), καθώς και τη σύνθεση των ξένων αυτών επενδύσεων. Το εν λόγω φαινόμενο απαντάται κυρίως σε χώρες εντός της Ε.Ε.. Το στοιχείο εκείνο το οποίο δεν επηρεάζεται, τουλάχιστον σε ικανοποιητικό βαθμό, είναι το ύψος των συνολικών ξένων επενδύσεων.

Στον αντίποδα, κρατούσα άποψη είναι ότι τα φορολογικά κίνητρα δεν αποτελούν τόσο σημαντικό παράγοντα για την προσέλκυση ξένων επενδύσεων, δεδομένου ότι οι αλλοδαπές επιχειρήσεις οι οποίες παρουσιάζουν αναπτυξιακές τάσεις ενδιαφέρονται σε εντονότερο βαθμό για τις γενικότερες συνθήκες που επικρατούν εντός ενός κράτους, όπως είναι η πολιτική σταθερότητα, το διαθέσιμο και κατάλληλα εκπαιδευμένο ανθρώπινο δυναμικό, το κόστος των παραγωγικών συντελεστών και οι βασικές υποδομές που επικρατούν (Morisset, 2003).

Η εν γένει σημασία των φορολογικών κινήτρων είναι αυταπόδεικτη ανεξαρτήτως των σχετικών θεωρητικών απόψεων. Κοινός τόπος για το σύνολο των ερευνητών συνιστά το γεγονός ότι τα φορολογικά κίνητρα αυτοτελώς δίχως την κατάλληλη θεσμική υποστήριξη δεν είναι ικανά σε καμία περίπτωση να προσελκύσουν τις ξένες επενδύσεις, αλλά ούτε και να προάγουν την εγχώρια επιχειρηματική δραστηριότητα.

5.5.2 Μείωση της γραφειοκρατίας

Οι έννοιες της πολυνομίας και της γραφειοκρατίας συχνά συγχέονται στη συνείδηση των πολιτών. Για το λόγο αυτό, κρίνεται σκόπιμο στο σημείο αυτό να διακριθούν οι ανωτέρω έννοιες. Η γραφειοκρατία, ήτοι η διόγκωση των τυπικών διαδικασιών και των απαιτούμενων δικαιολογητικών, αποτελεί ως ένα βαθμό απόρροια της πολυνομίας. Η πολυνομία, ήτοι η ύπαρξη μεγάλου αριθμού διατυπώσεων και ειδικότερα νέων ρυθμίσεων δεν συνεπάγεται απαραίτητως αύξηση της γραφειοκρατίας, υπό την προϋπόθεση, ότι οι νέες ρυθμίσεις είναι απλές και σαφείς. Κοινή διαπίστωση, ωστόσο, συνιστά το γεγονός ότι η πολυνομία, σε πολλές περιπτώσεις, προκαλεί την ανάπτυξη της γραφειοκρατίας με άμεσο αντίκτυπο τη σπατάλη σημαντικών χρηματικών ή μη πόρων και την παρεμπόδιση της προσέλκυσης ξένων ή εγχώριων κεφαλαίων που έχουν ως στόχο τη δημιουργία επιχειρηματικής δραστηριότητας (Σωτηρόπουλος & Χριστόπουλος, 2016).

Η γραφειοκρατία απορρέει από στρεβλές διαδικασίες και διαρθρωτικές αγκυλώσεις του κρατικού μηχανισμού της εκάστοτε χώρας. Κατά τον Bozeman (1993), η γραφειοκρατία σε έναν ελλειμματικό κρατικό μηχανισμό, δύναται να εμφανιστεί ως απόρροια δύο (2) μορφών ρύθμισης:

- 1) Ρύθμιση που έγινε στην πορεία κακή: Αυτού του είδους η ρύθμιση δημιουργήθηκε για το σωστό σκοπό και με αρκετά υψηλή ποιότητα. Στην πορεία, βέβαια, διαστρεβλώθηκε λόγω των εξελίξεων και των αναγκών της κοινωνίας (Bozeman, 1993). Οι αιτίες δημιουργίας των ρυθμίσεων αυτών κατά τον Bozeman (1993) είναι η κακή εφαρμογή των νόμων, ο ρυθμιστικός όγκος, η αλλαγή στο ρυθμιστικό σκοπό, η αλλαγή στη ρυθμιστική αποτελεσματικότητα και η ρυθμιστική εντροπία.
- 2) Ρύθμιση που γεννήθηκε ως κακή: Στη συγκεκριμένη περίπτωση, οι νόμοι οι οποίοι δημιουργήθηκαν ήταν από την πρώτη στιγμή της διατύπωσής τους, ελλειμματικοί ως προς την ποιότητά τους και δεν εξυπηρετούσαν τον πραγματικό σκοπό και στόχο της δημιουργίας τους (Bozeman, 1993). Οι γενεσιουργές αιτίες αυτών των ρυθμίσεων, σύμφωνα με τον Bozeman (1993) είναι η ιδιοτέλεια, η έλλειψη ορθής κατανόησης του στόχου των ρυθμίσεων, ο υπερβολικός έλεγχος, ο συμβιβασμός και η διαδικασία αρνητικού αθροίσματος.

Η μείωση της γραφειοκρατίας δύναται αυτόματα να δώσει το απαραίτητο έναυσμα στα επιχειρηματικά κεφάλαια να αξιοποιηθούν και να εκδηλωθεί η πολυπόθητη επιχειρηματική δραστηριότητα.

5.6 Χρηματοδότηση της επιχειρηματικότητας

Η διαδικασία της χρηματοδότησης της επιχειρηματικότητας αποτελεί κρίσιμο πεδίο για όλες τις οικονομικές μονάδες, καθώς μέσω αυτής εξασφαλίζονται τα απαραίτητα κεφάλαια για την κάλυψη των αναγκών τους. Μερικές από τις πιο δημοφιλείς μορφές χρηματοδότησης είναι ο τραπεζικός δανεισμός, τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών, το leasing και οι επιχειρηματικοί άγγελοι. Εκτενέστερα:

5.6.1 Επιχειρηματικοί Άγγελοι (Business Angels)

Ως επιχειρηματικοί άγγελοι θεωρούνται ιδιώτες ως επί το πλείστον επενδυτές, οι οποίοι επενδύουν χρήματα και διαθέτουν χρόνο, εμπειρία και τεχνογνωσία σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες παρουσιάζουν σημαντικές σύμφωνα με αυτούς προοπτικές ανάπτυξης. Οι επιχειρηματικοί άγγελοι γενικά έχουν μεγάλη εμπειρία σε θέματα που αφορούν στη διοίκηση και την οργάνωση των επιχειρήσεων, την ορθολογική χρήση των επιχειρησιακών πόρων και τον τομέα του μάρκετινγκ.

Στην πλειοψηφία των περιπτώσεων, οι επιχειρηματικοί άγγελοι είναι μέτοχοι ή ιδιοκτήτες επιχειρήσεων, διευθυντικά στελέχη εταιρειών, σύμβουλοι επιχειρηματικού σχεδιασμού ή συνταξιούχοι πρώην σύμβουλοι επιχειρήσεων. Εν ολίγοις, πρόκειται για πρόσωπα εγνωσμένου κύρους με αποδεδειγμένη εμπειρία και άριστη κατάρτιση σε θέματα που άπτονται του τομέα της οργάνωσης και διοίκησης των επιχειρήσεων, της ορθολογικής διαχείρισης των επιχειρησιακών πόρων, καθώς επίσης και με το χώρο του μάρκετινγκ. Με βάση τα ανωτέρω, δημιουργούνται ευνοϊκές συνθήκες για την ανάπτυξη δικτύων διασύνδεσης των άτυπων επενδυτών με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Ο ρόλος που καλείται να διαδραματίσει ο επιχειρηματίας είναι διττός. Λεπτομερέστερα, καλείται από τη μία πλευρά να επενδύσει τα κεφάλαια του με στόχο να αποκομίσει οικονομικό όφελος και από την άλλη πλευρά, να αποκτήσει ενεργό ρόλο στη συγκεκριμένη επιχείρηση, είτε συμμετέχοντας στο διοικητικό συμβούλιο, είτε παρέχοντας ανεπίσημα συμβουλευτικές υπηρεσίες, είτε ορισμένες φορές ως εργαζόμενος σε αυτήν με μερική απασχόληση.

Σημειώνεται ότι οι επιχειρηματικοί άγγελοι απαντώνται συνήθως στις επιχειρήσεις έντασης γνώσης, οι οποίες αντιμετωπίζουν μεγαλύτερες δυσκολίες στην πρόσβαση στις παραδοσιακές πηγές χρηματοδότησης σε σχέση με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις. Επιπλέον, η επένδυση στις επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας, είναι αναγκαίο να λαμβάνει χώρα στο αρχικό στάδιο σύστασης της επιχείρησης, προτού αυτή καταφέρει να αποκομίσει έσοδα. Με τον τρόπο αυτό, οι επιχειρηματικοί άγγελοι έρχονται να καλύψουν το κενό που υφίσταται στα ίδια κεφάλαια μίας επιχείρησης η οποία επιθυμεί να εξελιχθεί.

Η πραγματοποίηση της επένδυσης από τον επιχειρηματικό άγγελο δεν προϋποθέτει τους ελέγχους και τις εγγυήσεις που προβλέπουν συνήθως οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί

και τούτο διότι κύρια επιδίωξη του επιχειρηματικού αγγέλου είναι η καλλιέργεια και εμπέδωση προσωπικής σχέσης με τον επιχειρηματία. Άξιο αναφοράς είναι το γεγονός πως αρκετές φορές οι επιχειρηματικοί άγγελοι υποστηρίζουν κάποια επιχειρηματική πρόταση ακολουθώντας τη διαίσθησή τους και στηριζόμενοι περισσότερο στις εμπειρίες τους και λιγότερο σε επιχειρηματικά πλάνα.

Ο επιχειρηματικός άγγελος δύναται να ωφελήσει σημαντικά την επιχείρηση σε επίπεδο ανταλλαγής βέλτιστων πρακτικών, τεχνογνωσίας και διοικητικών διαδικασιών πέραν της χρηματοδοτικής στήριξης. Παράλληλα, ο επιχειρηματικός άγγελος μπορεί να συμβάλλει τα μέγιστα στην κάλυψη του ελλείμματος διοικητικής εμπειρίας που ενδεχομένως παρουσιάζουν οι νεοσύστατες επιχειρήσεις. Επιπρόσθετα, οι επιχειρηματικοί άγγελοι συνήθως διαθέτουν έναν ευρύ κύκλο γνωριμιών στον επιχειρηματικό κόσμο, κύκλος ο οποίος δύναται να αξιοποιηθεί καταλλήλως προς όφελος της νέας συνεργαζόμενης επιχείρησης.

Οι επιχειρηματικοί άγγελοι στις Η.Π.Α. μπορούν να ταξινομηθούν σε τέσσερις (4) κατηγορίες. Ειδικότερα:

- 1) Φύλακες άγγελοι: Πρόκειται για αγγέλους οι οποίοι στο παρελθόν υπήρξαν επιτυχημένοι επιχειρηματίες στον ίδιο κλάδο με την επιχείρηση στην οποία επενδύουν. Με τον τρόπο αυτό, προσφέρουν την επιχειρηματική τους εμπειρία, καθώς και τις εξειδικευμένες γνώσεις τους σε θέματα που αφορούν στον τομέα δραστηριοποίησης της επιχείρησης.
- 2) Επιχειρηματίες άγγελοι: Πρόκειται για άτομα που διαθέτουν εμπειρία στη σύσταση και τη διοίκηση μίας επιχείρησης. Η ειδοποιός διαφορά της εν λόγω κατηγορίας εν συγκρίσει με την ανωτέρω έγκειται στο γεγονός ότι προέρχονται από διαφορετικό τομέα σε σχέση με τον τομέα δραστηριοποίησης της επιχείρησης στην οποία επενδύουν.
- 3) Λειτουργικοί άγγελοι: Πρόκειται για άτομα που δεν υπήρξαν οι ίδιοι επιχειρηματίες κατά το παρελθόν, ωστόσο υπηρέτησαν σε υψηλά ιστάμενες θέσεις σε μεγάλες επιχειρήσεις. Για το λόγο αυτό είναι σε θέση να μεταφέρουν τις αποκτηθείσες γνώσεις και εμπειρίες τους στην επιχείρηση, ωστόσο στερούνται συνήθως μεγάλης επιχειρηματικής εμπειρίας.
- 4) Χρηματοοικονομικοί άγγελοι: Πρόκειται για άτομα τα οποία επενδύουν σε μία

επιχείρηση έχοντας ως σκοπό το οικονομικό όφελος.

Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Επιχειρηματικών Αγγέλων (European Business Angels Network ή EBAN) σκιαγραφεί το προφίλ των επιχειρηματικών αγγέλων. Λεπτομερέστερα, πρόκειται συνήθως για άνδρες, ηλικίας 35 έως 65 ετών, με επιτυχημένη εμπειρία ως επιχειρηματίες ή managers, οι οποίοι μπορούν να χαρακτηριστούν ως «άτυποι ιδιώτες επενδυτές». Οι «άτυποι ιδιώτες επενδυτές» είναι διατεθειμένοι να μοιραστούν τις διοικητικές τους γνώσεις και ικανότητες, καθώς επίσης και το εκτεταμένο δίκτυο γνωριμιών που διαθέτουν.

Ορισμένα ακόμη χαρακτηριστικά των επιχειρηματικών αγγέλων είναι τα κάτωθι:

- Έχουν οικονομική άνεση.
- Έχουν διαγράψει επιτυχημένη επαγγελματική πορεία.
- Διαθέτουν κεφάλαιο καθώς και διευρυμένα δίκτυα.
- Χαρακτηρίζονται από πάθος για τις δραστηριότητες που αναπτύσσουν.
- Διαθέτουν αποδεδειγμένη συμβουλευτική εμπειρία για υποστήριξη.
- Κινούνται επιχειρηματικά με δράσεις τοπικής επένδυσης.
- Αναγνωρίζουν κοινά σημεία, εμπιστοσύνη και χημεία στο πρόσωπο των επιχειρηματιών που αποφασίζουν να στηρίζουν (Politis, 2008).

5.6.2 Κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (venture capital)

Με την έννοια των κεφαλαίων υψηλού επιχειρηματικού κινδύνου νοούνται τα κεφάλαια εκείνα, τα οποία επενδύονται σε επιχειρήσεις οι οποίες χαρακτηρίζονται από μεγάλη πιθανότητα εμφάνισης ζημιών και ειδικότερα απόδοση που είναι χαμηλότερη της αναμενόμενης, συνήθως εξαιτίας σοβαρών λειτουργικών προβλημάτων της επιχείρησης.

Ο εν λόγω κίνδυνος προσμετράται σε όρους λειτουργικών κερδών. Στην περίπτωση εκείνη που τα λειτουργικά κέρδη παρουσιάζουν υψηλή διακύμανση, τότε υφίσταται υψηλός επιχειρηματικός κίνδυνος, ενώ όταν δεν παρουσιάζουν διακύμανση, τότε ο επιχειρηματικός κίνδυνος είναι περιορισμένος.

Τα είδη του επιχειρηματικού κινδύνου είναι δύο (2). Συγκεκριμένα:

- 1) Ο εξωτερικός (external).
- 2) Ο εσωτερικός (internal).

Ο εξωτερικός κίνδυνος σχετίζεται με τις λειτουργικές συνθήκες που επιβάλλονται στην επιχείρηση εξαιτίας των εξωτερικών δυνάμεων της αγοράς, τις οποίες η επιχείρηση δεν είναι σε θέση να ελέγξει. Ο εσωτερικός επιχειρηματικός κίνδυνος σχετίζεται με την αποτελεσματικότητα ως προς τη λειτουργία της επιχείρησης και αφορά στην ικανότητα της διοίκησης, τη διαφοροποίηση των προϊόντων καθώς και την αποτελεσματικότητα των κεφαλαίων που χρησιμοποιούνται (Chemmanur, Loutskina & Tian, 2014).

Ο πίνακας που παρατίθεται ακολούθως περιλαμβάνει τις μορφές που δύνανται να λάβουν τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών.

Πίνακας 5.1: Μορφές των Venture Capital Funds

Σπορά και Εκκίνηση (Seed & Stage)	Κεφάλαιο Σποράς (Seed Capital)	Κεφάλαιο για ανάπτυξη και δοκιμή μιας αρχικής ιδέας.
	Κεφάλαιο Εκκίνησης (Start-Up or Early Stage Capital)	Κεφάλαιο χρηματοδότησης αρχικού σταδίου παραγωγής, μάρκετινγκ και πωλήσεων πριν ακόμη η επιχείρηση γίνει κερδοφόρα.
Ανάπτυξη (Expansion)	Χρηματοδότηση Ανάπτυξης (Expansion-Development Finance)	Χρηματοδότηση ανάπτυξης της παραγωγικής δυναμικότητας, των πωλήσεων, επέκταση στην αγορά, πιθανή ύπαρξη κερδοφορίας.
	Προ-χρηματιστηριακή Χρηματοδότηση	Χρηματοδότηση στο στάδιο της προετοιμασίας για είσοδο στο χρηματιστήριο.

	Εξυγίανση (Rescue and Turnaround)	Εξαγορά και εξυγίανση της επιχείρησης.
Εξαγορά (Buy Out Stage)	Εξαγορά (Management Buy-Out)	Χρηματοδότηση εξαγοράς επιχείρησης από την υπάρχουσα διοίκηση.
	Εξαγορά (Management Buy-In)	Χρηματοδότηση εξαγοράς επιχείρησης από νέα ομάδα διαχείρισης.
Αντικατάσταση (Replacement Stage)	Αντικατάσταση (Replacement)	Χρηματοδότηση εξαγοράς μεριδίων απερχόμενων εταίρων ή άλλης χρηματοδότησης.
	Αναχρηματοδότηση Χρέους (Debt Refinancing)	Βελτίωση της θέσης μίας επιχείρησης με μείωση της δανειακής εξάρτησης (σχέση δανειακών υποχρεώσεων προς σύνολο κεφαλαίου).

Πηγή: Καραγιάννης & Μπακούρος (2010).

Επισημαίνεται ότι στους επιχειρηματικούς κινδύνους περιλαμβάνεται και η περίπτωση διαφυγής πιθανών ευκαιριών.

Επιπλέον, οι επιχειρηματικοί κίνδυνοι μπορούν επίσης να διακριθούν σε:

- 1) Στρατηγικούς, οι οποίοι σχετίζονται με τη λήψη αποφάσεων.
- 2) Λειτουργικούς ή Χρηματοοικονομικούς.

Ο στρατηγικός κίνδυνος συνήθως ανακύπτει από διακυμάνσεις που παρουσιάζει η ζήτηση. Επιπρόσθετα, η εμφάνιση της εν λόγω μορφής κινδύνου δύναται να οφείλεται και σε διακυμάνσεις αφορώσες στην τιμή πώλησης των προϊόντων της επιχείρησης, των τιμών των πρώτων υλών, της δυνατότητας αντίδρασης στις μεταβολές των τιμών, καθώς και στη

δομή κόστους της επιχείρησης, δηλαδή ουσιαστικά κατά πόσο η επιχείρηση παρουσιάζει σημαντικά πάγια έξοδα. Ο χρηματοοικονομικός κίνδυνος προκύπτει ως αποτέλεσμα της διάρθρωσης των κεφαλαίων, ήτοι του μείγματος ιδίων κεφαλαίων και δανεισμού. Επί παραδείγματι, μία επιχείρηση στηριζόμενη σε μεγάλο βαθμό στο δανεισμό είναι περισσότερο εκτεθειμένη σε κίνδυνο. Τέλος, ο επιχειρηματικός και ο χρηματοοικονομικός κίνδυνος συνθέτουν το συνολικό κίνδυνο που παρουσιάζει μία επιχείρηση, καθορίζοντας και το κόστος χρηματοδότησής της, επηρεάζοντας με αυτό τον τρόπο τόσο τις βραχυπρόθεσμες όσο και τις μακροπρόθεσμες αποφάσεις (Γερονικολάου, 2009).

Ιστορικά, η εμφάνιση της εν λόγω μορφής χρηματοδότησης λαμβάνει χώρα για πρώτη φορά στις Η.Π.Α. κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1950. Σταδιακά εξαπλώνεται και αποκτά σημαντική δυναμική τόσο στη Μεγάλη Βρετανία όσο και τις υπόλοιπες χώρες της Δυτικής Ευρώπης.

Η εμφάνιση και καθιέρωση της μορφής αυτής στην Ελλάδα υστέρησε χρονικά και συγκεκριμένα διαδραματίστηκε στις αρχές της δεκαετίας του 1990. Παράλληλα, δόθηκε σημαντική ώθηση με τη διαμόρφωση του κατάλληλου θεσμικού πλαισίου μέσω του σχετικού Νόμου 1775/1988. Η τελευταία δεκαετία αποτέλεσε καθοριστικής σημασίας χρονική περίοδο για την παγίωση της εν λόγω μορφής χρηματοδότησης στη χώρα. Το γεγονός αυτό συνέπεσε χρονικά με τη χρηματιστηριακή άνοξη στην Ελλάδα και συνεπακόλουθα την ανάγκη για μεταφορά τεραστίων κεφαλαίων από τις τραπεζικές καταθέσεις στις αγορές μετοχών, με ταυτόχρονο μετριασμό του ενθουσιασμού των επενδυτών και κατ' επέκταση στροφή σε μεσοπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες τοποθετήσεις. Η ανωτέρω τάση διαφαίνεται ήδη στις χώρες εκείνες όπου η εν λόγω μορφή χρηματοδότησης έχει εμπεδωθεί, είτε με τη μορφή συμμετοχής στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας μέσω της αύξησης αυτού, είτε με τη μορφή μετατρέψιμης ομολογίας, με παράλληλη πάγια τακτική την αποφυγή επενδύσεων σε εισηγμένες εταιρείες.

Πρωταρχικός στόχος των κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών είναι η ρευστοποίηση των συμμετοχών τους και η αποεπένδυση των κεφαλαίων τους, ενώ δεν συμπεριλαμβάνεται στη στοχοθεσία τους η διατήρηση του χαρτοφυλακίου τους για πληθώρα ετών. Επιπλέον, πρόκειται για επενδύσεις μακροπρόθεσμης προοπτικής με ταυτόχρονη επιδίωξη για καθορισμό ορατού χρονικού ορίζοντα εξόδου. Επιπρόσθετα, έχουν ως γνώμονα τη συνεισφορά από τη σκοπιά του στρατηγικού εταίρου στην ταχεία ανάπτυξη

των εταιρειών στις οποίες συμμετέχουν και εν τέλει αποβλέπουν ακόμη και στη βελτίωση της χρηματοοικονομικής δομής και την επίτευξη κερδοφορίας. Καταληκτικά, τα εν λόγω κεφάλαια διαμοιράζονται τον κίνδυνο με την επιχείρηση και ως εκ τούτου επιδιώκουν την εξασφάλιση αμοιβής υψηλών αποδόσεων, οι οποίες ταυτίζονται με τις αναμενόμενες εκ μέρους του επιχειρηματία.

Το σχετικό θεσμικό πλαίσιο στην Ελλάδα έχει ως πρώτο έρεισμα το Νόμο 1775/1988, ο οποίος έθεσε ένα περίγραμμα της εν λόγω μορφής χρηματοδότησης. Ο μάλλον αποτρεπτικός του χαρακτήρας οδήγησε στην έκδοση του Νόμου 2367/1995, του οποίου κύρια επιδίωξη αποτέλεσε η αναμόρφωση του πλαισίου λειτουργίας των κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών, εγχείρημα το οποίο δεν στέφθηκε τελικώς με την προσδοκώμενη επιτυχία. Στο ανωτέρω πλαίσιο, οι όποιες σχετικές επενδυτικές προσπάθειες στηρίχθηκαν κυρίως σε υπεράκτιες εταιρείες, υπερβαίνοντας με τον τρόπο αυτό σημαντικά εμπόδια, φορολογικού κυρίως χαρακτήρα και αυξάνοντας παράλληλα την ανταγωνιστικότητα των προσπαθειών. Η νομοθετική συνέχεια δόθηκε με την έκδοση του Νόμου 2992/2002, με τον οποίο θεσμοθετήθηκαν ισχυρά φορολογικά κίνητρα, ενώ τέθηκαν και οι προϋποθέσεις συμμετοχής του Ταμείου Ανάπτυξης Νέας Οικονομίας (Τ.Α.ΝΕ.Ο.) σε Αμοιβαία Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετοχών (Α.Κ.Ε.Σ.) (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010).

Σημειώνεται ότι στόχος μιας εταιρείας κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών δεν είναι η μακροπρόθεσμη συμμετοχή της σε μία επιχείρηση, αλλά η παραμονή σε αυτήν για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα συνήθως μεταξύ τριών (3) έως πέντε (5) ετών και πάντα λαμβάνοντας υπόψη τόσο την αξία της επιχείρησης όσο και τις εκάστοτε συνθήκες της αγοράς.

Οι υπηρεσίες που προσφέρει μια εταιρεία τέτοιου είδους είναι οι ακόλουθες:

- ◆ Εκτίμηση-αξιολόγηση της επενδυτικής ιδέας, του επενδυτικού προγράμματος και γενικότερα αξιολόγηση της στρατηγικής που πρόκειται να ακολουθήσει η επιχείρηση.
- ◆ Εκτίμηση και ανάπτυξη της διοίκησης της επιχείρησης.
- ◆ Παροχή συμβουλών για την κεφαλαιακή δομή και τη χρηματοδότηση της επιχείρησης.
- ◆ Παροχή συμβουλών για τον τρόπο ανάπτυξης της επιχείρησης.

- ◆ Προετοιμασία για εισαγωγή στο χρηματιστήριο (Kortum & Lerner, 2000).

Ορισμένοι παράγοντες οι οποίοι εντείνουν τη ζήτηση κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών εκ μέρους των επιχειρήσεων, σχετίζονται με τα κάτωθι στοιχεία:

- Υψηλά επιτόκια: Είναι γεγονός ότι τουλάχιστον μέχρι και πριν μερικά χρόνια τα επιτόκια των χρηματοδοτήσεων ήταν κατά πολύ υψηλότερα από τον πληθωρισμό ή τα επιτόκια καταθέσεων. Ακόμα και σήμερα και παρά την απόκλιση που έχει μειωθεί σημαντικά σε πολλές χώρες, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα, η εν λόγω διαφορά θεωρείται σημαντική.
- Υψηλό διαχειριστικό κόστος κεφαλαίων.
- Η αυστηρή πολιτική των τραπεζών σε σχέση με τις εγγυήσεις των δανειζόμενων κεφαλαίων που αποτελούν ανασχετικό παράγοντα ειδικά στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.
- Η έλλειψη ή ο περιορισμός των διαθέσιμων τραπεζικών κεφαλαίων για λόγους όπως είναι η κάλυψη δημοσιονομικών αναγκών και ελλειμμάτων, η άντληση μεγάλων κεφαλαίων για αναπτυξιακά έργα κ. ά..

5.6.3 Υποστήριξη από το τραπεζικό σύστημα

Η πλέον δημοφιλής μέθοδος επιχειρηματικού δανεισμού είναι η χρηματοδότηση από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Η συγκεκριμένη μορφή χρηματοδότησης μπορεί να προκύψει είτε μέσω μακροπρόθεσμων επιχειρηματικών δανείων είτε μέσω δανείων κεφαλαίου κίνησης, τα οποία χορηγούνται από τους τραπεζικούς οργανισμούς στις επιχειρήσεις. Εκτενέστερα:

I. Δάνεια κεφαλαίου κίνησης

Το εν λόγω είδος τραπεζικού δανεισμού σκοπεί στη δημιουργία αρχικώς και εν συνεχεία διατήρηση της ρευστότητας των διαθέσιμων κεφαλαίων στο εσωτερικό της οικονομικής μονάδας. Στην υπό διερεύνηση κατηγορία δανειοδότησης εντάσσονται:

- 1) Τα ανοικτά δάνεια.
- 2) Οι αλληλόχρεοι λογαριασμοί.

Η περίπτωση των ανοικτών δανείων περιλαμβάνει την παροχή της δυνατότητας ενός άμεσου και ελεύθερου δανεισμού εκ μέρους του πιστωτικού ιδρύματος προς την επιχείρηση. Η εν λόγω δυνατότητα ενεργοποιείται σε κάθε περίπτωση που η επιχείρηση το κρίνει αναγκαίο. Τα ανοικτά δάνεια χαρακτηρίζονται από συμβατικώς προσδιορισμένο ανώτατο όριο χρηματοδότησης, το οποίο έχει συμφωνηθεί και τεθεί από την έναρξη της συνεργασίας των συμβαλλόμενων μερών. Επιπλέον, η δανειολήπτρια επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να εξοφλήσει είτε μερικώς είτε συνολικώς το οφειλόμενο ποσό, ενώ εξακολουθεί κανονικά να λαμβάνει δανειακή υποστήριξη.

Το ποσοστό χρηματοδότησης ποικίλει μεταξύ των πιστωτικών ιδρυμάτων, καθώς αυτό εξαρτάται από την εμπορική πολιτική της κάθε τράπεζας (Freund & Clapper, 2009). Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποίησαν οι Freund και Clapper (2009), το εν λόγω ποσοστό κυμαινόταν προ κρίσης μεταξύ 15%-30%, ενώ σήμερα και με δεδομένη τη δημοσιονομική συγκυρία, δεν υπερβαίνει το 5% στην πλειοψηφία των περιπτώσεων. Σημειώνεται ότι το ποσοστό αυτό συνιστά αντικείμενο προσαρμογής με βάση τα οικονομικά στοιχεία των τελευταίων πέντε (5) ετών έκαστης επιχείρησης προτού κατατεθεί η αίτηση δανειοδότησης.

Οι αλληλόχρεοι λογαριασμοί αποτελούν ένα ακόμη είδος κεφαλαίων κίνησης χορηγούμενο από τα τραπεζικά ιδρύματα προς τις επιχειρήσεις. Οι εν λόγω λογαριασμοί συνιστούν μία λογιστική κατάσταση μεταξύ δύο (2) συμβαλλόμενων μερών (συνήθως νομικών προσώπων) παρέχοντας ταυτόχρονα το δικαίωμα στους χρήστες να συναλλάσσουν μεταξύ τους κεφάλαια κίνησης, ενώ το σύνολο των σχετικών εγγραφών τηρείται αυτόματα σε ένα ενιαίο σύστημα.

II. Μακροπρόθεσμα επιχειρηματικά δάνεια

Η εν λόγω κατηγορία δανεισμού περιλαμβάνει δάνεια τα οποία χορηγούνται με σκοπό την εξασφάλιση επαγγελματικής στέγης, καθώς επίσης και την αγορά πάγιου εξοπλισμού για την κάλυψη των σχετικών αναγκών έκαστης επιχείρησης.

Τα χορηγούμενα δάνεια με σκοπό την εξασφάλιση επαγγελματικής στέγης σκοπεύουν στη διευκόλυνση των επιχειρήσεων σχετικά με την απόκτηση του πλέον σημαντικού και ενδεχομένως μεγαλύτερου πάγιου περιουσιακού τους στοιχείου, ήτοι την

επιχειρηματική τους έδρα. Το ποσοστό χρηματοδότησης, και σε αυτήν την περίπτωση, υπολογίζεται ως συνισταμένη πολυάριθμων παραγόντων και ιδίως της φερεγγυότητας και των οικονομικών στοιχείων της επιχείρησης, καθώς επίσης και της εμπορικής πολιτικής της τράπεζας. Σε ορισμένες περιπτώσεις το εν λόγω ποσοστό δύναται να καλύψει ολικώς την αξία του ακινήτου. Εν γένει, τα σχετικά δανειακά επιτόκια είναι αρκετά υψηλά και κυμαίνονται μεταξύ 3,2%-10,8%. Τα έτη διάρκειας του εν λόγω τραπεζικού δανεισμού δύνανται να προσεγγίσουν έως και τα τριάντα (30) έτη αποπληρωμής.

Η υπό διερεύνηση κατηγορία δανεισμού, η οποία σκοπεί στην απόκτηση πάγιου εξοπλισμού συνιστά υποστηρικτικό μοχλό βαρύνουσας σημασίας για τις οικονομικές μονάδες, οι οποίες με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνουν να καλύψουν επιτυχώς στοιχειώδεις ανάγκες υψηλού κόστους. Δεδομένου αυτού, η εν λόγω κατηγορία δανεισμού απευθύνεται συνήθως και έχει ως αποδέκτες τις μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις. Η συγκεκριμένη μορφή χρηματοδότησης επιτρέπει, σε αρκετές περιπτώσεις και υπό συγκεκριμένες οικονομικές συνθήκες, την καθολική κάλυψη των απαιτούμενων για την επιχείρηση κεφαλαίων, ήτοι σε ποσοστό 100%. Το σχετικό επιτόκιο κυμαίνεται μεταξύ 6,3%-10% και τα διαθέσιμα έτη αποπληρωμής διαρκούν έως δεκαπέντε (15) έτη (Freund & Clapper, 2009).

5.7 Εθνική Κουλτούρα και Επιχειρηματικότητα

Οι ποικίλες απόψεις που έχουν διατυπωθεί από κορυφαίους οικονομολόγους αναφορικά με τη σχέση μεταξύ εθνικής και οργανωσιακής κουλτούρας με την έννοια της επιχειρηματικότητας είναι συχνά αλληλοσυγκρουόμενες.

Εθνική κουλτούρα θεωρείται το σύνολο των σκέψεων, ιδεών και τρόπων συμπεριφοράς ενός συνόλου με κοινή εθνική καταγωγή. Κατά τον Gold (1997), η εθνική κουλτούρα παρέχει τη δυνατότητα στα άτομα να σχηματίζουν τις εκάστοτε συμπεριφορές τους. Το ίδιο ακριβώς, πράττει και η οργανωσιακή ή εταιρική κουλτούρα με άμεση συνέπεια την επιρροή της επιχειρηματικότητας λόγω των ατομικών συμπεριφορών. Τα κοινά σημεία μεταξύ εθνικής και εταιρικής κουλτούρας είναι πολυάριθμα, με μεγάλη ωστόσο μερίδα ερευνητών να θεωρεί ότι αποτελούν διακριτές και ανεξάρτητες έννοιες, οι οποίες επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα σε παγκόσμιο επίπεδο.

Σύμφωνα με τους Harbison & Myers (1959), η εταιρική κουλτούρα, μέσω της οποίας

η επιχειρηματικότητα οδηγείται σε συγκεκριμένα επίπεδα, δεν επηρεάζεται από κανενός είδους εθνικές κουλτούρες. Ανεξάρτητα από τις ιδέες, τον τρόπο σκέψης και συμπεριφοράς των ατόμων, η επιχειρηματικότητα μέσω της εταιρικής κουλτούρας οδηγείται στα επιθυμητά αποτελέσματα.

Στον αντίποδα, ο Gold (1997) αναφέρει ότι η εθνική κουλτούρα με τη συμβολή και έτερων στοιχείων, επηρεάζει σε μικρό βαθμό την εταιρική κουλτούρα της κάθε οικονομικής μονάδας.

Τέλος, η πιο σημαντική, ίσως, άποψη για την εθνική κουλτούρα σε σχέση με την επιχειρηματικότητα έχει διατυπωθεί από τον Hofstede (2003), ο οποίος εξέτασε το εν λόγω θέμα επί σειρά ετών. Τα ευρήματα πρόσφατης έρευνάς του υποδεικνύουν ότι η εθνική κουλτούρα αποτελεί εκείνον τον παράγοντα ο οποίος επηρεάζει με υψηλή συχνότητα και ένταση τη συμπεριφορά των ατόμων εντός μίας οικονομικής μονάδας, έναντι των υπολοίπων παραμέτρων.

5.8 Άλλοι φορείς στήριξης της Επιχειρηματικότητας

Οι φορείς και οι οργανισμοί οι οποίοι συνιστούν αρωγούς της επιχειρηματικότητας στο σύγχρονο περιρρέον οικονομικό περιβάλλον είναι πολυάριθμοι. Σύμφωνα με τους Ιωαννίδη & Γιωτόπουλο (2014), οι εν λόγω φορείς και οργανισμοί παρατίθενται ακολούθως:

- Τα επιμελητήρια.
- Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα.
- Οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α.).
- Ο αναπτυξιακός νόμος.
- Το Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (Ε.Σ.Π.Α.).
- Οι κοιτίδες επιχειρηματικότητας.
- Οι σύμβουλοι επιχειρήσεων.
- Το Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας.
- Τα κατά τόπους επιχειρηματικά συμβούλια.
- Το Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης (Ε.Τ.Ε.ΑΝ.).

5.9 Συμπεράσματα

- Οι βασικές δομές υποστήριξης της επιχειρηματικότητας είναι οι θερμοκοιτίδες και τα τεχνολογικά πάρκα.
- Οι θερμοκοιτίδες παρέχουν στις νέες επιχειρήσεις επαγγελματική στέγη, επιχειρησιακές συμβουλές, λογιστικές συμβουλές, πρόσβαση στο διαδίκτυο, εξατομικευμένες βάσεις δεδομένων, χώρους στάθμευσης, υπηρεσίες αλληλογραφίας, ποιοτική έρευνα, διοικητική και οργανωτική διάρθρωση, ατζέντα επαφών, διασυνδέσεις, νομική υποστήριξη, στρατηγικές προώθησης, διαθέσιμους πόρους, γραμματειακή υποστήριξη και εγκαταστάσεις.
- Στην Ελλάδα τα πιο γνωστά τεχνολογικά πάρκα είναι τα πάρκα της Κρήτης, της Πάτρας, της Θεσσαλονίκης, της Ηπείρου, της Θεσσαλίας, του Λαυρίου και του Λεύκιππου.
- Η εκπαίδευση σε σχέση με την επιχειρηματικότητα και τις διαστάσεις αυτής, υλοποιείται μέσω ακαδημαϊκών προγραμμάτων, επιχειρηματικής κατάρτισης, συμβουλευτικής ομότιμων και ατομικής συμβουλευτικής.
- Τα αποτελέσματα τα οποία επιφέρει η συμβουλευτική στον τομέα της επιχειρηματικότητας είναι η επίλυση του αρχικού προβλήματος, η μάθηση και η κοινωνική ενσωμάτωση.
- Οι κυριότερες θετικές κοινωνικές επιπτώσεις της επιχειρηματικότητας είναι η αύξηση της απασχόλησης, η αύξηση των εισοδημάτων, η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου, η διαμόρφωση του πολιτισμικού πλαισίου, η εξέλιξη της κοινωνίας, η αύξηση των κρατικών εσόδων και η διατήρηση των κοινωνικών αξιών.
- Οι γενικές επιχειρηματικές στρατηγικές διακρίνονται σε τρεις (3) κατηγορίες, ήτοι τις στρατηγικές ηγεσίας κόστους, τις στρατηγικές διαφοροποίησης και τις στρατηγικές εστίασης.
- Ο κρατικός φορέας προκειμένου να επιτευχθεί τόνωση της επιχειρηματικότητας, προωθεί την παροχή φορολογικών κινήτρων, τη μείωση των γραφειοκρατικών εμποδίων και την τιμωρία της παράνομης δραστηριότητας.
- Οι βασικότερες μορφές χρηματοδότησης της επιχειρηματικότητας είναι ο τραπεζικός δανεισμός, τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών, το leasing και οι επιχειρηματικοί άγγελοι.

- Οι φορείς και οι οργανισμοί οι οποίοι λειτουργούν ως αρωγοί και ερείσματα της επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι τα επιμελητήρια, τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης, ο αναπτυξιακός νόμος, το Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς, οι κοιτίδες επιχειρηματικότητας, οι σύμβουλοι επιχειρήσεων, το Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας, το Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης και τα επιχειρηματικά συμβούλια που δραστηριοποιούνται ανά τόπο.

Λίστα Βιβλιογραφικών Αναφορών 5ου Κεφαλαίου

Ελληνική βιβλιογραφία

Γερονικολάου, Γ. (2009). *Διδακτορική Διατριβή: Συμβολή και προοπτικές των Κεφαλαίων Υψηλού Κινδύνου (Κ.Υ.Κ) στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, καινοτομίας και απασχόλησης στην Ελληνική οικονομία*. Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης-Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Θεσσαλονίκη.

Ιωαννίδης, Σ. & Γιωτόπουλος, Ι. (2014). *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2012-2013: ενδείξεις ανάκαμψης της μικρής επιχειρηματικότητας*. Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, Αθήνα.

Καραγιάννης, Η.Γ. & Μπακούρος, Ι.Α. (2010). *Καινοτομία & Επιχειρηματικότητα. Θεωρία-Πράξη*. Εκδόσεις Σοφία, Θεσσαλονίκη.

Πετρώφ, Γ., Τζωρτζάκης, Κ. & Τζωρτζάκη, Α. (2002). *Μάρκετινγκ – Μάνατζμεντ. Αρχές, Στρατηγικές, Εφαρμογές*. Εκδόσεις Rosili, Αθήνα.

Σωτηρόπουλος, Δ. & Χριστόπουλος, Δ. (2016). *Πολυνομία, Κακονομία και Γραφειοκρατία στην Ελλάδα. Ανάλυση αποτυχιών του παρελθόντος και προτάσεις βελτιωτικών παρεμβάσεων*.

Ταμπούρη, Σ., Κατσάρα, Α. & Κακούρης, Α. (2010). *Επιχειρηματική ενθάρρυνση και φύλο:*

υπάρχουσες τάσεις και παράμετροι για αποτελεσματική συμβουλευτική. Γραφείο Διασύνδεσης Πανεπιστημίου Πειραιώς, Πειραιάς.

Υπουργείο Απασχόλησης. (2005). *Οδηγός ίδρυσης και λειτουργίας κοινωνικών επιχειρήσεων*, 53-62.

Χασσίδ, Ι. & Καραγιάννης, Α.Δ. (1999). *Η επιχειρηματικότητα στην ελληνική οικονομία: Οικονομική και κοινωνική προσέγγιση*. Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

McLeod, J. (2003). *Εισαγωγή στη Συμβουλευτική*. Εκδόσεις Μεταίχμιο, Αθήνα.

Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

Artus, P. (2001). *La Nouvelle Economie*. La Decouverte, Paris.

Bakouros, Y.L., Mardas, D. & Varsakelis, N.C. (2002). *Science Park, A High Tech Fantasy: An Analysis of the Science Parks in Greece*. Technovation, 123-128.

Bozeman, B. (1993). *A theory of Government Red Type*. Journal of Public Administration Research and Theory, 273-300.

Capaldo, A. (2007). *Network Structure and Innovation: The Leveraging of Dual Network as a Distinctive Relational Capability*. Strategy Management Journal, 586-608.

Chemmanur, T.J., Loutskina, E. & Tian, X. (2014). *Corporate Venture Capital, Value Creation, and Innovation*. The Review of Financial Studies, 2434-2473.

European Commission. (2006). *Monitoring Industrial Research: The Annual Digest of Industrial R&D*.

Freund, C. & Clapper, L. (2009). *Firm Financing and Trade in the Financial Crisis*. The World Bank, Mimeo.

Gold, B.A. (1997). *International Organizational Behavior. Reading cases and skills*. Lubin School of Business, Pace Hall.

- Harbison, F.H. & Myers, C.A. (1959). *Management in the Industrial World: An International Study*. New York, Mc Graw-Hill.
- Hofstede, G. (2003). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*.
- Katz, A.J. (2007). *Education and Training in Entrepreneurship*. (In Baum J.R., Frese M. & Baron R. "The psychology of Entrepreneurship", a publication of the Society for Industrial and Organizational Psychology). The Organizational Frontiers Series, U.S.A..
- Kortum, S. & Lerner, J. (2000). *Assessing the Contribution of Venture Capital to Innovation*. Rand Journal of Economics.
- McLeod, J. (2003). *An Introduction to Counseling*. Open University Press.
- Morisset, J. (2003). *Tax Incentives: Using Tax Incentives to Attract Foreign Direct Investment*. Public policy Journal World Bank Group, N° 253.
- OECD. (1992). *Oslo Manual*.
- OECD Frascati Manual. (2002). *Proposed Standard Practice for Surveys of Research and Experimental Development*. Paris.
- Politis, D. (2008). *Business angels and value added: what do we know and where do we go?* Venture Capital, 127-147.
- Porter, M. (1996). *What is strategy?* Harvard Business Review.
- Romer, P.M. (1986). *Increasing Returns and Long-Run Growth*. Journal of Political Economy.
- Teece, D. (2006). *Reflections on profiting from technological innovation*. Research Policy, 1131-1146.
- White, M. & Bruton, G. (2011). *The Management of Technology and Innovation: A Strategic Approach*. Cengage Learning.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Συμπεράσματα

6.1 Συμπεράσματα

Τα συμπεράσματα τα οποία εξάχθηκαν από την παρούσα διπλωματική εργασία είναι πολυάριθμα και παρατίθενται συνοπτικά ως ακολούθως:

- Η έννοια της επιχειρηματικότητας συνιστά μία πολυσύνθετη έννοια, η οποία απαρτίζεται από πληθώρα παραγόντων και χαρακτηριστικών γνωρισμάτων.
- Ο όρος “επιχειρηματικότητα” συγκεντρώνει ποικίλους ορισμούς διατυπωμένους εκ μέρους επιφανών οικονομολόγων. Οι εν λόγω ορισμοί παρά τις φαινομενικές διαφορές τους παρουσιάζουν εντούτοις πολλαπλά κοινά σημεία ως προς το περιεχόμενό τους.
- Η αυστριακή εκδοχή, η Γερμανική εκδοχή και η εκδοχή του Σικάγο πρεσβεύουν τις τρεις (3) βασικές θεωρίες αφορώσες στην έννοια της επιχειρηματικότητας.
- Οι προσδιοριστικοί παράγοντες της επιχειρηματικότητας παρουσιάζουν ιδιαίτερη σημασία για την εξέλιξή της.
- Η διάκριση των διάφορων ειδών της επιχειρηματικότητας λαμβάνει χώρα με γνώμονα τον επιχειρηματία και τη συμπεριφορά του.
- Η γυναικεία επιχειρηματικότητα παρουσιάζει αυξητική τάση, γεγονός το οποίο ερμηνεύεται εν μέρει από τα υψηλά ποσοστά ανεργίας που αφορούν στην εν λόγω πληθυσμιακή ομάδα.
- Η πράσινη επιχειρηματικότητα συνιστά ένα επιπλέον πεδίο το οποίο τυγχάνει ιδιαίτερης δημοτικότητας τα τελευταία έτη, δεδομένης της εντυπωσιακής ευαισθητοποίησης της κοινής γνώμης αναφορικά με περιβαλλοντικά ζητήματα.
- Η επιχειρηματικότητα αποτελεί, μεταξύ άλλων, απόρροια των προσωπικών επιλογών και κινήτρων του επιχειρηματία.
- Η Ελλάδα μολονότι παρουσιάζει αυξημένα ποσοστά επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, συγκεντρώνει εντούτοις υψηλά ποσοστά θνησιμότητας των επιχειρήσεων.
- Οι σύγχρονες τεχνολογικές, οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές απαιτήσεις σε συγκερασμό με τις εκ φύσεως πολύπλοκες γεωπολιτικές σχέσεις

οδήγησαν στη σύσταση διεθνών οικονομικών οργανισμών.

- Η επιχειρηματικότητα συνδέεται με το σύνολο των τομέων και οικονομικών μεγεθών της οικονομικής ανάπτυξης.
- Οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων πρεσβεύουν σημαντικό έρεισμα των νέων επιχειρήσεων αναφορικά με την εκκίνηση και εξέλιξη της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας.
- Η ορθή επιλογή της κατάλληλης επιχειρηματικής στρατηγικής είναι καίριας σημασίας, καθώς με τον τρόπο αυτό η επιχείρηση δύναται να επιτύχει τη στοχοθεσία της.
- Η επένδυση μίας επιχείρησης στον τομέα της έρευνας και ανάπτυξης συντελεί σαφώς στο σχεδιασμό και την ανάπτυξη νέων, καινοτόμων αγαθών και υπηρεσιών και κατ' επέκταση στη δημιουργία ανταγωνιστικού για εκείνη πλεονεκτήματος.
- Τα φορολογικά κίνητρα και η μείωση της γραφειοκρατίας είναι ικανές συνθήκες για την προσέλκυση ξένων κεφαλαίων.
- Οι κύριες πηγές χρηματοδότησης της επιχειρηματικότητας είναι οι επιχειρηματικοί άγγελοι, τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών.

6.2 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Τα σχετικά με την επιχειρηματικότητα πεδία τα οποία παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον και χρήζουν περαιτέρω έρευνας συνοψίζονται ως ακολούθως:

- Δημιουργία “Οδηγού Επιχειρηματικότητας” με σκοπό την παροχή ολοκληρωμένης πληροφόρησης και καθοδήγησης τόσο προς ενδιαφερόμενους όσο και υφιστάμενους επιχειρηματίες σχετικά με επιχειρηματικές ευκαιρίες, δομές στήριξης, νομικό και θεσμικό πλαίσιο και στατιστικές αναλύσεις.
- Εγκαθίδρυση πρόσθετων δομών στήριξης της επιχειρηματικότητας.
- Διεύρυνση των χρηματοδοτικών πηγών της επιχειρηματικότητας.
- Βελτίωση της σχέσης μεταξύ εθνικής κουλτούρας και επιχειρηματικότητας.

ΛΙΣΤΑ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΑΝΑΦΟΡΩΝ

Ελληνική βιβλιογραφία

Αιτιολογική Έκθεση στο σχέδιο νόμου “Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα”. 2011. διαθέσιμο στο:

<http://www.hellenicparliament.gr/UserFiles/2f026f42-950c-4efc-b950-340c4fb76a24/k-koin-ep-eis.pdf>.

Βαρσακέλης, Ν., Κουτσουνιάνος, Χ. & Ζήκου, Ε. (2010). *Αυτοδιοίκηση και Επιχειρηματικότητα, Πολιτικές για την Ανάπτυξη της Επιχειρηματικότητας*. Κοινοφελής Δημοτική Επιχείρηση Κοινωνικής Πρόνοιας και Αρωγής Καλαμαριάς, Θεσσαλονίκη.

Γερονικολάου, Γ. (2009). *Διδακτορική Διατριβή: Συμβολή και προοπτικές των Κεφαλαίων Υψηλού Κινδύνου (Κ.Υ.Κ) στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, καινοτομίας και απασχόλησης στην Ελληνική οικονομία*. Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης-Τμήμα Οικονομικών Επιστημών. Θεσσαλονίκη.

Εθνικό Θεματικό Δίκτυο Κοινωνικής Οικονομίας. (2005). *Οδηγός Ίδρυσης και Λειτουργίας Κοινωνικών Επιχειρήσεων*. Εθνικό Θεματικό Δίκτυο Κοινωνικής Οικονομίας, Αθήνα.

Ζαχαριάδης-Σούρας, Δ. (2004). *Διεθνείς Οικονομικοί Οργανισμοί*. Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.

Ζήσης, Ι. (2003). *Πράσινο Επιχειρείν*. Υπουργείο Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων.

Θεοδωρίδη, Ε. (2007). *Γυναικεία επιχειρηματικότητα*. Μεταπτυχιακή εργασία στο Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών. (2012). *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010-2011*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών. (2010). *Η Επιχειρηματικότητα στην*

Ελλάδα 2009-2010: Αναζητώντας διέξοδο από την κρίση. Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, Αθήνα.

Ιωαννίδης, Σ. (2004). *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.* IOBE, Αθήνα.

Ιωαννίδης, Σ. & Γιωτόπουλος, Ι. (2014). *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2012-2013: ενδείξεις ανάκαμψης της μικρής επιχειρηματικότητας.* Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, Αθήνα.

Καραγιάννης, Α. (1999). *Επιχειρηματικότητα και Οικονομία.* Εκδόσεις Interbooks.

Καραγιάννης, Α.Δ., Κορρές, Γ.Μ. & Ζαρίφης, Α. (2002). *Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη.* Εκδόσεις Διδακτικών Βιβλίων, Αθήνα.

Καραγιάννης, Η.Γ. & Μπακούρος, Ι.Λ. (2010). *Καινοτομία & Επιχειρηματικότητα. Θεωρία-Πράξη.* Εκδόσεις Σοφία, Θεσσαλονίκη.

Κορρές, Γ., Κουρλιούρος, Η. & Τσομπάνογλου, Γ. (2016). *Χωρική και Τοπική Κοινωνική-Οικονομική Ανάπτυξη.* Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη, Αθήνα.

Κορρές, Γ. & Χιόνης, Δ. (2003). *Οικονομική πολιτική ανάλυση βασικών μικρομεσαίων μεγεθών.* Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα.

Μπήτρος, Π. (2003). *Οι ανοιχτές πληγές της Ελληνικής Βιομηχανίας.* Οικονομικός Ταχυδρόμος.

Μπουραντάς, Δ. (2015). *Μάνατζμεντ.* Εκδόσεις Μπένου, Αθήνα.

Νάσκου-Περράκη, Π. (2005). *Το δίκαιο των Διεθνών Οργάνων: Η θεσμική διάσταση.* Εκδόσεις Σάκουλας, Κομοτηνή.

Παλαιτσάκης, Γ. (2017). *Ρεκόρ Υπερφορολόγησης το 2016: Ποιοι φόροι απογειώνουν τα έσοδα κατά 4 δις.* διαθέσιμο στο:

<https://www.dikaiologitika.gr/eidhseis/oikonomia/140328/rekor-yperforologisis-to-2016-poi-i-foroi-apogeiosan-ta-esoda-kata-4-dis>.

- Παπαγεωργίου, Π. & Χιόνης, Δ. (2003). *Διεθνής Επιχειρηματική Δραστηριότητα και Οργανισμοί*. Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.
- Παπαδάκης, Β. (2007). *Στρατηγική Επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής εμπειρία*. Εκδόσεις Μπένου, Αθήνα.
- Πέκκα - Οικονόμου, Β. & Χατζηδημητρίου, Ι. (2015). *Επιχειρηματικότητα και Μικρές Επιχειρήσεις*. Dreakins David & Freel Mark, Εκδόσεις Rosili.
- Πετρώφ, Γ., Τζωρτζάκης, Κ. & Τζωρτζάκη, Α. (2002). *Μάρκετινγκ – Μάνατζμεντ. Αρχές, Στρατηγικές, Εφαρμογές*. Εκδόσεις Rosili, Αθήνα.
- Σαρρή, Κ. & Τριχοπούλου, Α. (2012). *Γυναικεία επιχειρηματικότητα - Προσέγγιση της Ελληνικής πραγματικότητας*. Εκδόσεις Rosili, Αθήνα.
- Σπυρόπουλος, Ο. (2004). *Διεθνείς Οικονομικοί Οργανισμοί*. Εκδόσεις Διόνικος, Αθήνα.
- Στρατηγάκη, Μ. (2005). *Επιχειρηματικότητα γυναικών – όψεις ιδιοκτησίας και διοίκησης (επιμέλεια τόμου)*. Εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα.
- Σωτηρόπουλος, Δ. & Χριστόπουλος, Δ. (2016). *Πολυνομία, Κακονομία και Γραφειοκρατία στην Ελλάδα. Ανάλυση αποτυχιών του παρελθόντος και προτάσεις βελτιωτικών παρεμβάσεων*.
- Ταμπούρη, Σ., Κατσάρα, Α. & Κακούρης, Α. (2010). *Επιχειρηματική ενθάρρυνση και φύλο: υπάρχουσες τάσεις και παράμετροι για αποτελεσματική συμβουλευτική*. Γραφείο Διασύνδεσης Πανεπιστημίου Πειραιώς, Πειραιάς.
- Υπουργείο Απασχόλησης. (2005). *Οδηγός ίδρυσης και λειτουργίας κοινωνικών επιχειρήσεων*, 53-62.
- Χασσίδ, Ι. & Καραγιάννης, Α.Δ. (1999). *Η επιχειρηματικότητα στην ελληνική οικονομία: Οικονομική και κοινωνική προσέγγιση*. Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- Χατζηδημητρίου, Ι. (2003). *Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες*. Εκδόσεις Αννικούλα, Θεσσαλονίκη.

Χρυσάκης, Μ., Ζιώμας, Δ., Καραμητοπούλου, Ν. & Χατζηαντώνης, Δ. (2002). *Προοπτικές απασχόλησης στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας*. Εθνικό Ινστιτούτο Εργασίας, Αθήνα.

McLeod, J. (2003). *Εισαγωγή στη Συμβουλευτική*. Εκδόσεις Μεταίχμιο, Αθήνα.

Storey, D. et al. (2011). *Επιχειρηματικότητα για μικρές και μικρομεσαίες επιχειρήσεις*. Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

Acs, Z.J. (2006). *How is Entrepreneurship Good for Economic Growth?* *Innovations*, 1(1), 97-107.

Acs, Z.J. (1992). *A Global Perspective*. *Small Business Economics*, 38-44.

Acs, Z.J., Audretsch, D.B., Braunerhjelm, P. & Carlsson, B. (2004). *The Missing Link: The Knowledge Filter and Entrepreneurship in Endogenous Growth*. Discussion Paper, 4783. London: Center for Economic Policy Research.

Artus, P. (2001). *La Nouvelle Economie*. La Decouverte, Paris.

Audretsch, D. & Keilbach, M. (2004). *Entrepreneurship Capital and Economic Performance*. *Regional Studies*, 38(8), 949-959.

Audretsch et al. (2002). *Entrepreneurship: Determinants and Policies in the New Economy*. Kluwer Academic Publishers. Boston.

Bakouros, Y.L., Mardas, D. & Varsakelis, N.C. (2002). *Science Park, A High Tech Fantasy: An Analysis of the Science Parks in Greece*. *Technovation*, 123-128.

Bandura, A. (1997). *Self – efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change*. *Journal of Psychological Review*, 191-215.

Baumol, W.J. (1993). *Formal Entrepreneurship theory in Economics: Existences and Bounds*. *Journal of Business Venturing*, 199-205.

- Baumol, W.J. (1990). *Entrepreneurship, Productive, Unproductive and Destructive*. Journal of Political Economy, 98(5), 893-921.
- Bock, B. (2004). *Fitting in and multi – tasking: Dutch farm women’s strategies in rural entrepreneurship*. Sociologia Ruralis, 245-260.
- Bozeman, B. (1993). *A theory of Government Red Type*. Journal of Public Administration Research and Theory, 273-300.
- Bridge, S., O’ Neil, K. & Cromie, S. (2003). *Understanding Enterprise Entrepreneurship and Small Business (2nd Ed.)*. Palgrave Macmillan, Basingstoke.
- Brockhaus, R.H. & Horwitz, P.S. (1986). *The psychology of the entrepreneur*. [In Sexton D.L. & Smilor R.W. (Eds)]. MA Ballinger, Cambridge.
- Brush, C. (1992). *Research on woman business owners: Past trends, a new perspective and future directions*. Entrepreneurship Theory and Practice, 5-30.
- Burkhardt, H. & Schoenfeld, A.H. (2003). *Improving Educational Research: Toward a More Useful, More Influential, and Better-Funded Enterprise*. Sage Journals. available on: <http://journals.sagepub.com/doi/10.3102/0013189X032009003>.
- Butler, D. (2000), *Business Planning: A Guide to Business Start Up*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Bygrave, W.D. & Hofer, C.W. (1991). *Theorizing about entrepreneurship*. Entrepreneurship Theory and Practice, 13-22.
- Cantillon, R. (2010). *An essay on economic theory*. Auburn A.L. Ludwig von Mises Institute.
- Cantillon, R. (1734). *Essai sur la Nature du Commerce en General*. [Essay on the Nature of General Commerce] (Translated By Henry Higgs). London: Macmillan.
- Capaldo, A. (2007). *Network Structure and Innovation: The Leveraging of Dual Network as a Distinctive Relational Capability*. Strategy Management Journal, 586-608.

- Carlock, R.S. (1994). *The Need for Organization Development in Successful Entrepreneurial Firms*. New York and London: Garland.
- Carree, M.A. & Thurik, A.R. (2003). *The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth*. In D.B. Audretsch & Z.J. Acs (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*, σελ. 437-471, Boston/Dordrecht: Kluwer Academic.
- Chemmanur, T.J., Loutskina, E. & Tian, X. (2014). *Corporate Venture Capital, Value Creation, and Innovation*. *The Review of Financial Studies*, 2434-2473.
- Clamp, C.A. & Alhamis, I. (2010). *Social Entrepreneurship: the Mondragon Co-operative Corporation and the Challenges of Successful Replication*. *Journal of Entrepreneurship*, 148-177.
- Cohen, W.M. & Levithal, D.A. (1989). *Innovation and learning: the two faces of R&D*. *The Economic Journal*, 569-596.
- Cromie, S. (2000). *Assessing entrepreneurial implications: some approaches and empirical evidence*. *European Journal of Work and Organization Psychology*, 7-30.
- Dees, G.J. (2001). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. The Kauffman Foundation.
- Dollinger, M. (1999). *Entrepreneurship: Strategies and resources*. Prentice Hall, New Jersey.
- Drucker, P.F. (1985). *The discipline of innovation*. *Harvard Business Review*.
- Eckhardt, J.T. & Shane, S.A. (2003). *Opportunities and Entrepreneurship*. *Journal of Management*, 29(3), 333-349.
- Entrepreneurship in the Netherland. (2002). *Innovative entrepreneurship the new policy challenges*.
- European Commission. (2006). *Monitoring Industrial Research: The Annual Digest of Industrial R&D*.

Freund, C. & Clapper, L. (2009). *Firm Financing and Trade in the Financial Crisis*. The World Bank, Mimeo.

Gartner, W.B. (1988). *Who is an entrepreneur? Is the wrong question*. American Journal of Small Business, 11-32.

Gartner, W.B. (1985). *A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation*. Journal Academy of management review, 696-706.

Gerrenova, T. (2015). *Nature and characteristics of green entrepreneurship*. Trakia Journal of Sciences, 321-323.

Global Entrepreneurship Monitor. (2009). *Global Report*. available on: <https://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/gem-2009-global-report.pdf>.

Gold, B.A. (1997). *International Organizational Behavior. Reading cases and skills*. Lubin School of Business, Pace Hall.

Grant, P. & Perren, L. (2002). *Small Businesses and Entrepreneurial Research*. International Small Business Journal, 20(2), 185-211.

Harbison, F.H. & Myers, C.A. (1959). *Management in the Industrial World: An International Study*. New York, Mc Graw-Hill.

Hayek, F.A. (1948). *Individualism and Economic Order*. Chicago: University of Chicago Press.

Hebert, R.F. & Link, A.N. (1989). *In Search of the Meaning of Entrepreneurship*. Small Business Economics, 1(1), 39-49.

Hofstede, G. (2003). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*.

Hornaday, R.W. (1992). *Thinking about Entrepreneurship: A Fuzzy Set Approach*. Journal of Small Business Management, 30(4), 12-23.

Katz, A.J. (2007). *Education and Training in Entrepreneurship*. (In Baum J.R., Frese M. & Baron R. "The psychology of Entrepreneurship", a publication of the Society for Industrial and Organizational Psychology). The Organizational Frontiers Series, U.S.A..

Kirzner, I.M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago Press, Chicago.

Kitsos, C., Korres, G. & Hadjidima, S. (2006). *Innovation Activities. A Study for the Determinant Factors and the Role of Female Entrepreneurship in Greek Enterprises*. International Proceedings of the 6th Pan-Hellenic International Conference of the National Statistical Institute.

Korres, G. & Tsobanoglou, G. (2005). *The Knowledge Based Economy and the European National Policy of Innovation*. The Cyprus Journal of Sciences.

Kortum, S. & Lerner, J. (2000). *Assessing the Contribution of Venture Capital to Innovation*. Rand Journal of Economics.

Korunka, C., Frank, H., Lueger, M. & Mugler, J. (2003). *The Entrepreneurial Personality in the Context of Resources, Environment and the Start-up Process - A configurational Approach*. Entrepreneurship Theory and Practice, 23-42.

Ma, H. (1999). *Creation and preemption for competitive advantage*. Management Decision, 259-267.

Marshall, A. (1920). *Principles of Economics*. Macmillan and Co, London. available on: <https://eet.pixel-online.org/files/etranslation/original/Marshall,%20Principles%20of%20Economics.pdf>.

Martin, R.L. & Osberg, S. (2007). *Social Entrepreneurship: The Case for Definition*. Stanford Social Innovation Review, 28-39.

McDougall, P.P. & Oviatt, B.M. (2005). *Defining International Entrepreneurship and Modeling the Speed of Internationalization*. Entrepreneurship Theory & Practice, 537-553.

- McLeod, J. (2003). *An Introduction to Counseling*. Open University Press.
- Mill, J.S. (1848). *Principles of political economy*. London.
- Miner, J.B., Smith, N.R. & Bracker, J.S. (1994). *Role of entrepreneurial task motivation in the growth of technically innovative firms: interpretations for follow – up data*. *Journal of Applied Psychology*, 627-630.
- Morisset, J. (2003). *Tax Incentives: Using Tax Incentives to Attract Foreign Direct Investment*. Public policy Journal World Bank Group, N° 253.
- OECD. (2011). *OECD Economic Surveys: Greece 2011*. OECD Publishing.
- OECD. (1992). *Oslo Manual*.
- OECD Frascati Manual. (2002). *Proposed Standard Practice for Surveys of Research and Experimental Development*. Paris.
- Petrin, T. (1997). *Entrepreneurship as an economic force in rural development*. [In F.A.O. Regional Office for Europe (edition)]. *Rural Development through Entrepreneurship*, 7-19.
- Pfister, U. (2001). *Women's bread – men's capital: the domestic of small textile entrepreneurs in rural Zurich in the 17th and 18th centuries*. *History of the Family*, 149.
- Politis, D. (2008). *Business angels and value added: what do we know and where do we go?* *Venture Capital*, 127-147.
- Porter, M. (1996). *What is strategy?* *Harvard Business Review*.
- Romer, P.M. (1986). *Increasing Returns and Long-Run Growth*. *Journal of Political Economy*.
- Rothaermel, F.T. (2008). *Competitive advantage in technology intensive industries*, [Libecap, G.D. & Thursby, M.C. in *Technological Innovation: Generating Economics Results - Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation & Economic Growth*]. Emerald Group Publishing Limited, 201-225.

- Santos, F.M. (2009). *A positive theory of social entrepreneurship*. INSEAD, Fontainebleau, France.
- Schaper, M. (2010). *The essence of ecopreneurship*. Greenleaf Publishing, 26-30.
- Schumpeter, J.A. (1952). *Can Capitalism Survive?*. Harper & Row, New York.
- Schumpeter, J.A. (1934). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harper and Row, New York.
- Segal, G., Borgia, D. & Schoenfeld, J. (2005). *The motivation to become an entrepreneur*. International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research, 42-57.
- Shackle, G.L.S. (2013). *Expectation, Enterprise and Profit*. London: Routledge.
- Teece, D. (2006). *Reflections on profiting from technological innovation*. Research Policy, 1131-1146.
- Terry, A.M. & Gennotte, G. (1993). *Variations in Economic Uncertainty and Risk Premiums on Capital Assets*. European Economic Review, 1021-1022.
- Timmons, J.A. (1994). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century*. Irwin, Burr Ridge.
- Ucbasaran, D., Westhead, P. & Wright, M. (2001). *The Focus of Entrepreneurial Research: Contextual and Process Issues*. Entrepreneurship Theory and Practice, 25(4), 57-80.
- United Nations Economic Commission for Europe. (2004). *The status of statistics on women and men's entrepreneurship in the UNECE Region*. Region Symposium on Mainstreaming Gender into Economic Policies, Geneva.
- Van Praag, C.M. & Versloot, P.H. (2007). *What Is The Value Of Entrepreneurship? A Review of Recent Research*. Small Business Economics, 29(4), 351–382.
- Walley, E. & Taylor, D. (2002). *Opportunities, Champions, Mavericks, A typology of green entrepreneurs*. Greenleaf Publishing, 31-43.

Watson, C.H. (2001). *Small Business versus Entrepreneurship Revisited*. Entrepreneurship Education: A Global View. Aldershot: Ashgate.

Weiler, S. & Bernuasek, A. (2001). *Dodging the glass ceiling? Networks and the new wave of women entrepreneurs*. The Social Science Journal, 85-112.

Welsch, H.P. (2004). *Entrepreneurship: The way Ahead* Boutledge. New York, 28-29.

White, M. & Bruton, G. (2011). *The Management of Technology and Innovation: A Strategic Approach*. Cengage Learning.

Williams, C.C., Round, J. & Rodgers, P. (2010). *Explaining the Off-The-Book Enterprise Culture of Ukraine: Reluctant or Willing Entrepreneurship?* International Journal of Entrepreneurship Small Business, 10(2), 165-180.