

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΣΤΕΛΕΧΗ (EXECUTIVE MBA)**



ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Η ΑΝΕΡΓΙΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΩΣ ΚΙΝΗΤΡΟ ΓΙΑ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΗ**

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: ΤΡΙΦΥΛΛΗ ΣΤΥΛΙΑΝΗ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ: ΠΕΚΚΑ ΟΙΚΟΝΟΜΟΥ ΒΙΚΤΩΡΙΑ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ 2021

Παράρτημα Β: Βεβαίωση Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΣΤΕΛΕΧΗ**

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, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων για Στελέχη : Ε-MBA» με τίτλο

Η ανεργία των νέων ως κίνητρο για επιχειρηματική δράση.....

.....
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 Φοιτητή/ τριας...Σ.Τριφύλλη.....

Ονοματεπώνυμο Στυλιανή Τριφύλλη

Ημερομηνία.....25/11/2021.....

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στην επιβλέπουσα καθηγήτριά μου κα. Πέκκα Οικονόμου Βικτώρια για την βοήθειά της στην περάτωση της διπλωματικής μου εργασίας.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τους γονείς μου, Νικόλαο Τριφύλλη και Μαρία Σμυρναίου, και τον σύζυγό μου, Ελευθέριο Γεωργέλλη, για την αμέριστη στήριξη που μου παρέχουν καθ' όλη την διάρκεια των σπουδών μου.

Τέλος θα ήθελα να αφιερώσω αυτή την διπλωματική εργασία στον γιό μου, Φίλιππο, για την έμπνευση και την δύναμη που μου έδωσε για να την ολοκληρώσω.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η ανεργία αποτελεί ένα κρίσιμο και σημαντικό ζήτημα τόσο για το άτομο όσο και για το σύνολο της κοινωνίας.

Αντικείμενο της παρούσας εργασίας αυτής είναι η μελέτη της έννοιας της ανεργίας των νέων ατόμων και ειδικότερα του πώς αυτή μπορεί να αποτελέσει κίνητρο για την ανάληψη επιχειρηματικών δράσεων τόσο την περίοδο της οικονομικής κρίσης, όσο και κατά τη διάρκεια της πανδημίας.

Η ανεργία των νέων ξεκίνησε να αυξάνεται από την αρχή της κρίσης το 2008. Η αύξηση του αριθμού των νέων που δεν εργάζονται οδήγησε σε εκτεταμένες ανησυχίες σχετικά με τον αντίκτυπο στην κοινωνική συνοχή και τους φόβους μιας «χαμένης γενιάς».

Δεδομένων των ακραίων διαφορών στα επίπεδα ανεργίας των νέων μεταξύ των κρατών μελών, είναι σαφές ότι δεν υπάρχει μια κοινή πολιτική για την αγορά εργασίας σε ολόκληρη την ΕΕ. Ωστόσο, μπορεί να υπάρξουν ευκαιρίες για δράσεις σχετικά με τον τρόπο καταπολέμησης της ανεργίας των νέων.

Λέξεις Κλειδιά: Ανεργία, Νέοι, Επιχείρηση, Επιχειρηματικότητα, Ευκαιρίες

ABSTRACT

Unemployment is without a doubt a very critical and important issue for both the individual and society in general.

The object of this thesis is the study of the concept of unemployment of young people and in particular how it can be an incentive to undertake business actions in a period of economic crisis and pandemic such as today.

Youth unemployment has been on the rise since the crisis began in 2008. Even more troubling is the dramatic increase in the number of young people not working which has led to widespread concerns about the impact on social cohesion and fears of a «lost generation». Given the extreme differences in youth unemployment levels between Member States, it is clear that no labor market policy will be appropriate across the EU. However, there may be opportunities for mutual learning on how to combat youth unemployment.

Keywords: *Unemployment, Youth, Business, Entrepreneurship, Opportunities*

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	4
ABSTRACT.....	5
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	8
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	8
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο : Η ΑΝΕΡΓΙΑ	11
1.1 Ορισμός της ανεργίας.....	11
1.2 Τα αίτια της ανεργίας	12
1.3 Τα είδη της ανεργίας.....	13
1.4 Συνέπειες της ανεργίας	15
1.5 Το φυσικό ποσοστό ανεργίας.....	17
1.6 Η ανεργία στην Ελλάδα μετά την έξοδο από τη κρίση	19
1.7 Το ποσοστό της ανεργίας στην Ελλάδα (2010 – 2017)	19
1.8 Ποσοστό της γυναικείας ανεργίας στην Ελλάδα (2010 – 2017).....	20
1.9 Ποσοστό μακροχρόνιας ανεργίας στην Ελλάδα (2010 – 2017).....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο : Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....	24
2.1 Η έννοια της επιχείρησης.....	24
2.2 Τα είδη και οι κατηγορίες των επιχειρήσεων.....	25
2.2.1 Οι ατομικές επιχειρήσεις	25
2.2.2 Εταιρικές επιχειρήσεις.....	25
2.3 Ομόρρυθμη εταιρεία	26
2.4 Ετερόρρυθμη εταιρεία	26
2.5 Οι εταιρείες κεφαλαίου – Η Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ε).....	27
2.6 Οι εταιρείες κεφαλαίου – Η Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε).....	27
2.7 Οι εταιρείες κεφαλαίου – Η Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (Ι.Κ.Ε).....	27
2.8 Η έννοια και η σημασία της επιχειρηματικότητας	28
2.9 Η σημασία της άντλησης κεφαλαίων και η χρηματοδότηση των νέων επιχειρήσεων	36
2.9.1 Η χρηματοδότηση των επιχειρήσεων και η πρόσβαση σε αυτή.....	36
2.9.2 Άντληση κεφαλαίων με μετοχές και άλλα χρηματοοικονομικά προϊόντα	38

2.9.3 Απλές μορφές χρηματοδότησης των επιχειρήσεων.....	39
2.9.3.1 Η συμμετοχή των επιχειρηματιών με ίδια κεφάλαια.....	39
2.10 Τα είδη του τραπεζικού δανεισμού προς τις επιχειρήσεις.....	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο : Η ΑΝΕΡΓΙΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΩΣ ΚΙΝΗΤΡΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΛΗΨΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΗΣ.....	43
3.1 Η ανεργία των νέων.....	43
3.2 Τα εμπόδια της απασχόλησης των νέων και μέτρα ανάσχεσης αυτών.....	45
3.3 Η ανεργία των νέων ως κίνητρο για την ανάληψη επιχειρηματικής δράσης.....	47
3.3.1 Η χρηματοδότηση των νέων επιχειρήσεων.....	48
3.4 Επιχειρηματική καινοτομία και καταπολέμηση της ανεργίας.....	54
3.5 Η διεθνοποίηση της επιχείρησης ως κίνητρο για την επιχειρηματικότητα των νέων και τη μείωση της ανεργίας.....	59
3.5.1 Το μοντέλο διεθνοποίησης Ουψάλα.....	62
3.5.2 Η θεωρία του συναλλακτικού κόστους.....	63
3.5.3 Η διεθνοποίηση μιας επιχείρησης μέσω της ανάπτυξης ενός δικτύου πωλήσεων	65
3.5.4 Η θεωρία της ολιγοπωλιακής αντίδρασης.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.5 Θεωρία του εκλεκτικού υποδείγματος.....	66
3.6 Τα κίνητρα και τα πλεονεκτήματα της διεθνοποίησης των επιχειρήσεων (Outsourcing).....	67
3.7 Εμπόδια διεθνοποίησης των επιχειρήσεων.....	69
3.8 Η επιχειρηματική ηθική και η εταιρική κοινωνική ευθύνη για την βιώσιμη ανάπτυξη της νεανικής επιχειρηματικότητας.....	74
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	84
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	85

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

	Σελίδα
Ποσοστό γενικής ανεργίας στην Ελλάδα (2010 – 2017)	19
Ποσοστό της ανεργίας των γυναικών στην Ελλάδα (2010 – 2017)	20
Ποσοστό της μακροχρόνιας ανεργίας στην Ελλάδα	22

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

	Σελίδα
Ποσοστό γενικής ανεργίας στην Ελλάδα (2011 – 2020)	20
Ποσοστό της ανεργίας των γυναικών στην Ελλάδα (2011 – 2020)	21
Ποσοστό της μακροχρόνιας ανεργίας στην Ελλάδα (2011 – 2020)	23

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Αντικείμενο της παρούσας εργασίας είναι η μελέτη της έννοιας της ανεργίας των νέων ατόμων και ειδικότερα του πώς αυτή μπορεί να αποτελέσει κίνητρο για την ανάληψη επιχειρηματικών δράσεων μέσα σε περίοδο οικονομικής κρίσης και πανδημίας όπως είναι η σημερινή.

Η εργασία αυτή ασχολείται με το πρόβλημα της ανεργίας των νέων και της επιχειρηματικότητας ως διέξοδο από την ανεργία. Η μάχη ενάντια στην ανεργία των νέων αποτελεί κορυφαία ευρωπαϊκή προτεραιότητα, δεδομένου ότι το ποσοστό ανεργίας των νέων είναι διπλάσιο συγκριτικά με το ποσοστό των ατόμων μεγαλύτερης ηλικίας, επειδή οι πιθανότητες για έναν νεαρό άνεργο να βρει δουλειά είναι λιγότερες, και επειδή υπάρχουν σημαντικές αναντιστοιχίες δεξιοτήτων στην αγορά εργασίας. Η επιχειρηματικότητα είναι ένας ισχυρός μοχλός οικονομικής ανάπτυξης και δημιουργίας θέσεων εργασίας, ο οποίος κάνει τις οικονομίες πιο ανταγωνιστικές και καινοτόμες. Το κίνητρο για επιχειρηματική σταδιοδρομία είναι διαφορετικό ανάλογα με την ηλικιακή ομάδα, με τους νέους να αντιπροσωπεύουν μια ομάδα με το υψηλότερο επιχειρηματικό δυναμικό.

Τα ερευνητικά ερωτήματα που απασχολούν την παρούσα εργασία αναφέρονται στα είδη της ανεργίας των νέων, στους παράγοντες που την επηρεάζουν, καθώς και στο ρόλο της επιχειρηματικότητας, σε μια περίοδο που χαρακτηρίζεται από παγκόσμιες πολιτικοοικονομικές και κοινωνικές προκλήσεις.

Υπάρχουν τέσσερις τέτοιες διαστάσεις επιχειρηματικής τάσης οι οποίες και είναι: η ανάγκη για ανεξαρτησία και επίτευξη, επίλυση προβλημάτων, προγραμματισμός και αντιμετώπιση αβέβαιων καταστάσεων. Ωστόσο, η ανάγκη για ανεξαρτησία και επίτευξη και επίλυση προβλημάτων είναι οι ισχυρότεροι μοχλοί της επιχειρηματικής τάσης.

Η εργασία αποτελείται από τρία κεφάλαια κάθε ένα εκ των οποίων εξετάζει το υπό μελέτη ζήτημα και από μια διαφορετική οπτική. Στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας

γίνεται ανάλυση της έννοιας της ανεργίας και ειδικότερα της ανεργίας των νέων μελετώντας τα αίτια και τις συνέπειες αυτής.

Στη συνέχεια, στο δεύτερο κεφάλαιο της εργασίας μελετάται η έννοια της επιχείρησης και της επιχειρηματικότητας καθώς και οι μορφές των επιχειρήσεων που υπάρχουν στη χώρα μας.

Τέλος, στο τρίτο κεφάλαιο της εργασίας εξετάζεται η ανεργία των νέων ως κίνητρο για επιχειρηματική δράση και λήψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Αναλυτικότερα θα μελετηθούν τα κυριότερα είδη χρηματοδότησης των νέων επιχειρήσεων, καθώς και οι λόγοι που στρέφουν τους νέους στη λήψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: Η ΑΝΕΡΓΙΑ

Εισαγωγή

Η μεγάλη αύξηση της ανεργίας που παρατηρείται λόγω της οικονομικής κρίσης σε εθνικό αλλά και σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Σκοπός αυτού του κεφαλαίου είναι να οριστεί η έννοια της ανεργίας και να τονιστεί η σημασία της ανεργίας και οι συνέπειες της τόσο για το άτομο όσο και για την οικονομία συνολικά. Στο παρόν κεφάλαιο θα πραγματοποιηθεί η ανάλυση του φαινομένου της ανεργίας, δίνοντας τους ορισμούς, τα είδη, τα αίτια, τις συνέπειες, με ιδιαίτερη έμφαση στην επίδρασή της στην ελληνική οικονομία.

1.1 Ορισμός της ανεργίας

Η ανεργία θεωρείται ότι καταλαμβάνει οποιονδήποτε επιθυμεί και αδυνατεί να απασχοληθεί, ως εκ τούτου εμφανίζεται όταν ένα άτομο που αναζητά εργασία δεν μπορεί να την βρει. Δηλαδή υπάρχει ανισορροπία ανάμεσα στην προσφορά και στη ζήτηση εργασίας στην οικονομία. Η ανεργία χρησιμοποιείται και ως δείκτης ευημερίας της οικονομίας.

Αντίθετα, ένα μικρό ποσοστό ανεργίας σημαίνει ότι η χώρα αυτή έχει περισσότερες παραγωγικές δυνατότητες, αυξάνοντας την παραγωγή και οδηγώντας στην αύξηση των μισθών και στην αύξηση του βιοτικού επιπέδου με την πάροδο του χρόνου. Αξίζει

όμως να σημειωθεί ότι, το πολύ μικρό ποσοστό ανεργίας για μακροχρόνια διαστήματα μπορεί επίσης να είναι ένα ανησυχητικό σημάδι μιας υπερθέρμανσης της οικονομίας, των πληθωριστικών πιέσεων και των στενών συνθηκών για τις επιχειρήσεις που χρειάζονται επιπλέον εργαζόμενους.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι η ανεργία διακρίνεται κυρίως σε ακούσια και εθελοντική. Ένα άτομο επομένως μπορεί να παραμείνει ακούσια, δηλαδή χωρίς να το θέλει, άνεργο λόγω της γενικότερης οικονομικής κατάστασης ή για άλλους λόγους για τους οποίους δεν ευθύνεται άμεσα το ίδιο.

Από την άλλη υπάρχει και η εθελοντική ανεργία όπου ένα άτομο επιθυμεί να μην εργαστεί και θεωρείται πλέον «άεργος».

1.2 Τα αίτια της ανεργίας

Οι αιτίες της ανεργίας σε χώρες με υψηλό εισόδημα μπορούν να κατηγοριοποιηθούν με δύο τρόπους: είτε κυκλική ανεργία που προκαλείται από την ύφεση της οικονομίας, είτε το φυσικό ποσοστό ανεργίας που προκαλείται από παράγοντες στις αγορές εργασίας, όπως οι κυβερνητικοί κανονισμοί σχετικά με την πρόσληψη και την έναρξη επιχειρήσεων.

Για την ανεργία που προκαλείται από μια ύφεση, το κεϋνσιανό οικονομικό μοντέλο επισημαίνει ότι υπάρχουν και εργαλεία νομισματικής και φορολογικής πολιτικής. Η νομισματική πολιτική για την αντιμετώπιση της ύφεσης ακολουθεί τα εξής βήματα: εφαρμόζεται μια επεκτατική νομισματική πολιτική για να αυξήσει την ποσότητα χρήματος και δανείων, να μειώσει τα επιτόκια και να αυξήσει τη συνολική ζήτηση. Σε μια ύφεση, υπάρχει συνήθως σχετικά μικρός κίνδυνος απογείωσης του πληθωρισμού και έτσι ακόμη και μια κεντρική τράπεζα, με την καταπολέμηση του πληθωρισμού ως κορυφαία προτεραιότητά της, μπορεί συνήθως να δικαιολογήσει κάποια μείωση των επιτοκίων¹.

¹ Τόλιος Γ., (2007), Παραγωγικότητα, ανταγωνιστικότητα, ανεργία, Σύγχρονη εποχή

Όσον αφορά τη δημοσιονομική πολιτική, θα πρέπει να επιτρέπεται η λειτουργία των αυτόματων σταθεροποιητών που συζητούνται στους κυβερνητικούς προϋπολογισμούς και τη δημοσιονομική πολιτική, ακόμη και αν αυτό σημαίνει μεγαλύτερα δημοσιονομικά ελλείμματα σε περιόδους ύφεσης. Υπάρχει λιγότερη συμφωνία για το κατά πόσον, εκτός από τους αυτόματους σταθεροποιητές, οι κυβερνήσεις σε ύφεση θα πρέπει να προσπαθήσουν να υιοθετήσουν διακριτική δημοσιονομική πολιτική για πρόσθετες μειώσεις φόρων ή αυξήσεις δαπανών. Στην περίπτωση της Μεγάλης Ύφεσης, η υπόθεση για αυτό το είδος υπερβολικά επιθετικής επεκτατικής δημοσιονομικής πολιτικής είναι ισχυρότερη, αλλά για μια μικρότερη ύφεση, δεδομένης της καθυστέρησης της εφαρμογής της δημοσιονομικής πολιτικής, η διακριτική δημοσιονομική πολιτική θα πρέπει να χρησιμοποιείται με προσοχή.

Ωστόσο, το επακόλουθο της ύφεσης υπογραμμίζει ότι οι επεκτατικές δημοσιονομικές και νομισματικές πολιτικές δεν απενεργοποιούν την ύφεση όπως η ανατροπή ενός διακόπτη σβήνει μια λάμπα. Ακόμη και μετά την επίσημη ολοκλήρωση της ύφεσης και η θετική ανάπτυξη επέστρεψε, μπορεί να χρειαστούν μερικοί μήνες - ή ακόμα και μερικά χρόνια - προτού οι εταιρείες του ιδιωτικού τομέα πιστεύουν ότι το οικονομικό κλίμα είναι αρκετά υγιές ώστε να μπορούν να επεκτείνουν το εργατικό δυναμικό τους.

1.3 Τα είδη της ανεργίας

Σύμφωνα με τον Βαβούρα (2004) υπάρχουν διαφορετικά είδη ανεργίας, το κάθε ένα εκ των οποίων δημιουργείται από διαφορετικούς λόγους και απαιτεί διαφορετικό μίγμα οικονομικής πολιτικής και μέτρων έτσι ώστε να αντιμετωπιστεί σωστά.. Τα είδη αυτά είναι τα εξής²:

- Η **κυκλική ανεργία** η οποία και προκαλείται εξαιτίας της μείωσης της συνολικής ζήτησης για αγαθά και υπηρεσίες. Η μείωση της συνολικής ενεργού ζήτησης αποτελεί τη χαρακτηριστική συνέπεια της φάσης του «οικονομικού κύκλου» που χαρακτηρίζεται ως οικονομική ύφεση, εξαιτίας της μείωσης των εισοδημάτων που προκαλεί. Συνέπεια της μείωσης της συνολικής ενεργού ζήτησης είναι η μείωση για ζήτηση εργασίας. Η αντιμετώπιση της κυκλικής ανεργίας αποτελεί βραχυχρόνιο σκοπό της οικονομικής πολιτικής και, κατά την

² Παυλόπουλος Π., (2000), Ανάπτυξη και ανεργία, Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων

Κεϋσιανή θεωρία μπορεί να μειωθεί με χρήση της κατάλληλης δημοσιονομικής και νομισματικής πολιτικής.

- **Διαρθρωτική ανεργία.** Η διαρθρωτική ανεργία υπάρχει όταν συμβαίνουν μεταβολές στην οικονομία που δημιουργεί αναντιστοιχία μεταξύ των δεξιοτήτων που έχουν οι εργαζόμενοι και των δεξιοτήτων που χρειάζονται οι εργοδότες. Ένα παράδειγμα αυτού είναι η αντικατάσταση βιομηχανικών μηχανημάτων από ρομπότ από τη βιομηχανία. Εκείνοι που δεν μαθαίνουν, χρειάζονται επανεκπαίδευση για άλλες θέσεις εργασίας ή αντιμετωπίζουν μακροχρόνια διαρθρωτική ανεργία.

Μια μακρά ύφεση δημιουργεί συχνά διαρθρωτική ανεργία. Εάν οι εργαζόμενοι παραμένουν άνεργοι για πολύ καιρό, οι δεξιότητές τους είναι πιθανό να είναι ξεπερασμένες. Εάν δεν είναι πρόθυμοι και ικανοί να πάρουν μια χαμηλότερου επιπέδου ανειδίκευτη δουλειά, μπορεί να μείνουν άνεργοι ακόμη και όταν η οικονομία ανακάμψει. Εάν συμβεί αυτό, η διαρθρωτική ανεργία οδηγεί σε υψηλότερο ποσοστό φυσικής ανεργίας.³

- **Ανεργία τριβής.** Η ανεργία τριβής συμβαίνει όταν οι εργαζόμενοι εγκαταλείπουν τις παλιές τους δουλειές, αλλά δεν έχουν βρει ακόμη νέες. Τις περισσότερες φορές, οι εργαζόμενοι φεύγουν εθελοντικά, είτε επειδή πρέπει να μετακομίσουν είτε να έχουν εξοικονομήσει αρκετά χρήματα για να τους επιτρέψουν να αναζητήσουν καλύτερη δουλειά.

Η ανεργία λόγω τριβής εμφανίζεται επίσης όταν οι μαθητές αναζητούν αυτήν την πρώτη εργασία ή όταν οι μητέρες επιστρέφουν στο εργατικό δυναμικό. Συμβαίνει επίσης όταν οι εργαζόμενοι απολύονται ή, σε ορισμένες περιπτώσεις, απολύονται για συγκεκριμένους λόγους, όπως το κλείσιμο εργοστασίου.

Η ανεργία λόγω τριβής είναι βραχυπρόθεσμη και αποτελεί φυσικό μέρος της διαδικασίας αναζήτησης εργασίας. Στην πραγματικότητα, η ανεργία λόγω τριβής είναι θετική για την οικονομία, καθώς επιτρέπει στους εργαζόμενους να μετακινούνται σε θέσεις εργασίας όπου μπορούν να είναι πιο παραγωγικοί.

- **Εποχική ανεργία.** Όπως υποδηλώνει το όνομά της, η εποχική ανεργία προκύπτει από τακτικές αλλαγές στη σεζόν. Οι εργαζόμενοι που πλήττονται από εποχική ανεργία περιλαμβάνουν εργαζόμενους στον τουρισμό,

³ Παυλόπουλος Π., (2000), Ανάπτυξη και ανεργία, Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων

παραδείγματός χάριν: εκπαιδευτές σκι, μάγειρες, ξενοδοχοϋπάλληλους και πωλητές παγωτού. Θα μπορούσε επίσης να περιλαμβάνει άτομα που συγκομίζουν καλλιέργειες. Οι εργάτες κατασκευών απολύονται το χειμώνα στα περισσότερα μέρη της χώρας. Οι σχολικοί υπάλληλοι μπορούν επίσης να θεωρηθούν εποχιακοί εργαζόμενοι.

- **Φυσικό ποσοστό ανεργίας.** Η φυσική ανεργία αποτελείται από δύο από τους τρεις βασικούς τύπους ανεργίας: τριβής και διαρθρωτική. Εξηγεί γιατί θα υπάρχει πάντα κάποιο επίπεδο ανεργίας, ακόμη και σε μια υγιή οικονομία. Οι άνθρωποι θα αλλάζουν πάντα δουλειές και μερικές φορές αφήνουν μια δουλειά πριν βρουν μια νέα.

Από τις μορφές ανεργίας που αναφέρθηκαν, οι πιο σημαντικές είναι η κυκλική ανεργία, η διαρθρωτική ανεργία και η ανεργία τριβής. Γι' αυτό και ορισμένες φορές θεωρείται ότι υπάρχει πλήρης απασχόληση του εργατικού δυναμικού, αν δεν θεωρείται αναγκαία η ανάληψη από το κράτος παραπέρα αντικυκλικής δραστηριότητας (δραστηριότητας δηλαδή περιορισμού των οικονομικών διακυμάνσεων) για τον περιορισμό της ανεργίας. Γι' αυτόν, εξάλλου, το λόγο, η πλήρης απασχόληση περιλαμβάνεται στους κυρίως βραχυχρόνιους σκοπούς της οικονομικής πολιτικής⁴.

1.4 Συνέπειες της ανεργίας

Η αυξημένη ανεργία επιβάλλει σημαντικό κόστος για το άτομο, την κοινωνία και τη χώρα.

Όταν ένα άτομο χάνει τη δουλειά του, συχνά υπάρχει άμεσος αντίκτυπος στο βιοτικό επίπεδο αυτού του ατόμου. Πριν από τη Μεγάλη Ύφεση, το μέσο ποσοστό αποταμίευσης στις Η.Π.Α. έπεσε στο μηδέν (και μερικές φορές ακόμα και υπό), και υπάρχουν ανέκδοτες αναφορές ότι ο μέσος άνθρωπος απέχει μόνο λίγες εβδομάδες από σοβαρό οικονομικό πρόβλημα χωρίς εργασία.

Ακόμη και για όσους δικαιούνται επιδόματα ανεργίας και άλλες μορφές κρατικής βοήθειας, συχνά συμβαίνει ότι αυτές οι παροχές αντικαθιστούν το 50% ή λιγότερο του κανονικού εισοδήματός τους. Αυτό σημαίνει ότι αυτοί οι άνθρωποι καταναλώνουν πολύ λιγότερο από το συνηθισμένο. Ωστόσο, οι οικονομικές συνέπειες μπορούν να ξεπεράσουν την κατανάλωση. Πολλοί άνθρωποι θα στραφούν σε αποταμιεύσεις

⁴ Παυλόπουλος Π., (2000), Ανάπτυξη και ανεργία, Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων

συνταξιοδότησης, και η εξάντληση αυτών των αποταμιεύσεων έχει μακροπρόθεσμες επιπτώσεις.

Η παρατεταμένη ανεργία μπορεί να οδηγήσει σε διάβρωση των δεξιοτήτων, ουσιαστικά ληστεύοντας την οικονομία άλλων χρήσιμων ταλέντων. Ταυτόχρονα, η εμπειρία της ανεργίας (είτε άμεση είτε έμμεση) μπορεί να αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο οι εργαζόμενοι σχεδιάζουν το μέλλον τους - η παρατεταμένη ανεργία μπορεί να οδηγήσει σε μεγαλύτερο σκεπτικισμό και απαισιοδοξία σχετικά με την αξία της εκπαίδευσης και της κατάρτισης και να οδηγήσει τους εργαζόμενους να είναι λιγότερο πρόθυμοι να επενδύσουν στο απαιτούν πολλά χρόνια εκπαίδευσης για ορισμένες θέσεις εργασίας. Σε παρόμοια σημείωση, η απουσία εισοδήματος που δημιουργείται από την ανεργία μπορεί να αναγκάσει τις οικογένειες να αρνηθούν τις ευκαιρίες εκπαίδευσης στα παιδιά τους και να στερήσουν την οικονομία από αυτές τις μελλοντικές δεξιότητες.

Τέλος, υπάρχουν μελέτες που έχουν δείξει ότι η παρατεταμένη ανεργία βλάπτει την ψυχική υγεία των εργαζομένων και μπορεί να επιδεινώσει τη σωματική υγεία και να μειώσει τη διάρκεια ζωής.

Το κοινωνικό κόστος της ανεργίας είναι δύσκολο να υπολογιστεί, αλλά όχι λιγότερο πραγματικό. Όταν η ανεργία εντείνεται, υπάρχουν συχνά αυξημένες εκκλήσεις για προστατευτισμό και σοβαροί περιορισμοί στη μετανάστευση. Ο προστατευτισμός δεν μπορεί μόνο να οδηγήσει σε καταστροφικά αντίποινα μεταξύ των χωρών, αλλά οι μειώσεις του εμπορίου βλάπτουν την οικονομική ευημερία όλων των εμπορικών εταίρων.

Ένα ακόμα κοινωνικό κόστος περιλαμβάνει τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αλληλεπιδρούν μεταξύ τους. Μελέτες έχουν δείξει ότι οι χρόνοι αυξημένης ανεργίας συχνά συσχετίζονται τόσο με τον εθελοντισμό όσο και με τα υψηλότερα επίπεδα εγκληματικότητας. Η πτώση του εθελοντισμού δεν έχει μια προφανή εξήγηση, αλλά θα μπορούσε ίσως να συνδέεται με τις αρνητικές ψυχολογικές επιπτώσεις του να είσαι άνεργος ή ίσως ακόμη και η δυσαρέσκεια απέναντι σε εκείνους που δεν έχουν δουλειά⁵.

Οι κυβερνήσεις ανησυχούν για τις συνέπειες του πληθωρισμού, αλλά η ανεργία είναι επίσης ένα σοβαρό ζήτημα. Εκτός από την κοινωνική αναταραχή και τη δυσαρέσκεια που μπορεί να προκαλέσει η ανεργία, η υψηλή ανεργία μπορεί να έχει μια

⁵ Ξάνθος X., (2017), Κοινωνία, ανεργία και κοινωνική αναπαραγωγή, εκδόσεις Gutenberg

αυτοδιαιωνόμενη αρνητική επίδραση στις επιχειρήσεις και την οικονομική υγεία της χώρας.

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι επιπτώσεις της ανεργίας μπορεί να είναι μακροχρόνιες. Η εμπιστοσύνη των καταναλωτών και των επιχειρήσεων είναι το κλειδί για την οικονομική ανάκαμψη και οι εργαζόμενοι πρέπει να αισθάνονται αυτοπεποίθηση στο μέλλον τους για να επενδύσουν στην ανάπτυξη των δεξιοτήτων - και στην οικοδόμηση των αποταμιεύσεων - ότι η οικονομία πρέπει να αναπτυχθεί στο μέλλον. Το κόστος της ανεργίας υπερβαίνει τα συσσωρευμένα ποσά που παρέχονται ως ασφαλιστικές παροχές ανεργίας.

1.5 Το φυσικό ποσοστό ανεργίας

Το φυσικό ποσοστό ανεργίας, είναι το ελάχιστο ποσοστό ανεργίας που προκύπτει από πραγματικές ή εθελοντικές οικονομικές δυνάμεις. Η φυσική ανεργία αντικατοπτρίζει τον αριθμό των ατόμων που είναι άνεργοι λόγω της δομής του εργατικού δυναμικού, όπως εκείνοι που αντικαθίστανται από την τεχνολογία ή εκείνοι που δεν διαθέτουν ορισμένες δεξιότητες για να αποκτήσουν απασχόληση.

Ακούμε συχνά τον όρο «πλήρης απασχόληση», ο οποίος μπορεί να επιτευχθεί όταν η οικονομία της κάθε χώρας αποδίδει καλά. Ωστόσο, η πλήρης απασχόληση είναι λανθασμένη, διότι υπάρχουν πάντα εργαζόμενοι που αναζητούν εργασία, συμπεριλαμβανομένων των αποφοίτων ιδρυμάτων ή εκείνων που εκτοπίζονται λόγω της τεχνολογικής προόδου. Με άλλα λόγια, υπάρχει πάντα κάποια κίνηση εργασίας σε όλη την οικονομία. Η κίνηση της εργασίας μέσα και έξω από την απασχόληση, είτε είναι εθελοντική είτε όχι, αντιπροσωπεύει τη φυσική ανεργία⁶.

Κάθε ανεργία που δεν θεωρείται φυσική αναφέρεται συχνά ως κυκλική, θεσμική ή ανεργία βάσει πολιτικής. Οι εξωγενείς παράγοντες μπορούν να προκαλέσουν αύξηση του φυσικού ποσοστού ανεργίας. Για παράδειγμα, μια απότομη ύφεση μπορεί να αυξήσει το φυσικό ποσοστό ανεργίας εάν οι εργαζόμενοι χάσουν τις απαραίτητες δεξιότητες για να βρουν εργασία πλήρους απασχόλησης. Σίγουρα η πανδημία Covid-19 θα έχει σαφείς επιπτώσεις για τη φυσική ανεργία, ειδικά εάν ορισμένες επιχειρήσεις δεν μπορούν να ανοίξουν εκ νέου λόγω της υπερβολικής απώλειας εσόδων. Οι οικονομολόγοι αποκαλούν αυτό το αποτέλεσμα ως «υστέρηση».

⁶ Σκουτέλης Γ., (2006), Ανεργία: αίτια και λύσεις, Εκδόσεις Financial Forum

Η φυσική κίνηση εργασίας είναι ένας από τους λόγους για τους οποίους δεν μπορεί να επιτευχθεί πραγματική πλήρης απασχόληση, καθώς θα σήμαινε ότι οι εργαζόμενοι ήταν άκαμπτοι ή δεν μετακινούνται μέσω της οικονομίας της κάθε χώρας⁷. Με άλλα λόγια, η πλήρης απασχόληση 100% δεν είναι εφικτή σε μια οικονομία μακροπρόθεσμα. Η πραγματική πλήρης απασχόληση είναι ανεπιθύμητη, διότι το ποσοστό ανεργίας 0% μακροπρόθεσμα απαιτεί μια εντελώς άκαμπτη αγορά εργασίας, όπου οι εργαζόμενοι δεν μπορούν να εγκαταλείψουν την τρέχουσα εργασία τους ή να φύγουν για να βρουν μια καλύτερη.

Σύμφωνα με το γενικό μοντέλο οικονομικής ισορροπίας, η φυσική ανεργία ισούται με το επίπεδο ανεργίας μιας αγοράς εργασίας σε τέλεια ισορροπία. Αυτή είναι η διαφορά μεταξύ των εργαζομένων που θέλουν εργασία με τον τρέχοντα μισθό και εκείνων που είναι πρόθυμοι και ικανοί να εκτελέσουν τέτοια εργασία. Σύμφωνα με αυτόν τον ορισμό της φυσικής ανεργίας, είναι δυνατόν για θεσμικούς παράγοντες - όπως ο ελάχιστος μισθός ή οι υψηλοί βαθμοί συνδικαλιστικής οργάνωσης - να αυξηθεί μακροπρόθεσμα ο φυσικός ρυθμός.

Από το «The General Theory» του Keynes το 1936, πολλοί οικονομολόγοι πίστευαν ότι υπάρχει μια ειδική και άμεση σχέση μεταξύ του επιπέδου ανεργίας σε μια οικονομία και του επιπέδου του πληθωρισμού. Αυτή η άμεση σχέση κάποτε κωδικοποιήθηκε επισήμως στη λεγόμενη καμπύλη Phillips, η οποία αντιπροσώπευε την άποψη ότι η ανεργία κινήθηκε προς την αντίθετη κατεύθυνση του πληθωρισμού. Εάν η οικονομία επρόκειτο να χρησιμοποιηθεί πλήρως, πρέπει να υπάρχει πληθωρισμός και, αντίθετα, εάν υπήρχε χαμηλός πληθωρισμός, η ανεργία πρέπει να αυξηθεί ή να διατηρηθεί.

Σήμερα, οι οικονομολόγοι είναι πολύ πιο σκεπτικοί για τη συσχέτιση μεταξύ ισχυρής οικονομικής δραστηριότητας και πληθωρισμού ή μεταξύ αποπληθωρισμού και ανεργίας. Πολλοί θεωρούν ότι το ποσοστό ανεργίας 4% έως 5% είναι πλήρης απασχόληση και όχι ιδιαίτερα ανησυχητικό.

Το φυσικό ποσοστό ανεργίας αντιπροσωπεύει το χαμηλότερο ποσοστό ανεργίας όπου ο πληθωρισμός είναι σταθερός ή το ποσοστό ανεργίας που υπάρχει με τον μη επιταχυνόμενο πληθωρισμό. Ωστόσο, ακόμη και σήμερα πολλοί οικονομολόγοι διαφωνούν ως προς το συγκεκριμένο επίπεδο ανεργίας που πρέπει να θεωρηθεί το φυσικό ποσοστό ανεργίας⁸.

⁷ Δρεττακής, Μ. (2011) . Ανατομία της ανεργίας στην Ελλάδα 1991- 2010, εκδόσεις Κριτική

⁸ Τόλιος Γ., (2007), Παραγωγικότητα, ανταγωνιστικότητα, ανεργία, Σύγχρονη εποχή

1.6 Η ανεργία στην Ελλάδα μετά την έξοδο από τη κρίση

Το ποσοστό ανεργίας της Ελλάδας είχε μειωθεί σταθερά, από τότε που κορυφώθηκε, περίπου στο 28% το καλοκαίρι του 2013, έως ότου σημειώθηκε η πανδημία Covid-19. Έτσι λοιπόν, αν και το ποσοστό ανεργίας έχει αρχίσει να μειώνεται στα χαμηλότερα επίπεδα εννέα ετών του Φεβρουαρίου 2020, αναμένεται να παραμείνει αυξημένο προς τα πάνω, καθώς οι περιορισμοί που σχετίζονται με το Covid-19 επηρέασαν την αγορά εργασίας τους πρώτους μήνες του 2021.

Ο αριθμός των ανέργων μειώθηκε κατά 119.643 τον Ιανουάριο του 2021 σε σύγκριση με το Δεκέμβριο του 2020, ενώ το εποχικά προσαρμοσμένο ποσοστό ανεργίας σημείωσε άνοδο έως και 16,0% από το 15,6% του Δεκεμβρίου 2020. Ωστόσο, η εκτύπωση ήταν χαμηλότερη από το αποτέλεσμα του Ιανουαρίου 2020 του 16,4%.

Η ανεργία των νέων - κατηγοριοποιημένη από άτομα ηλικίας 15-24 ετών - αυξήθηκε σε 43,4% τον Ιανουάριο, μετά το 34,3% του Δεκεμβρίου 2020

Οι ειδικοί του ΟΟΣΑ και της Eurostat αναμένουν ότι το ποσοστό ανεργίας θα ανέλθει στο 16,9% κατά μέσο όρο το 2021, το οποίο είναι χαμηλότερο κατά 0,4 εκατοστιαίες μονάδες από την προβολή του προηγούμενου μήνα. Για το 2022, προβλέπεται ότι το ποσοστό ανεργίας κατά μέσο όρο θα είναι 15,7%.

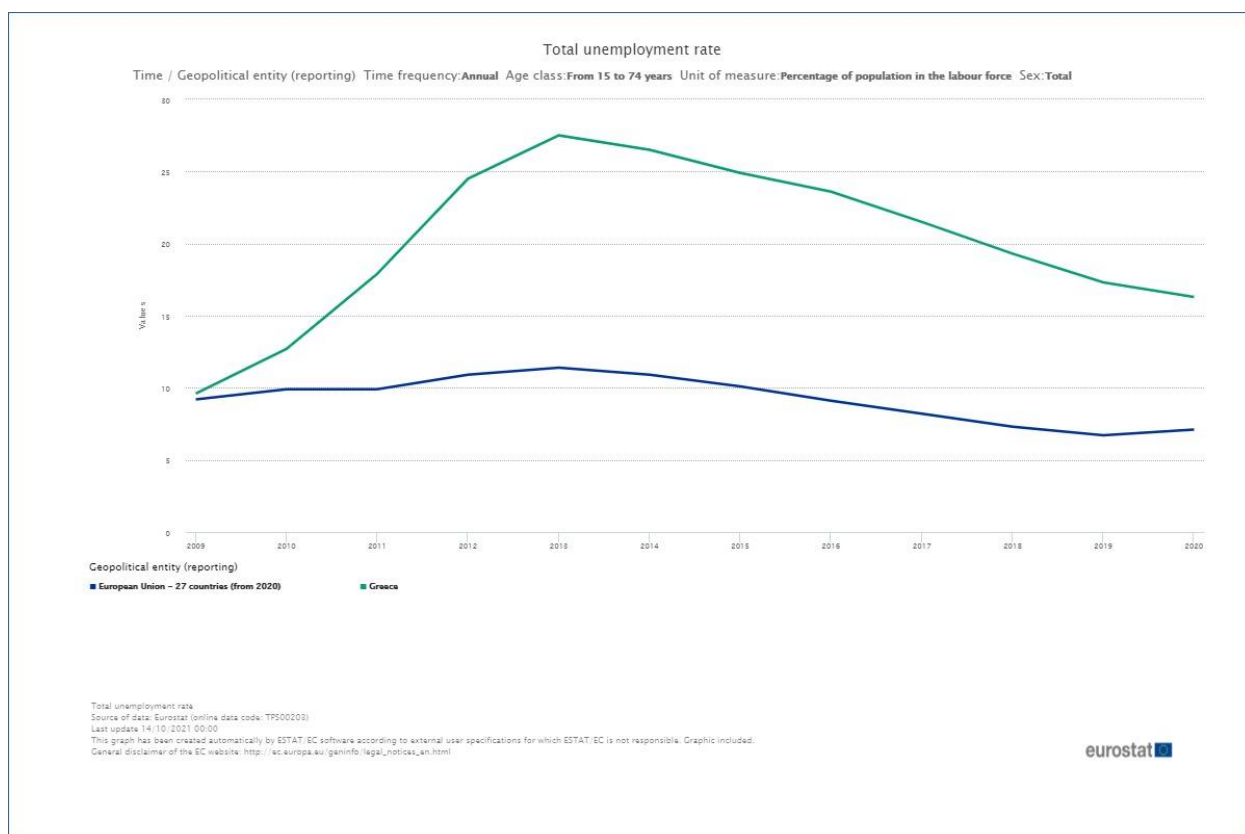
1.7 Το ποσοστό της ανεργίας στην Ελλάδα (2011 – 2020)

Πίνακας 1: Ποσοστό γενικής ανεργίας στην Ελλάδα (2011 – 2020)

ΕΛΛΑΔΑ	
"2011"	17,9
"2012"	24,5
"2013"	27,5
"2014"	26,5
"2015"	24,9
"2016"	23,6
"2017"	21,5
"2018"	19,3
"2019"	17,3
"2020"	16,3

Πηγή: Eurostat

Διάγραμμα 1: Ποσοστό γενικής ανεργίας στην Ελλάδα (2011 – 2020) %



1.8 Ποσοστό της γυναικείας ανεργίας στην Ελλάδα (2011 – 2020)

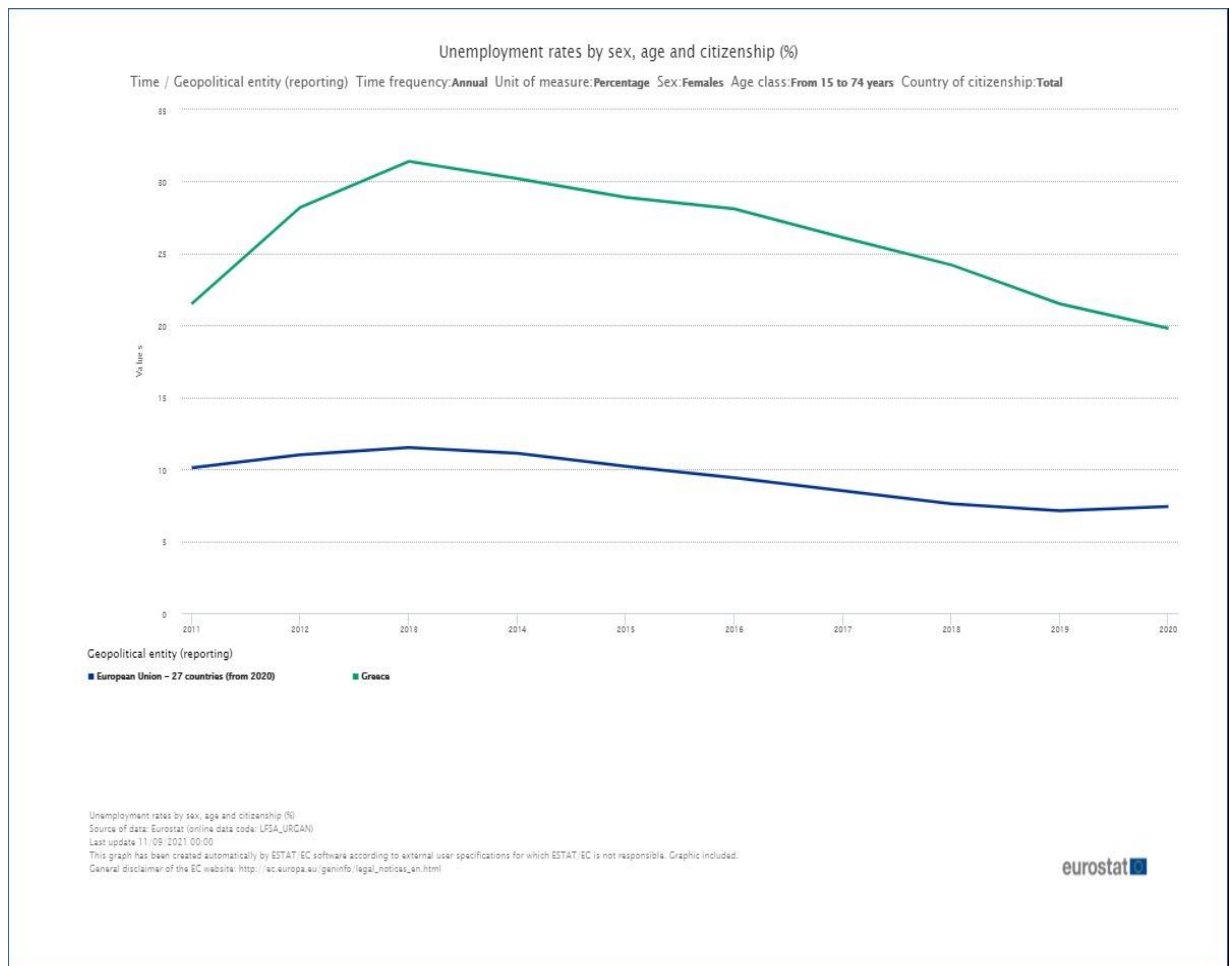
Πίνακας 2: Ποσοστό της ανεργίας των γυναικών στην Ελλάδα (2011 – 2020)

ΕΛΛΑΔΑ	
"2011"	21,5

"2012"	28,2
"2013"	31,4
"2014"	30,2
"2015"	28,9
"2016"	28,1
"2017"	26,1
"2018"	24,2
"2019"	21,5
"2020"	19,8

Πηγή: Eurostat

Διάγραμμα 2: Ποσοστό της ανεργίας των γυναικών στην Ελλάδα (2011 – 2020)



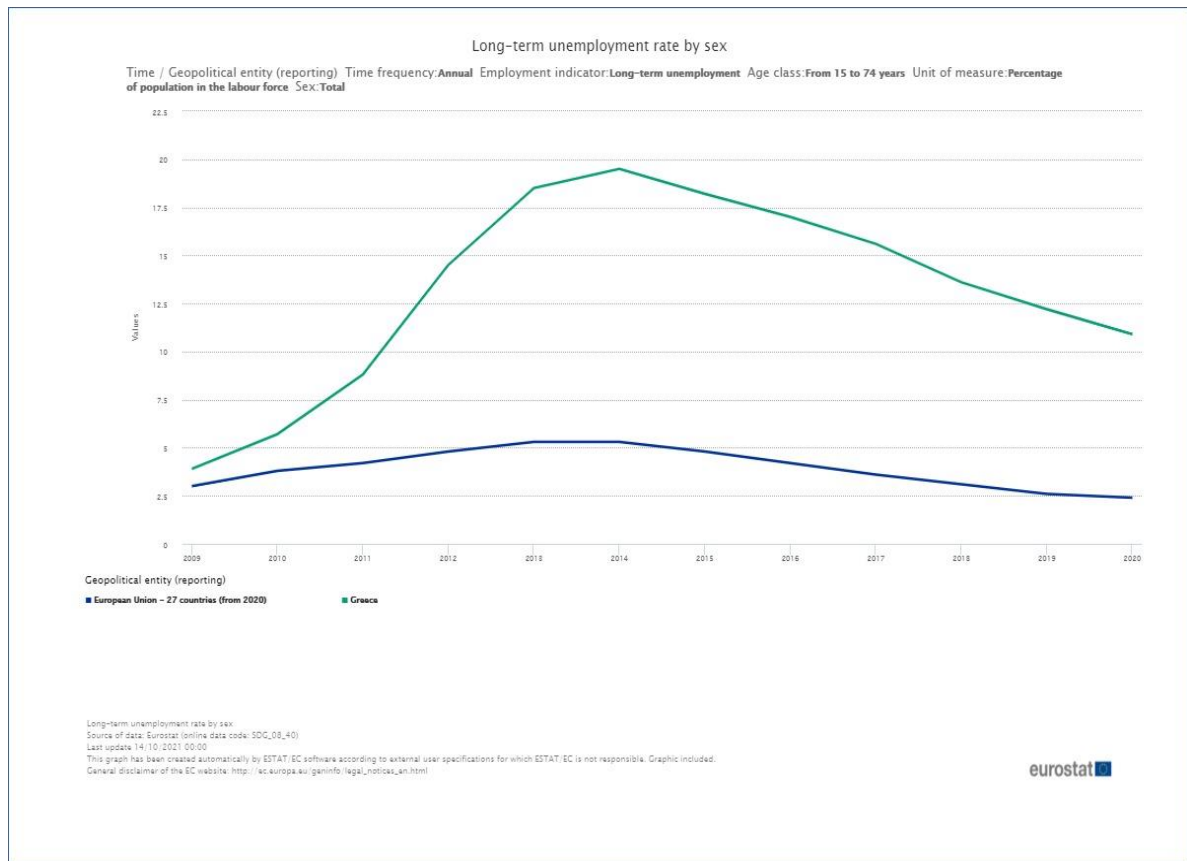
1.9 Ποσοστό μακροχρόνιας ανεργίας στην Ελλάδα (2011 – 2020)

Πίνακας 3: Ποσοστό της μακροχρόνιας ανεργίας στην Ελλάδα (2011 – 2020)

ΕΛΛΑΔΑ	
"2011"	8,8
"2012"	14,5
"2013"	18,5
"2014"	19,5
"2015"	18,2
"2016"	17,00
"2017"	15,6
"2018"	13,6
"2019"	12,2
"2020"	10,9

Πηγή: Eurostat

Διάγραμμα 3: Ποσοστό της μακροχρόνιας ανεργίας στην Ελλάδα (2011 – 2020)



Συμπεράσματα Κεφαλαίου

Στο παρόν κεφάλαιο, παρουσιάστηκε αναλυτικά το φαινόμενο της ανεργίας, με έμφαση στην ανεργία που πλήττει τους νέους.

Συμπερασματικά, οι συνέπειες από την ανεργία των νέων αφορούν την επαγγελματική σταδιοδρομία και την κοινωνική τους ζωή. Οι παράγοντες που προκαλούν την περαιτέρω αύξηση της ανεργίας των νέων συνοψίζονται στην έλλειψη διασύνδεσης του εκπαιδευτικού συστήματος με την αγορά εργασίας, στην περιορισμένη κινητικότητα των νέων και στη χαμηλή παραγωγικότητα των νέων λόγω της έλλειψης της εργασιακής εμπειρίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Εισαγωγή

Σκοπός του κεφαλαίου είναι η ανάλυση της έννοιας της επιχείρησης και της επιχειρηματικότητας, καθώς και η σημασία της στην οικονομική ανάπτυξη μιας περιοχής.

Ως επιχείρηση ορίζεται ο οργανισμός ή η επιχειρηματική οντότητα που ασχολείται με εμπορικές, βιομηχανικές ή επαγγελματικές δραστηριότητες. Οι επιχειρήσεις μπορούν να είναι κερδοσκοπικές οντότητες ή μπορεί να είναι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί που λειτουργούν για να εκπληρώσουν μια φιλανθρωπική αποστολή ή να προωθήσουν μια κοινωνική αιτία.

Στο παρόν κεφάλαιο θα αναλυθεί η έννοια της επιχειρηματικότητας, δίνοντας έμφαση στους βασικούς ορισμούς, στα είδη της επιχειρηματικότητας, στην έννοια και στο ρόλο του επιχειρηματία, στην εξέλιξη της επιχειρηματικότητας, και ιδιαίτερα στο σημαντικό της ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη.

2.1 Η έννοια της επιχείρησης

Ο όρος «επιχείρηση» αναφέρεται στις συντονισμένες προσπάθειες των ατόμων για παραγωγή και πώληση αγαθών και υπηρεσιών με σκοπό την επίτευξη κέρδους. Οι επιχειρήσεις έχουν διάφορες κατηγοριοποιήσεις και ονομασίες ανάλογα με τον αριθμό των ιδιοκτητών κτλ⁹.

Είναι επίσης σημαντικό να καθοριστεί η νομική δομή της επιχείρησης. Ανάλογα με τον τύπο της επιχείρησης, ενδέχεται να χρειαστεί να εξασφαλίσει άδειες, να τηρήσει τις απαιτήσεις εγγραφής και να λάβει άδειες για τη νόμιμη λειτουργία.

Σχετικά με τη νομική μορφή οι πιο κοινές νομικές μορφές είναι ατομικές επιχειρήσεις, εταιρικές σχέσεις και εταιρείες περιορισμένης ευθύνης, με τις κυριότερες αποκλειστικές εταιρείες.

⁹ <https://www.gemconsortium.org/>

Η συνεργασία είναι μια επιχειρηματική σχέση μεταξύ δύο ή περισσότερων ατόμων που συμμετέχουν στην ίδρυση και λειτουργία μιας επιχείρησης. Κάθε συνεργάτης συνεισφέρει πόρους στην επιχείρηση και μοιράζεται τα κέρδη και τις ζημιές της.

Μια εταιρεία είναι μια επιχείρηση στην οποία μια ομάδα εταίρων λειτουργούν μαζί ως μία οντότητα. Συνήθως, οι εταίροι μιας επιχείρησης είναι μέτοχοι που εργάζονται από κοινού για την επιτυχία της εταιρείας. Η ενσωμάτωση μιας επιχείρησης απελευθερώνει τους ιδιοκτήτες της οικονομικής ευθύνης των επιχειρηματικών υποχρεώσεων. Ωστόσο, μια εταιρεία έχει δυσμενείς φορολογικούς κανόνες για τους ιδιοκτήτες της επιχείρησης.

2.2 Τα είδη και οι κατηγορίες των επιχειρήσεων

Νομικό πρότυπο σύμφωνα με το άρθρο 61 του Α.Κ είναι ένωση προσώπων για την επιδίωξη ορισμένου σκοπού. Έτσι από νομικής μορφής υπάρχουν τρεις βασικές κατηγορίες επιχειρήσεων:

1. Οι ατομικές
2. Οι εταιρικές
3. Οι συλλογικές επιχειρήσεις

2.2.1 Οι ατομικές επιχειρήσεις

Φορέας της ατομικής επιχείρησης είναι ένα άτομο απασχολούμενο μόνο του ή βοηθούμενο από κάποιον αριθμό ατόμων. Οι ατομικές επιχειρήσεις είναι συνήθως μικρές επιχειρήσεις και αποτελούν την παλαιότερη μορφή επιχείρησης που πρωτοεμφανίστηκε στις μικρές γεωργικές εκμεταλλεύσεις, στις βιοτεχνίες και στις μικρές μονάδες λιανικού εμπορίου¹⁰.

2.2.2 Εταιρικές επιχειρήσεις

Οι εταιρικές επιχειρήσεις προέρχονται από τη συνεργασία δύο ή περισσότερων ατόμων, που συνδέονται μεταξύ τους με εταιρικό δεσμό. Η συνεργασία μπορεί να οφείλεται είτε στην ανάγκη εξεύρεσης κεφαλαίων για την επιχείρηση είτε στην ανάγκη

¹⁰ Φράγκος Χ., (2006), Εισαγωγή στην επιχειρησιακή έρευνα, εκδόσεις Σταμούλης

ενίσχυσης της επιχειρηματικής δραστηριότητας είτε και στους δύο αυτούς λόγους. Οι εταιρικές επιχειρήσεις διακρίνονται: σε εταιρείες προσωπικές και σε εταιρείες κεφαλαιουχικές¹¹.

2.3 Ομόρρυθμη εταιρεία

Η ομόρρυθμη εταιρεία είναι προσωπική εταιρεία με νομική προσωπικότητα που επιδιώκει εμπορικό σκοπό, για τα χρέη της οποίας ευθύνονται όλοι οι εταίροι, έναντι των εταιρικών δανειστών απεριόριστα και «εις ολόκληρο» (§ 1 του άρθρου 249 του ν.4072/2012).¹² Οι ομόρρυθμοι εταίροι είναι έμποροι των οποίων η εταιρική συμμετοχή εκφράζεται με ένα ποσοστό που υποδηλώνει το μέγεθος της οικονομικής συμμετοχής τους στην εταιρική περιουσία και προσδιορίζεται στο καταστατικό, το οποίο πρέπει να δημοσιευθεί και καταχωρηθεί στο Γ.Ε.ΜΗ.

2.4 Ετερόρρυθμη εταιρεία

Η ετερόρρυθμη εταιρεία είναι και αυτή προσωπική εταιρεία. Η βασική διαφορά από την ομόρρυθμη εταιρεία είναι ότι ένας τουλάχιστον από τους εταίρους ευθύνεται με όλη του την περιουσία, ως ομόρρυθμος εταίρος και ένας τουλάχιστον εταίρος είναι ετερόρρυθμος, δηλαδή ευθύνεται περιορισμένα και μέχρι του ποσού της εισφοράς του. Έτσι η ετερόρρυθμη εταιρεία περιλαμβάνει προσωπικά και κεφαλαιουχικά στοιχεία. Η ύπαρξη εταίρων που ευθύνονται περιορισμένα είναι ένα στοιχείο που προσεγγίζει την ετερόρρυθμη στις κεφαλαιουχικές εταιρείες. Οι ετερόρρυθμοι εταίροι δεν θεωρούνται έμποροι, αλλά απλοί χρηματοδότες της εταιρείας και δεν συμμετέχουν στη λήψη των αποφάσεων.

Για τη σύστασή της απαιτείται καταστατικό και δημοσίευσή του. Η διαδικασία είναι η ίδια με εκείνη της ομόρρυθμης εταιρείας.

¹¹ Μπουραντάς Δ., (1992), Management, Οργανωτική θεωρία και συμπεριφορά, εκδόσεις Team

¹²http://gemi.ebeh.gr/images/attached/2._%CE%9F%CE%9C%CE%9F%CE%A1%CE%A1%CE%A5%CE%98%CE%9C%CE%97_%CE%95%CE%A4%CE%91%CE%99%CE%A1%CE%95%CE%99%CE%91.pdf

2.5 Οι εταιρείες κεφαλαίου – Η Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ε)

Ο θεσμός της ανώνυμης εταιρείας θεωρείται ένα από τα μεγαλύτερα επιτεύγματα της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, αφού με αυτόν είναι δυνατή η συγκέντρωση μεγάλων κεφαλαίων προερχομένων από οποιαδήποτε πηγή, κατηγορία αποταμιευτών ή χώρα, ενώ, συγχρόνως, τη διοίκηση της ανώνυμης εταιρείας αναλαμβάνουν, κατά τεκμήριο, ικανά στελέχη¹³.

Το κεφάλαιο της ανώνυμης εταιρείας διαιρείται σε ίσα μερίδια τα οποία ονομάζονται μετοχές. Κάθε μέτοχος ευθύνεται μέχρι του ποσού της μετοχής του και μπορεί ελεύθερα να μεταβιβάσει τις μετοχές του σε άλλο πρόσωπο, χωρίς να επηρεάζεται η εταιρεία. Το κατώτερο όριο του μετοχικού κεφαλαίου της ανώνυμης εταιρείας ορίζεται στο ποσό των 60.000 ευρώ, ολοσχερώς καταβεβλημένο κατά τη σύσταση της εταιρείας (αρ. 8 ν.2190/20, όπως αυτό αντικαταστάθηκε από το αρ. 38 παρ.1 ν.2065/1992) όταν γίνεται η σύσταση με ιδιωτική ή άμεση ή ενιαία κάλυψη. Όσες Α.Ε. κατά την 1-1-2002 είχαν μετοχικό κεφάλαιο μικρότερο των € 60.000 υποχρεώθηκαν να αναπροσαρμόσουν αυτό μέχρι 31-12-2003 διαφορετικά ανακαλείται η άδειά τους. Το παραπάνω ποσό είναι μεγαλύτερο αν πρόκειται για Α.Ε. που το αντικείμενό της είναι οι ασφάλειες.

2.6 Οι εταιρείες κεφαλαίου – Η Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε)

Ο θεσμός της Ε.Π.Ε. έχει γνωρίσει μεγάλη επιτυχία στη χώρα μας, γιατί συνδυάζει τα πλεονεκτήματα της ομόρρυθμης εταιρείας και εκείνα της ανώνυμης εταιρείας. Η εταιρεία περιορισμένης ευθύνης χρησιμοποιείται για δραστηριότητες μικρότερης κλίμακας από αυτές των Α.Ε ¹⁴.

2.7 Οι εταιρείες κεφαλαίου – Η Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (Ι.Κ.Ε)

¹³ Περάκης Ε., (2016), Το νέο δίκαιο της ανώνυμης εταιρείας, εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

¹⁴ Περάκης Ε., (2009), Το δίκαιο της εταιρείας περιορισμένης ευθύνης, εκδόσεις Νομική βιβλιοθήκη

Μια ΙΚΕ συστήνεται μέσω της υπηρεσίας μιας στάσης. Το καταστατικό της καταρτίζεται κατά κανόνα με ιδιωτικό συμφωνητικό. Δεν απαιτείται παράσταση Δικηγόρου και συμμετοχή Συμβολαιογράφου, γίνεται δημοσίευση μόνο στο ΓΕΜΗ και απαιτείται σύμπραξη Συμβολαιογράφου, όταν το επιβάλλει ειδική διάταξη του νόμου ή όταν εισφέρεται στην εταιρεία ακίνητο. Το κόστος σύστασης περιορίζεται στο ελάχιστο, γιατί δεν καταβάλλονται αμοιβές και τέλη δημοσίευσης στο ΦΕΚ Α.Ε. και Ε.Π.Ε. Το κόστος περιορίζεται μόνο, σε ένα παράβολο των 70€. Το κεφάλαιο επιβαρύνεται με φόρο συγκέντρωσης κεφαλαίου 1%¹⁵.

2.8 Η έννοια και η σημασία της επιχειρηματικότητας

Οι οικονομολόγοι δεν είχαν ποτέ ένα σταθερό ορισμό του «επιχειρηματία» ή της «επιχειρηματικότητας». Αν και η έννοια του επιχειρηματία υπήρχε και ήταν γνωστή για αιώνες, οι κλασικοί και νεοκλασικοί οικονομολόγοι άφησαν τους επιχειρηματίες από τα επίσημα μοντέλα τους: Υποθέτουν ότι οι τέλειες πληροφορίες θα ήταν γνωστές σε πλήρως ορθολογικούς παράγοντες, χωρίς να αφήνουν περιθώρια για ανάληψη κινδύνων ή ανακάλυψη. Μόνο στα μέσα του 20ού αιώνα οι οικονομολόγοι προσπάθησαν σοβαρά να ενσωματώσουν την επιχειρηματικότητα στα μοντέλα τους¹⁶.

Η επιχειρηματικότητα είναι βασικός παράγοντας δημιουργίας μέσα στην οικονομία, από την ανάγκη για δημιουργία κοινωνικής αλλαγής μέσω των νέων επιχειρήσεων έως την ανάπτυξη της καινοτομίας. Οι επιχειρηματίες θεωρούνται συχνά ως ηγέτες και ως άτομα τα οποία με τις δράσεις και τις ενέργειες τους συμβάλλουν τόσο στη δημιουργία νέων και συχνά καινοτόμων αγαθών και υπηρεσιών αλλά και συνεισφέρουν στην οικονομική ανάπτυξη.

Η σημασία της επιχειρηματικότητας δεν πρέπει να υποτιμηθεί. Τα νέα προϊόντα και οι υπηρεσίες που δημιουργούνται από επιχειρηματίες μπορούν να παράγουν ένα επεισόδιο, όπου ενθαρρύνουν σχετικές επιχειρήσεις ή τομείς που πρέπει να υποστηρίξουν τη νέα επιχείρηση, προωθώντας την οικονομική ανάπτυξη.

¹⁵ Αντωνόπουλος Β., (2012), Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (Ι.Κ.Ε), εκδόσεις Σάκκουλας

¹⁶ Φράγκος Χ., (2006), Εισαγωγή στην επιχειρησιακή έρευνα, εκδόσεις Σταμούλης

Ο κανονισμός διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Η μη ρυθμιζόμενη επιχειρηματικότητα μπορεί να οδηγήσει σε ανεπιθύμητα κοινωνικά αποτελέσματα, όπως αθέμιτες πρακτικές της αγοράς, διάχυτη διαφθορά και εγκληματική δραστηριότητα.

Παραδόξως, ένας σημαντικά υψηλός αριθμός επιχειρηματιών μπορεί να οδηγήσει σε έντονο ανταγωνισμό και απώλεια επιλογών σταδιοδρομίας για τα άτομα. Με πάρα πολλούς επιχειρηματίες, τα επίπεδα των φιλοδοξιών συνήθως αυξάνονται. Λόγω της μεταβλητότητας της επιτυχίας στις επιχειρηματικές επιχειρήσεις, το σενάριο ύπαρξης πάρα πολλών επιχειρηματιών μπορεί επίσης να οδηγήσει σε εισοδηματική ανισότητα, κάνοντας τους πολίτες δυστυχημένους¹⁷.

Η σχέση μεταξύ επιχειρηματικότητας και οικονομικής ανάπτυξης είναι σημαντική για την κατανόηση των υπευθύνων χάραξης πολιτικής και των ιδιοκτητών επιχειρήσεων. Η κατανόηση των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων της επιχειρηματικότητας επιτρέπει τη λήψη μιας ισορροπημένης προσέγγισης, η οποία μπορεί να έχει θετικό οικονομικό και κοινωνικό αντίκτυπο.

Η επιχειρηματικότητα είναι ένας σημαντικός τομέας μελέτης και πρακτικής. Δεδομένου ότι πιστεύεται ότι η επιχειρηματικότητα διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της οικονομίας συμβάλλοντας σημαντικά στη δημιουργία απασχόλησης και στην οικονομική ανάπτυξη.

Συχνά περιλαμβάνονται παραδείγματα ή συζητήσεις για την επιχειρηματικότητα με επαγγελματίες υψηλού προφίλ ή μεγάλες εταιρείες για παράδειγμα: Google, Facebook, Uber, Twitter, Apple κ.λπ. και πιο συγκεκριμένα στον τεχνολογικό τομέα.

Στη σύγχρονη εποχή συνηθίζεται να χρησιμοποιείται ο όρος επιχειρηματίας ή επιχειρηματικότητα αντί για επιχειρήσεις ή επιχειρηματίες. Σε πολλές περιπτώσεις ο όρος «επιχείρηση», «επιχειρηματίας» και «επιχειρηματικότητα» χρησιμοποιούνται επίσης εναλλακτικά. Οι λέξεις επιχείρηση, επιχειρηματίας και επιχειρηματικότητα πιστεύεται ότι προέρχονται από την ίδια ρίζα λέξη «entreprendre». Περιλαμβάνει καινοτομία, ανάληψη κινδύνων, λήψη αποφάσεων αναλαμβάνοντας μια οικονομική δραστηριότητα.

¹⁷ Φράγκος Χ., (2006), Εισαγωγή στην επιχειρησιακή έρευνα, εκδόσεις Σταμούλης

Έτσι, ο επιχειρηματίας και η επιχείρηση είναι αλληλένδετες και η επιτυχία της εξαρτάται από την ικανότητα του επιχειρηματία. Οι επιχειρηματίες μπορούν να είναι ένα άτομο ή μια ομάδα ατόμων, ενώ η επιχείρηση είναι μια δομή οργάνωσης. Είναι δεδομένο λοιπόν ότι ο επιχειρηματίας και η επιχείρηση είναι δύο διαφορετικές οντότητες. Ο οργανισμός δεν οδηγείται πλέον και ελέγχεται από ένα άτομο, το οποίο διαθέτει πλήρη δύναμη, με τον ίδιο τρόπο που ένα άτομο δεν ορίζει την καινοτόμο κοινότητα, καθώς η καινοτομία είναι ένα ουσιαστικά συλλογικό φαινόμενο.

Η επιχείρηση, επομένως, ενσωματώνει την επιχειρηματικότητα και έναν επιχειρηματία, του οποίου η συμπεριφορά ενεργοποιεί και απενεργοποιεί τις συνθήκες και τις δομές της επιχείρησης¹⁸.

Ένας επιχειρηματίας λοιπόν, είναι ένα άτομο που δημιουργεί μια νέα επιχείρηση, φέρει τους περισσότερους κινδύνους και απολαμβάνει τα περισσότερα από τα οφέλη. Η διαδικασία δημιουργίας μιας επιχείρησης είναι γνωστή ως επιχειρηματικότητα. Ο επιχειρηματίας θεωρείται συνήθως ως καινοτόμος, πηγή νέων ιδεών, αγαθών, υπηρεσιών και επιχειρήσεων / ή διαδικασιών.

Οι επιχειρηματίες διαδραματίζουν βασικό ρόλο σε οποιαδήποτε οικονομία, χρησιμοποιώντας τις απαραίτητες δεξιότητες και πρωτοβουλίες για την πρόβλεψη αναγκών και τη διάθεση καλών νέων ιδεών στην αγορά. Η επιχειρηματικότητα που αποδεικνύεται επιτυχής στην ανάληψη των κινδύνων δημιουργίας μιας επιχείρησης ανταμείβεται με κέρδη, φήμη και συνεχείς ευκαιρίες ανάπτυξης. Η επιχειρηματικότητα που αποτυγχάνει οδηγεί σε απώλειες και λιγότερη επικράτηση στις αγορές για τους εμπλεκόμενους.

Η επιχειρηματικότητα είναι ένας από τους πόρους που οι οικονομολόγοι κατηγοριοποιούν ως αναπόσπαστο στην παραγωγή, ενώ οι άλλοι τρεις είναι γη / φυσικοί πόροι, εργασία και κεφάλαιο. Ένας επιχειρηματίας συνδυάζει τα πρώτα τρία από αυτά για την κατασκευή αγαθών ή την παροχή υπηρεσιών. Συνήθως δημιουργούν

¹⁸ Harrison, Horngren, Thomas, (2015), Χρηματοοικονομική λογιστική, εκδόσεις Πασχαλίδης

ένα επιχειρηματικό σχέδιο, προσλαμβάνουν εργατικό δυναμικό, αποκτούν πόρους και χρηματοδότηση και παρέχουν ηγεσία και διαχείριση για την επιχείρηση¹⁹.

Οι επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν συνήθως πολλά εμπόδια κατά τη δημιουργία των επιχειρήσεών τους. Τα βασικότερα είναι τα εξής:

- Υπέρβαση προβλημάτων γραφειοκρατίας
- Πρόσληψη ταλέντων / εργαζομένων
- Λήψη χρηματοδότησης

2.8.1 Τα χαρακτηριστικά του επιτυχημένου επιχειρηματία

Παρακάτω παρουσιάζονται ορισμένα χαρακτηριστικά που απαιτούνται για να είναι ένα άτομο επιτυχημένος επιχειρηματίας.

1. Προσαρμοστικότητα στο περιβάλλον
2. Ευελιξία
3. Εξοικονόμηση χρημάτων
4. Ανθεκτικότητα
5. Προσήλωση στο στόχο
6. Έξυπνη επιχειρηματική διαχείριση
7. Αποτελεσματική επικοινωνία

2.8.2. Τα είδη επιχειρηματιών

Όπως είδαμε και προηγουμένως όλοι οι επιχειρηματίες δεν είναι ίδιοι. Στη συνέχεια παρουσιάζονται ορισμένα βασικά είδη επιχειρηματιών.

¹⁹ Γεωργαντά Ζ., (2013), Επιχειρηματικότητα και καινοτομίες, το management της επιχειρηματικής καινοτομίας, Ανίκουλα

1. Δημιουργός

Οι δημιουργοί επιδιώκουν να δημιουργήσουν μεγάλες επιχειρήσεις σε σύντομο χρονικό διάστημα. Οι δημιουργοί συνήθως έχουν έσοδα περισσότερα των 2 εκατομμυρίων ευρώ τα πρώτα δύο έως τέσσερα χρόνια και συνεχίζουν να αυξάνουν έως και 50 εκατομμύρια ευρώ ή και περισσότερο. Αυτά τα άτομα επιδιώκουν να δημιουργήσουν μια ισχυρή υποδομή προσλαμβάνοντας το καλύτερο ταλέντο και αναζητώντας τους καλύτερους επενδυτές. Έχουν ιδιοσυγκρασιακές προσωπικότητες που ταιριάζουν στη γρήγορη ανάπτυξη που επιθυμούν αλλά μπορούν να κάνουν τις προσωπικές και επιχειρηματικές σχέσεις δύσκολες²⁰.

2. Καιροσκόποι

Οι ευκαιριακοί επιχειρηματίες είναι αισιόδοξα άτομα με την ικανότητα να επιλέγουν οικονομικές ευκαιρίες, να μπαίνουν στην κατάλληλη στιγμή, να παραμένουν κατά τη διάρκεια της ανάπτυξης και να βγαίνουν όταν μια επιχείρηση φτάνει στο αποκορύφωμά της.

Αυτοί οι τύποι επιχειρηματιών ασχολούνται με τα κέρδη και έτσι προσελκύονται από ιδέες όπου μπορούν να δημιουργήσουν υπόλοιπο ή ανανέωση εισοδήματος. Επειδή θέλουν να βρουν ευκαιρίες εγκαίρως, οι ευκαιριακοί επιχειρηματίες μπορούν να είναι παρορμητικοί

3. Νεωτεριστές

Οι νεωτεριστές είναι εκείνα τα άτομα που έχουν μια υπέροχη ιδέα που κανείς δεν είχε σκεφτεί στο παρελθόν. Αντί να επικεντρώνονται στα χρήματα, οι νεωτεριστές ενδιαφέρονται περισσότερο για τον αντίκτυπο που έχουν τα προϊόντα και οι υπηρεσίες τους στην κοινωνία.

4. Ειδικοί

Αυτά τα άτομα είναι αναλυτικά και απέχουν από τον κίνδυνο. Έχουν ένα ισχυρό σύνολο δεξιοτήτων σε έναν συγκεκριμένο τομέα που αποκτήθηκε μέσω της εκπαίδευσης ή της μαθητείας. Ένας εξειδικευμένος επιχειρηματίας θα αναπτύξει την επιχείρησή του μέσω

²⁰ Καριώτης Α., (2007), Επιχειρηματικότητα, εκδόσεις Έλλην

δικτύωσης και παραπομπών, με αποτέλεσμα βραδύτερη ανάπτυξη από έναν δημιουργό – επιχειρηματία²¹.

2.8.3 Τύποι επιχειρηματικότητας

Καθώς υπάρχουν διαφορετικοί τύποι επιχειρηματιών, υπάρχουν επίσης διαφορετικοί τύποι επιχειρήσεων που δημιουργούν. Παρακάτω είναι οι κύριοι διαφορετικοί τύποι επιχειρηματικότητας.

1. Επιχειρηματικότητα μικρών επιχειρήσεων

Η επιχειρηματικότητα των μικρών επιχειρήσεων είναι η ιδέα να ανοίξετε μια επιχείρηση χωρίς να την μετατρέψετε σε μεγάλο όμιλο ή να ανοίξετε πολλές αλυσίδες. Ένα εστιατόριο μιας τοποθεσίας, ένα παντοπωλείο ή ένα κατάστημα λιανικής πώλησης για να πουλήσετε τα χειροποίητα προϊόντα σας θα ήταν όλα ένα παράδειγμα επιχειρηματικότητας μικρών επιχειρήσεων.

Αυτά τα άτομα συνήθως επενδύουν τα δικά τους χρήματα και πετυχαίνουν εάν η επιχείρησή τους αποφέρει κέρδος, από το οποίο ζουν. Δεν έχουν εξωτερικούς επενδυτές και θα πάρουν δάνειο μόνο εάν συμβάλει στη συνέχιση της επιχείρησης.

2. Επιχείρηση με δυνατότητα κλιμάκωσης

Αυτές είναι εταιρείες που ξεκινούν με μια μοναδική ιδέα όπως για παράδειγμα η Silicon Valley ή η Apple. Οι ελπίδες είναι να καινοτομήσουμε με ένα μοναδικό προϊόν ή υπηρεσία και να συνεχίσουμε να αναπτύσσουμε την εταιρεία, αυξάνοντας συνεχώς καθώς ο χρόνος περνά. Αυτοί οι τύποι εταιρειών απαιτούν συχνά επενδυτές και μεγάλα ποσά κεφαλαίου για να αναπτύξουν την ιδέα τους και να φτάσουν σε πολλές αγορές.

3. Επιχειρηματικότητα μεγάλων εταιρειών

Η επιχειρηματικότητα μεγάλων εταιρειών είναι ένας νέος τομέας επιχειρήσεων που δημιουργήθηκε σε μια υπάρχουσα εταιρεία. Η υπάρχουσα εταιρεία μπορεί να είναι σε

²¹ Griffin R., Pustay M., (2018), Διεθνείς επιχειρήσεις και επιχειρηματικότητα, εκδόσεις Τζιόλα

καλή θέση για να διακλαδίζεται σε άλλους τομείς ή μπορεί να είναι σε καλή θέση για να εμπλακεί στη νέα τεχνολογία.

Οι διευθύνοντες σύμβουλοι αυτών των εταιρειών είτε προβλέπουν μια νέα αγορά για την εταιρεία είτε άτομα εντός της εταιρείας δημιουργούν ιδέες που φέρνουν στην ανώτερη διοίκηση για να ξεκινήσει η διαδικασία.

4. Κοινωνική επιχειρηματικότητα

Ο στόχος της κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι να δημιουργήσει ένα όφελος για την κοινωνία και την ανθρωπότητα. Επικεντρώνονται στη βοήθεια των κοινοτήτων ή του περιβάλλοντος μέσω των προϊόντων και των υπηρεσιών τους. Δεν οδηγούνται από κέρδη, αλλά μάλλον βοηθώντας τον κόσμο γύρω τους. Αυτό το είδος της επιχείρησης συνδέεται με την ηθική διάσταση της επιχειρηματικότητας και θα μελετηθεί σε επόμενο κεφάλαιο.

Μιλώντας με βάση την οικονομική πραγματικότητα ένας επιχειρηματίας ενεργεί ως συντονιστικός παράγοντας σε μια καπιταλιστική οικονομία. Αυτός ο συντονισμός λαμβάνει τη μορφή πόρων που εκτρέπονται προς νέες πιθανές ευκαιρίες κέρδους. Ο επιχειρηματίας μετακινεί διάφορους πόρους, τόσο απτούς όσο και άυλους, προωθώντας τη δημιουργία κεφαλαίου²².

Σε μια αγορά γεμάτη αβεβαιότητα, είναι ο επιχειρηματίας που μπορεί πραγματικά να βοηθήσει στην εξάλειψη της αβεβαιότητας, καθώς λαμβάνουν κρίσεις ή αναλαμβάνουν τον κίνδυνο. Στο βαθμό που ο καπιταλισμός είναι ένα δυναμικό σύστημα κερδών και ζημιών, οι επιχειρηματίες οδηγούν στην αποτελεσματική ανακάλυψη και αποκαλύπτουν με συνέπεια τη γνώση.

Οι καθιερωμένες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν αυξημένο ανταγωνισμό και προκλήσεις από επιχειρηματίες, οι οποίες συχνά τις ωθούν και στις προσπάθειες έρευνας και ανάπτυξης. Σε τεχνικούς οικονομικούς όρους, ο επιχειρηματίας διακόπτει την πορεία προς την ισορροπία σταθερής κατάστασης.

Η καλλιέργεια της επιχειρηματικότητας μπορεί να έχει θετικό αντίκτυπο στην οικονομία και την κοινωνία με πολλούς τρόπους. Για αρχάριους, οι επιχειρηματίες δημιουργούν νέες επιχειρήσεις. Εφευρίσκουν αγαθά και υπηρεσίες, με αποτέλεσμα την

²² Fayolle A., (2019), *Επιχειρηματικότητα*, εκδόσεις Προπομπός

απασχόληση και συχνά δημιουργούν κυματισμούς, με αποτέλεσμα όλο και περισσότερη ανάπτυξη.

Οι επιχειρηματίες προσθέτουν το ακαθάριστο εθνικό εισόδημα στην οικονομία. Οι υπάρχουσες επιχειρήσεις ενδέχεται να παραμείνουν περιορισμένες στις αγορές τους και τελικά να φτάσουν το ανώτατο όριο εισοδήματος. Αλλά νέα προϊόντα ή τεχνολογίες δημιουργούν νέες αγορές και νέο πλούτο. Και η αυξημένη απασχόληση και τα υψηλότερα κέρδη συμβάλλουν στη φορολογική βάση ενός έθνους, επιτρέποντας μεγαλύτερες κυβερνητικές δαπάνες για δημόσια έργα²³.

Οι επιχειρηματίες δημιουργούν κοινωνική αλλαγή. Σπάζουν την παράδοση με μοναδικές εφευρέσεις που μειώνουν την εξάρτηση από υπάρχουσες μεθόδους και συστήματα, κάνοντάς τις μερικές φορές ξεπερασμένες. Τα smartphone και οι εφαρμογές τους αποτελούν χαρακτηριστικό παράδειγμα.

Οι επιχειρηματίες επενδύουν σε κοινοτικά προγράμματα και βοηθούν φιλανθρωπικά ιδρύματα και άλλους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, υποστηρίζοντας αιτίες πέρα από τις δικές τους. Ο Μπιλ Γκέιτς, για παράδειγμα, έχει χρησιμοποιήσει τον σημαντικό του πλούτο για πρωτοβουλίες εκπαίδευσης και δημόσιας υγείας.

Υπάρχει έρευνα που δείχνει ότι τα υψηλά επίπεδα αυτοαπασχόλησης μπορούν να σταματήσουν την οικονομική ανάπτυξη: Η επιχειρηματικότητα, εάν δεν ρυθμιστεί σωστά, μπορεί να οδηγήσει σε αθέμιτες πρακτικές αγοράς και διαφθορά, και πάρα πολλοί επιχειρηματίες μπορούν να δημιουργήσουν εισοδηματικές ανισότητες στην κοινωνία. Συνολικά, ωστόσο, η επιχειρηματικότητα αποτελεί κρίσιμο μοχλό καινοτομίας και οικονομικής ανάπτυξης. Ως εκ τούτου, η προώθηση της επιχειρηματικότητας είναι ένα σημαντικό μέρος των στρατηγικών οικονομικής ανάπτυξης πολλών τοπικών και εθνικών κυβερνήσεων σε όλο τον κόσμο.

Για το σκοπό αυτό, οι κυβερνήσεις συνήθως βοηθούν στην ανάπτυξη επιχειρηματικών οικοσυστημάτων, τα οποία μπορεί να περιλαμβάνουν τους ίδιους τους επιχειρηματίες, προγράμματα βοήθειας που χρηματοδοτούνται από την κυβέρνηση και επιχειρηματίες. Μπορούν επίσης να περιλαμβάνουν μη κυβερνητικές οργανώσεις, όπως ενώσεις επιχειρηματιών, εκκολαπτήρια επιχειρήσεων και εκπαιδευτικά προγράμματα.

²³ Καριώτης Α., (2007), *Επιχειρηματικότητα*, εκδόσεις Έλλην

2.9 Η σημασία της άντλησης κεφαλαίων και η χρηματοδότηση των νέων επιχειρήσεων

2.9.1 Η χρηματοδότηση των επιχειρήσεων και η πρόσβαση σε αυτή

Ο αντικειμενικός σκοπός της ίδρυσης και λειτουργίας κάθε επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση των κερδών της. Βέβαια υπάρχουν και άλλοι δευτερεύοντες στόχοι των επιχειρήσεων οι οποίοι έχουν να κάνουν με το ρόλο τους ως κοινωνικές οργανώσεις κτλ οι οποίοι όμως δεν θα αναλυθούν στα πλαίσια της παρούσας εργασίας²⁴.

Ο δομικός παράγοντας για την έναρξη μιας επιχείρησης είναι η ύπαρξη κεφαλαίου. Εφόσον ο ή οι επιχειρηματίας/ες διαθέτουν το απαραίτητο κεφάλαιο το τοποθετούν στην επιχείρηση και ξεκινούν τη λειτουργία της. Όμως εφόσον το απαραίτητο κεφάλαιο για την έναρξη δεν υπάρχει ή υπάρχει ένα μόνο μέρος αυτού, το υπόλοιπο θα πρέπει να αναζητηθεί ή στις τράπεζες ή σε διάφορους άλλους εναλλακτικούς τρόπους χρηματοδότησης οι οποίοι και θα αναλυθούν σε επόμενο κεφάλαιο.

Τα προβλήματα χρηματοδότησης που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις που βρίσκονται σε φάση εκκίνησης απαιτούν μακροπρόθεσμες λύσεις, στις οποίες θα συμμετέχει και ο δημόσιος τομέας. Τα περισσότερα κράτη έχουν προγράμματα και όργανα που αποσκοπούν στην κάλυψη του κενού χρηματοδότησης των επιχειρήσεων που βρίσκονται σε πρώιμα στάδια, το οποίο οφείλεται στους υψηλούς κινδύνους και τα υψηλά γενικά έξοδα. Οι αποτελεσματικοί μηχανισμοί υποστήριξης εκ μέρους του δημοσίου πρέπει να είναι προσαρμοσμένοι στις τοπικές συνθήκες και να είναι απλοί και ευπρόσιτοι. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μόνο χρησιμοποιώντας τοπικές τράπεζες και εταιρίες επιχειρηματικού κεφαλαίου ως ενδιάμεσους όπως συμβαίνει με τα κοινοτικά χρηματοδοτικά μέσα²⁵.

Εκτός από την ολοκλήρωση της ενιαίας αγοράς και την εξάλειψη των εμποδίων για την ανάπτυξη, οι αναπτυσσόμενες χρηματοπιστωτικές αγορές θα είναι μια ιδιαίτερη πρόκληση στις υπό ένταξη χώρες επειδή πάσχουν από χαμηλό επίπεδο επενδύσεων μετοχικού κεφαλαίου και τραπεζικής δανειοδότησης. Θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στις χώρες αυτές, δεδομένου ότι αν δεν γίνει αυτό οι χαμηλές επιδόσεις των χρηματοπιστωτικών αγορών θα παρεμποδίσουν την επιχειρηματικότητα και την

²⁴ Αθιανός Στ., (2012), Αποτίμηση και χρηματοδότηση επενδύσεων και επιχειρήσεων, εκδόσεις Γερμανός

²⁵ Χουλιάρας Β., (2001), Βασικές αρχές χρηματοδότησης επιχειρήσεων, εκδόσεις Βακάλη

ανάπτυξη.

Επομένως είναι σημαντικό να δοθεί έμφαση στη χρηματοδότηση σε πρώιμα στάδια, ιδίως στις εγγυήσεις και το μικροδανεισμό. Λόγω του κενού που εξακολουθεί να υφίσταται όσον αφορά τη χρηματοδότηση σε πρώιμα στάδια είναι απαραίτητο να συνεχίσει ο δημόσιος τομέας να συνεργάζεται με τον ιδιωτικό τομέα για να υπερνικηθεί το πρόβλημα αυτό. Τα μέσα εγγυήσεων που είναι ευπρόσιτα στο ευρύ κοινό, τα οποία καταμερίζουν τον κίνδυνο μεταξύ του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα αντιμετωπίζουν αποτελεσματικά τις δυσκολίες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων όσον αφορά τη λήψη τραπεζικών δανείων. Ο μικροδανεισμός μπορεί να προσφέρει στις εκκινήσεις επιχειρήσεων μια αποφασιστικής σημασίας βοήθεια και οι εγγυήσεις δανείων θα πρέπει να χρησιμοποιούνται αποτελεσματικά για την προώθηση τέτοιων δανείων. Η χρήση εθνικών ενδιάμεσων χρηματοπιστωτικών εθνικών προγραμμάτων καθιστά δυνατή την αναπροσαρμογή των χρηματοδοτικών μέσων στις διαφορετικές συνθήκες χρηματοδότησης παρέχοντας συμπληρωματική μόχλευση σε προγράμματα που στοχεύουν στο κενό χρηματοδότησης όσον αφορά τη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων σε πρώιμα στάδια²⁶.

Συνοψίζοντας, είναι σημαντικό να τονιστεί ότι οι επιχειρήσεις και ειδικότερα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της Ελληνικής αλλά και της Ευρωπαϊκής οικονομίας. Το γεγονός αυτό έχει γίνει πλήρως αντιληπτό στους κόλπους της Ευρωπαϊκής Ένωσης και δίδεται μεγάλη σημασία στην στήριξη των επιχειρήσεων δεδομένου ότι η δημιουργία μιας ανταγωνιστικότερης Ευρωπαϊκής οικονομίας να στηρίζεται στην ανταγωνιστικότητα και την ενίσχυση τους.

Αντίστοιχα και το Ελληνικό κράτος υιοθετώντας την πιο πάνω άποψη και προκειμένου να διατηρηθούν υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης και μεγέθυνσης της οικονομίας, θέσπισε συγκεκριμένα μέτρα προκειμένου οι επιχειρήσεις²⁷:

- να μπουν σε μια πλήρη κατεύθυνση ανάπτυξης σε κάθε περιφέρεια της χώρας και σε όλους τους κλάδους
- να βοηθηθούν να υπερβούν τα προβλήματα που υπάρχουν σήμερα στην αγορά και στην οικονομία

²⁶ Αθιανός Στ., (2012), Αποτίμηση και χρηματοδότηση επενδύσεων και επιχειρήσεων, εκδόσεις Γερμανός

²⁷ Χουλιάρας Β., (2001), Βασικές αρχές χρηματοδότησης επιχειρήσεων, εκδόσεις Βακάλη

- να ενισχυθούν και βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητα τους χρησιμοποιώντας τεχνολογία, τη γνώση και την καινοτομία
- να παρέχουν ποιοτικά προϊόντα και υπηρεσίες
- να δημιουργήσουν νέες θέσεις εργασίας

2.9.2 Άντληση κεφαλαίων με μετοχές και άλλα χρηματοοικονομικά προϊόντα

Οι προνομιούχες μετοχές είναι ένας εναλλακτικός τρόπος ανάμεσα σε σταθερού και κυμαινομένου εισοδήματος χρεογράφου. Υπάρχουν δύο τύποι προνομιούχων μετοχών. Το ένα είναι το σωρευτικό δικαίωμα, στο οποίο δίνονται μερίσματα μόνο σε μετόχους που έχουν τις προνομιακές μετοχές, ανεξαρτήτως υπάρξεως κερδών, και το μη σωρευτικό δικαίωμα όπου δίνονται, προνομιακά, μετοχές πρόκα στους επενδυτές που έχουν τις προνομιούχες μετοχές²⁸.

Αντίθετα, οι κοινές μετοχές συνδέονται άμεσα με τα κέρδη της εταιρείας. Παρατηρείται, βέβαια, μερικές φορές και το φαινόμενο, οι μέτοχοι να μη λαμβάνουν μερίσμα με σκοπό τα αδιανέμητα αυτά κέρδη να παραμείνουν στην επιχείρηση με την μορφή αποθεματικών και τα αποθεματικά αυτά να επενδυθούν μελλοντικά σε προσοδοφόρες επενδύσεις.

Οι επενδύσεις που έχουν ήδη περιγράψει αποτελούν εξατομικευμένα / συγκεκριμένα αξιόγραφα. Μερικές φορές όμως είναι προτιμότερο να επενδύσουμε σε ένα συνδυασμό από τα παραπάνω, αντί σ' ένα συγκεκριμένο από τα παραπάνω αξιόγραφα. Άλλωστε πάλι μπορεί να μην έχουμε τα απαραίτητα χρήματα να επενδύσουμε σ' αυτά τα χαρτοφυλάκια. Σ' αυτή την περίπτωση μπορούμε να επιλέξουμε να επενδύσουμε σε αμοιβαία κεφάλαια. Όταν επενδύουμε σε τέτοιους οργανισμούς, στην πραγματικότητα αγοράζουμε ένα κομμάτι του χαρτοφυλακίου τους²⁹.

Τέλος, τα παράγωγα προϊόντα αποτελούν έναν καινοτόμο και εναλλακτικό τρόπο διαχείρισης του κινδύνου των επενδύσεων. Τα Pull και Call options είναι παραδείγματα της δευτερογενούς αγοράς. Δεν εκδίδονται από εταιρείες. Εάν πουληθεί ένα call option

²⁸ Φίλιπας Ν., (1999), Επενδύσεις, εκδόσεις Πανεπιστημιακό

²⁹ Αγγελόπουλος Π., (2011), Εισαγωγή στα παράγωγα χρηματοοικονομικά προϊόντα, εκδόσεις Σταμούλης

δίνεται το δικαίωμα σε ένα επενδυτή να αγοράσει μια μετοχή σε συγκεκριμένη τιμή. Στην περίπτωση αυτή ο πωλητής λαμβάνει χρήματα, ενώ, αντιθέτως εάν αγοραστεί ένα call option δίνεται το δικαίωμα στον επενδυτή να αγοράσει μια μετοχή.

2.9.3 Απλές μορφές χρηματοδότησης των επιχειρήσεων

2.9.3.1 Η συμμετοχή των επιχειρηματιών με ίδια κεφάλαια

Είναι γεγονός ότι η επενδυτική δραστηριότητα απαιτεί την ύπαρξη σημαντικών κεφαλαίων προκειμένου να εξασφαλίζεται η έγκαιρη ολοκλήρωση των επενδύσεων. Μάλιστα αξιόλογη σημασία έχουν τα κεφάλαια που ο φορέας εισφέρει για την υποστήριξη της επένδυσης, δεδομένου ότι αυτά συμβάλλουν όχι μόνο στην ολοκλήρωση της επένδυσης αλλά και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς της. Επίσης, η καταβολή ιδίων κεφαλαίων εκ μέρους των φορέων της επένδυσης, σηματοδοτεί και την εμπιστοσύνη των άμεσα ενδιαφερόμενων στην επένδυση αυτή, ώστε να προσελκύσει και το ενδιαφέρον και άλλων φορέων για την χρηματοδότησή της π.χ. το κράτος (με κρατικές ενισχύσεις) ή τους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς (π.χ. τράπεζες) ή τρίτους ιδιώτες επενδυτές.

Είναι κατανοητό, ότι στις μη εισηγμένες εταιρίες στο χρηματιστήριο αναφερόμαστε ουσιαστικά σε καταβολή μετρητών εκ μέρους των υφισταμένων μετόχων ή νέων επενδυτών - μετόχων, ενώ αν πρόκειται για εισηγμένη στο χρηματιστήριο εταιρία υπάρχει η δυνατότητα για άντληση κεφαλαίων από το επενδυτικό κοινό με τις προβλεπόμενες από το νόμο διαδικασίες³⁰.

Το μετοχικό κεφάλαιο μιας εταιρίας, κατά τη σύστασή της, είναι ουσιαστικά τα ίδια κεφάλαια ενώ αργότερα, ύστερα από την έναρξη της λειτουργίας μιας επιχείρησης, το μετοχικό κεφάλαιο αποτελείται από τα ποσά που εισέφεραν οι ιδρυτές κατά τη σύσταση της εταιρείας από τυχόν μεταγενέστερες αυξήσεις του αρχικού μετοχικού κεφαλαίου με μετρητά και από κεφαλαιοποίηση αποθεματικών για ανακεφαλαίωση της αξίας των περιουσιακών στοιχείων της εταιρείας ή υποχρεώσεων της προς άλλες επιχειρήσεις ή και φορείς.

Το μετοχικό κεφάλαιο κατανέμεται σε ίσα εταιρικά μερίδια τα οποία ονομάζονται

³⁰ Χουλιάρας Β., (2001), Βασικές αρχές χρηματοδότησης επιχειρήσεων, εκδόσεις Βακάλη

μετοχές και αντιστοιχούν σε μεταβιβάσιμους τίτλους. Οι μετοχές έχουν τα ονομαζόμενα δικαιώματα τα κυριότερα των οποίων είναι το δικαίωμα της ψήφου, το δικαίωμα προτίμησης, το δικαίωμα συμμετοχής στην κερδοφορία καθώς και στο προϊόν της εκκαθάρισης της εταιρείας.

Η διαδικασία αύξησης του μετοχικού κεφαλαίου αρχίζει μετά την σχετική απόφαση της Γενικής Συνέλευσης της εταιρείας, που καθορίζει τους όρους της έκδοσης και ειδικότερα την τιμή έκδοσης των μετοχών, τον αριθμό των υπό έκδοση μετοχών, τον αριθμό των δικαιωμάτων προτίμησης που απαιτούνται για την απόκτηση μιας μετοχής, κλπ.

Η επιχείρηση λοιπόν που χρηματοδοτεί μια επένδυσή της που αφορά νέα μονάδα ή επέκταση των εγκαταστάσεων της ή αγορά μηχανημάτων, θα πρέπει να κάνει χρήση των λεγομένων μακροπρόθεσμων κεφαλαίων, δεδομένου ότι τυχόν χρήση βραχυπρόθεσμων κεφαλαίων μπορεί να διαταράξει την χρηματοοικονομική της κατάσταση. Επίσης, με τη χρήση βραχυπρόθεσμων δανείων διατρέχει σοβαρούς κινδύνους. Ένας απ' αυτούς είναι ότι η διαρκής ανανέωση των βραχυπρόθεσμων δανείων, και μάλιστα με ίδιους όρους δεν είναι πάντα δυνατή. Ο βραχυπρόθεσμος δανεισμός εξαρτάται από το γενικό οικονομικό περιβάλλον και τις συνθήκες που επικρατούν κάθε φορά, την πορεία των λειτουργιών της επιχείρησης και αρκετούς άλλους εσωγενείς και εξωγενείς παράγοντες³¹.

2.10 Τα είδη του τραπεζικού δανεισμού προς τις επιχειρήσεις

Ο τραπεζικός δανεισμός είναι η πλέον συνηθισμένη λύση χρηματοδότησης για κάθε επιχείρηση. Υπάρχουν διάφοροι τύποι επιχειρηματικών δανείων οι σημαντικότεροι από τους οποίους είναι οι εξής³²:

1. Δάνεια γραμμής πίστωσης

Ένα δάνειο γραμμικής πίστωσης είναι ένα βραχυπρόθεσμο δάνειο που επεκτείνει τα διαθέσιμα μετρητά στο λογαριασμό ελέγχου της επιχείρησής στο ανώτατο όριο της σύμβασης δανείου. Κάθε τράπεζα έχει τη δική της μέθοδο χρηματοδότησης, αλλά

³¹ Χουλιάρας Β., (2001), Βασικές αρχές χρηματοδότησης επιχειρήσεων, εκδόσεις Βακάλη

³² Αγγελόπουλος Π., (2010), Τράπεζες και χρηματοπιστωτικό σύστημα, εκδόσεις Σταμούλης

ουσιαστικά ένα ποσό μεταφέρεται στο λογαριασμό ελέγχου της επιχείρησης για να καλύψει τους ελέγχους. Η επιχείρηση καταβάλλει τόκους επί του πραγματικού ποσού που έχει προχωρήσει, από τη στιγμή που έχει προχωρήσει μέχρι να επιστραφεί.

Τα δάνεια γραμμής δανείου συνήθως φέρουν το χαμηλότερο επιτόκιο που προσφέρει μια τράπεζα, δεδομένου ότι θεωρείται αρκετά χαμηλός κίνδυνος. Ορισμένες τράπεζες περιλαμβάνουν ακόμη μια ρήτρα που τους δίνει το δικαίωμα να ακυρώσουν το δάνειο εάν πιστεύουν ότι η επιχείρησή σας κινδυνεύει. Οι πληρωμές τόκων γίνονται μηνιαίως και ο κύριος υπόχρεος πληρώνεται στην υπηρεσία σας, αν και είναι καλό να κάνετε πληρωμές στον κύριο υπόχρεο συχνά.

Τα περισσότερα δάνεια γραμμής πίστωσης γράφονται για περιόδους ενός έτους και μπορούν να ανανεώνονται σχεδόν αυτόματα για ετήσια αμοιβή. Ορισμένες τράπεζες απαιτούν την πλήρη πληρωμή της πιστωτικής σας γραμμής για επτά έως 30 ημέρες ανά έτος σύμβασης. Για να διαπραγματευτείτε μια πιστωτική γραμμή, ο τραπεζίτης σας θα θέλει να δει τις τρέχουσες οικονομικές καταστάσεις, τις τελευταίες φορολογικές δηλώσεις και μια προβλεπόμενη κατάσταση ταμειακών ροών.

2. Δάνεια με δόσεις

Η διάρκεια ενός δανείου δόσης θα είναι πάντα συσχετισμένη με τη χρήση του. Ένα δάνειο επιχειρηματικού κύκλου μπορεί να γραφτεί ως δάνειο δόσης τεσσάρων μηνών από την 1η Σεπτεμβρίου μέχρι τις 31 Δεκεμβρίου και θα φέρει το χαμηλό επιτόκιο, εφόσον ο κίνδυνος για τον δανειστή είναι κάτω από ένα έτος. Τα δάνεια επιχειρηματικού κύκλου μπορούν να συνταχθούν από ένα έως επτά χρόνια, ενώ τα δάνεια για ακίνητα και ανακαίνιση μπορούν να γραφούν για διάστημα έως 21 ετών. Ένα δάνειο δόσης περιγράφεται περιστασιακά με τριμηνιαίες, εξαμηνιαίες ή ετήσιες πληρωμές όταν οι μηνιαίες πληρωμές είναι ακατάλληλες.

3. Πιστωτική επιστολή

Συνήθως χρησιμοποιείται στο διεθνές εμπόριο, το έγγραφο αυτό επιτρέπει στους επιχειρηματίες να εγγυώνται πληρωμές σε προμηθευτές σε άλλες χώρες. Το έγγραφο αντικαθιστά την πίστωση της τράπεζας για τον επιχειρηματία μέχρι ένα καθορισμένο ποσό για ένα καθορισμένο χρονικό διάστημα³³.

4. Άλλα δάνεια

³³ Αγγελόπουλος Π., (2010), Τράπεζες και χρηματοπιστωτικό σύστημα, εκδόσεις Σταμούλης

Τα μακροπρόθεσμα δάνεια, βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα, ανάλογα με τον αριθμό των ετών για τα οποία έχουν συνταχθεί. Δεύτερα στεγαστικά δάνεια που χρησιμοποιούνται για την εξασφάλιση δανείου συνήθως μακροπρόθεσμα, είναι επίσης γνωστά ως δάνεια μετοχικού κεφαλαίου. Δάνεια αποθέματος και δάνεια εξοπλισμού για την αγορά και εξασφαλίζονται είτε από εξοπλισμό είτε από απογραφή. Λογαριασμοί εισπρακτέα δάνεια που εξασφαλίζονται από τους εκκρεμούς λογαριασμούς σας. Προσωπικά δάνεια όπου η υπογραφή και η προσωπική σας ασφάλεια εγγυώνται το δάνειο, το οποίο, με τη σειρά του, δανείζετε στην επιχείρησή σας. Εγγυημένα δάνεια στα οποία ένας τρίτος επενδυτής, σύζυγος εγγυάται την εξόφληση. Εμπορικά δάνεια στα οποία η τράπεζα προσφέρει το τυποποιημένο δάνειο της για μικρές επιχειρήσεις.

Συμπεράσματα

Στο παρόν κεφάλαιο, παρουσιάστηκε ο εννοιολογικός προσδιορισμός της επιχειρηματικότητας, και ο ρόλος του επιχειρηματία. Η επιχειρηματικότητα συνίσταται σε μία ολοκληρωμένη και δυναμική διαδικασία, κατά την οποία ο επιχειρηματίας αναγνωρίζει τις ευκαιρίες στο επιχειρηματικό περιβάλλον, που μπορούν να τους αποφέρουν κέρδος. Σύμφωνα με τον Schumpeter, η επιχειρηματικότητα επιτυγχάνεται όταν ο επιχειρηματίας δραστηριοποιείται στις εξής καινοτομικές ενέργειες που του δίνουν την ευκαιρία της εκμετάλλευσης των ευκαιριών κέρδους. Συμπερασματικά, αναλύθηκαν οι σύγχρονες τάσεις και τα χαρακτηριστικά που θα πρέπει να έχει ο επιχειρηματίας και εντοπίστηκαν οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα. Καθώς η επιχειρηματικότητα, όπως είδαμε, είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την οικονομική ανάπτυξη, αποτελεί μια σημαντική συνιστώσα για το πρόβλημα της ανεργίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3º: Η ΑΝΕΡΓΙΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΩΣ ΚΙΝΗΤΡΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΛΗΨΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΗΣ

Εισαγωγή

Σκοπός του τρίτου κεφαλαίου είναι η μελέτη της έννοιας της ανεργίας των νέων και η συσχέτιση της με την ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών από νέους ως διέξοδος από την ανεργία.

Η ανεργία των νέων θεωρείται ευρέως ως ένα σημαντικό ζήτημα πολιτικής για πολλές χώρες, ανεξάρτητα από το στάδιο ανάπτυξής τους. Ο όρος «νεολαία» καλύπτει άτομα ηλικίας 15 έως 24 ετών ενώ συχνά αναφέρεται σε άτομα ηλικίας 25 ετών έως και 29.

3.1 Η ανεργία των νέων

Οι νέοι άνδρες και οι γυναίκες αντιμετωπίζουν σήμερα αυξανόμενη αβεβαιότητα καθώς λόγω της πρόσφατης οικονομικής κρίσης αλλά και της τρέχουσας πανδημίας, έχουν μικρότερες ελπίδες συγκριτικά με το παρελθόν για είσοδο στην αγορά εργασίας σε μια θέση που να ταιριάζει με τις επιθυμίες αλλά και τα προσόντα τους.

Η αβεβαιότητα και η απογοήτευση μπορεί, με τη σειρά της, να έχει καταστροφικές συνέπειες και επιπτώσεις στην οικονομία και στην κοινωνία. Έτσι λοιπόν, οι άνεργοι είτε οι υποαπασχολούμενοι νέοι είναι λιγότερο ικανοί στο να συμβάλλουν αποτελεσματικά στην εθνική ανάπτυξη και έχουν λιγότερες ευκαιρίες άσκησης δικαιωμάτων ως πολίτες στην ασφάλιση, στη συνταξιοδότηση και γενικότερα στην

διαβίωση τους. Έχουν λιγότερα χρήματα να ξοδέψουν ως καταναλωτές, λιγότερα να επενδύουν ως αποταμιευτές και συχνά δεν έχουν «φωνή» για να επιφέρουν αλλαγές στη δική τους ζωή και στην κοινωνία³⁴.

Σε ορισμένες περιπτώσεις, αυτό οδηγεί σε κοινωνική αναταραχή και απόρριψη του υφιστάμενου κοινωνικοοικονομικού σύστημα από νέους ανθρώπους οι οποίοι νοιώθουν αηδιασμένοι από την κατάσταση αυτή η οποία τους κρατάει άνεργους. Επίσης, είναι δεδομένο ότι η μεγάλη ανεργία των νέων και η υποαπασχόληση αποτρέπει επίσης τις εταιρείες οι οποίες επενδύουν στην καινοτομία και την ανάπτυξη, καθώς και στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που βασίζεται στον ανθρώπινο παράγοντα, υπονομεύοντας έτσι το μέλλον και τις προοπτικές της χώρας.

Έτσι λοιπόν, αντιλαμβανόμενοι το κόστος του προβλήματος αυτού, πολλές κυβερνήσεις σε όλο τον κόσμο δίνουν προτεραιότητα στο ζήτημα της ανεργίας των νέων και την προσπάθεια ανάπτυξης κατάλληλων πολιτικών και προγραμμάτων.

Σε μια χώρα, όπου το ποσοστό ανεργίας των νέων είναι υψηλό και ο λόγος του ποσοστό ανεργίας των νέων προς στους ενήλικες είναι κοντά στο ένα, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι το πρόβλημα της ανεργίας δεν αφορά ειδικά τη νεολαία, αλλά είναι γενικότερο στη χώρα.

Ωστόσο, τα ποσοστά ανεργίας των νέων είναι συνήθως υψηλότερα από αυτά των ενηλίκων με αναλογία ανεργίας μεταξύ νέων και ενηλίκων ποσοστά που υπερβαίνουν ένα. Υπάρχουν διάφοροι λόγοι για τους οποίους τα ποσοστά ανεργίας των νέων είναι συχνά υψηλότερα από τα ποσοστά ανεργίας των ενηλίκων και όλοι αυτοί οι λόγοι δεν είναι κατ' ανάγκη αρνητικοί³⁵.

Για παράδειγμα, αρκετοί νέοι ενδέχεται να συμμετέχουν εθελοντικά σε κάποιες εργασίες προκειμένου να αποκτήσουν την απαιτούμενη εμπειρία και να προετοιμαστούν ώστε να κερδίσουν μια καλύτερη θέση εργασίας στο άμεσο μέλλον. Επιπλέον, λόγω των διακοπών των πανεπιστημιακών και τεχνολογικών ιδρυμάτων τους καλοκαιρινούς μήνες, οι νέοι φοιτητές είναι πολύ πιο πιθανό να μην εργάζονται και τα υψηλά ποσοστά ανεργίας να σχετίζονται και με αυτό.

Ωστόσο, τα υψηλά ποσοστά ανεργίας των νέων είναι επίσης οι συνέπειες μιας αγοράς εργασίας η οποία συνεχίζει να είναι αρνητικά προκατειλημμένη έναντι των νέων. Για

³⁴ Thern E., (2017), Long-term effects of youth unemployment on mental health: does an economic crisis make a difference?, Bmj

³⁵ Loriga S., (2017), Combining official and Google Trends data to forecast the Italian youth unemployment rate, Elsevier

παράδειγμα, οι εργοδότες τείνουν να απολύουν πρώτα τους νέους εργαζόμενους επειδή το κόστος αποζημίωσης αυτών είναι χαμηλότερο από το κόστος απόλυσης ενός εργαζόμενου με περισσότερα χρόνια προϋπηρεσίας. Τέλος, ένα ακόμη ζήτημα που επηρεάζει την ανεργία, είναι η εργασιακή προϋπηρεσία, η οποία θεωρείται απαραίτητη

3.2 Τα εμπόδια της απασχόλησης των νέων και μέτρα ανάσχεσης αυτών

Υπάρχουν εμπόδια στην απασχόληση τόσο από πλευράς ζήτησης όσο και από πλευράς προσφοράς. Ένα χαμηλό επίπεδο ζήτησης από εταιρείες για νέους είναι πιθανό να είναι το αποτέλεσμα της αδύναμης συνολικής ζήτησης εργασίας (π.χ. ως αποτέλεσμα της ύφεσης), διακριτική συμπεριφορά του εργοδότη και θεσμικές ρυθμίσεις (π.χ. ελάχιστοι μισθοί)³⁶.

Οι αιτίες των φραγμών απασχόλησης από την πλευρά της προσφοράς σχετίζονται με τα χαρακτηριστικά των ίδιων των νέων ή / και αποτέλεσμα από αδυναμίες της αγοράς και θεσμικές ρυθμίσεις (π.χ. σε σχέση με το εκπαιδευτικό σύστημα και ο αντίκτυπός του στη μετάβαση από το σχολείο στην εργασία). Παρακάτω παρατίθενται παράγοντες που οδηγούν σε εμπόδια στην απασχόληση.

1. Παράγοντες από πλευράς ζήτησης που οδηγούν σε εμπόδια στην απασχόληση

- Η ασθενής συνολική ζήτηση εργασίας προκύπτει από μειωμένο επίπεδο ζήτησης στην αγορά προϊόντων σε περιόδους ύφεσης και σε περίπτωση που η οικονομική ανάκαμψη είναι αργή ή δεν προκαλεί αύξηση της απασχόλησης.
- Η έλλειψη πληροφοριών και διαφάνειας οδηγεί σε λανθασμένες αξιολογήσεις σχετικά με την παραγωγικότητα του εργαζομένου και την αντίληψή του για την παραγωγικότητά του. Ο εργοδότης δεν διαθέτει πληροφορίες σχετικά με τις δεξιότητες των νέων, ιδίως όταν οι τελευταίοι δεν έχουν σχετική εργασιακή εμπειρία.
- Οι διακρίσεις και οι προκαταλήψεις από την πλευρά των εργοδοτών (συμπεριλαμβανομένης της έλλειψης εμπιστοσύνης) περιορίζουν την πρόσβαση των νέων ατόμων σε θέσεις εργασίας.
- Σε πολλές χώρες υπάρχουν ελάχιστοι μισθοί που εμποδίζουν τη μείωση των μισθών κάτω από αυτό το επίπεδο.

³⁶ Haas A., (2017), Youth unemployment and the transition from school to work in Germany and Greece, Taylor and Francis

Οι συλλογικές συμβάσεις μπορούν επίσης να ορίσουν τα επίπεδα των μισθών που οι εργοδότες θεωρούν ότι υπερβαίνουν την παραγωγικότητα των νέων, καθώς οι τελευταίοι δεν διαθέτουν επαγγελματική εμπειρία.

2. Παράγοντες από πλευράς προσφοράς που οδηγούν σε εμπόδια στην απασχόληση

- Οι νέοι με χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης έχουν μεγαλύτερο κίνδυνο να είναι άνεργοι και υψηλότερο κίνδυνο για ασταθή επαγγελματική σταδιοδρομία (όπως και άτομα από άλλες ηλικιακές ομάδες με χαμηλά επίπεδα εκπαίδευσης).
- Υπάρχουν ενδείξεις ότι η διάρκεια της μετάβασης από την εκπαίδευση και την κατάρτιση και την αγορά εργασίας είναι περισσότερο για άτομα με χαμηλή εξειδίκευση από ό, τι για άτομα με υψηλή ειδίκευση, όπως μετράται από τον αριθμό ετών εργασίας κατά την πενταετή περίοδο μετά την έξοδο από το σχολείο, την εκπαίδευση ή την κατάρτιση.
- Οι νέοι μπορεί να έχουν αποκτήσει προσόντα και δεξιότητες που δεν απαιτούνται για την (τοπική) αγορά εργασίας.
- Οι νέοι ενδέχεται να αντιμετωπίσουν ζητήματα που δεν σχετίζονται με την αγορά εργασίας που μειώνουν την απασχολησιμότητά τους³⁷
- Οι νέοι ενδέχεται να συσσωρεύσουν πολλαπλά μειονεκτήματα και εμπόδια στην απασχόληση.

Ως αποτέλεσμα των εμποδίων στην απασχόληση, οι νέοι μπορούν να γίνουν άνεργοι ή να αποθαρρυνθούν εντελώς. Υπάρχει επίσης ο κίνδυνος να αναλάβουν οι νέοι θέσεις εργασίας στον τομέα των χαμηλών μισθών ή γενικότερα θέσεις εργασίας μη κατάλληλες για αυτούς. Αυτό είναι αναποτελεσματικό για το άτομο και την κοινωνία στο σύνολό της, καθώς οι αποδόσεις των επενδύσεων στην εκπαίδευση δεν υλοποιούνται. Η μεταβατική περίοδος μεταξύ της εκπαίδευσης και κατάρτισης και της σταθερής απασχόλησης είναι αρκετά μεγάλη σε ορισμένες χώρες και φάσεις της απασχόλησης και της ανεργίας εναλλάσσονται κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου. Έτσι το υψηλότερο ποσοστό ανεργίας των νέων σε σύγκριση με τους ενήλικες συνδέεται σε κάποιο βαθμό με τη διαδικασία αντιστοίχισης.

Καθώς οι άνθρωποι μεγαλώνουν και έχουν ήδη αλλάξει πολλές φορές δουλειές, η αντιστοίχιση βελτιώνεται σε πολλές περιπτώσεις. Υπάρχει, ωστόσο, ο κίνδυνος τα

³⁷ Haas A., (2017), Youth unemployment and the transition from school to work in Germany and Greece, Taylor and Francis

προσόντα που αποκτήθηκαν από την τριτοβάθμια εκπαίδευση να υποτιμώνται εάν οι νέοι εκτελούν εργασίες που είναι πολύ χαμηλότερες από τις δυνατότητές τους για πολύ μεγάλο χρονικό διάστημα. Τα κίνητρα απασχόλησης μπορούν να χρησιμεύσουν για την αύξηση της αποτελεσματικότητας της διαδικασίας αντιστοίχισης.

Η μερική απασχόληση παίζει σημαντικό ρόλο μεταξύ των νέων, καθώς ορισμένοι νέοι συνδυάζουν σπουδές και εργασία. Ωστόσο, η μερική απασχόληση μπορεί επίσης να είναι ακούσια και να αντικατοπτρίζει έτσι δυσκολίες των νέων να βρουν θέση πλήρους απασχόλησης μετά την ολοκλήρωση των σπουδών τους.

Τα μέτρα απασχόλησης πρέπει να αντιμετωπίσουν αυτούς τους διαφορετικούς τύπους απασχόλησης και προσφοράς που σχετίζονται με τα εμπόδια στην προσφορά. Τα διάφορα μέτρα απασχόλησης στοχεύουν κυρίως:

- Στη δημιουργία πρόσθετης απασχόλησης³⁸.
- Στην ενίσχυση της απασχόλησης των νέων. Τα μέτρα απασχόλησης μπορούν να σχεδιαστούν με τέτοιο τρόπο ώστε να αντιπροσωπεύουν μια περίπτωση «θετικής διάκρισης». Η καθαρή απασχόληση μπορεί να δημιουργηθεί βραχυπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα. Θεωρείται ότι άλλες ομάδες μπορούν να βρουν απασχόληση εύκολα, κάτι που θα δικαιολογούσε θετικές διακρίσεις υπέρ των νέων.

3.3 Η ανεργία των νέων ως κίνητρο για την ανάληψη επιχειρηματικής δράσης

Σήμερα, αρκετά είναι τα επιτυχημένα παραδείγματα νέων ανθρώπων στη χώρα μας οι οποίοι μέσα στην κρίση πήραν το ρίσκο είτε μόνοι τους είτε ως εταίροι να ξεκινήσουν μια επιχειρηματική προσπάθεια και τα κατάφεραν.

Το εμπόριο, η παροχή υπηρεσιών, οι νέες τεχνολογίες, οι start ups, η αγροτική παραγωγή και ο πρωτογενής τομέας, ο τουρισμός και ο ξενοδοχειακός κλάδος αποτελούν πεδίο δράσης και ανάληψης επιχειρηματικής δράσης για κάθε νέο επιχειρηματία³⁹.

³⁸ Haas A., (2019), *Fear-of-failure and cultural persistence in youth entrepreneurship: Comparative analysis: Greece versus Germany*, Taylor and Francis

³⁹ Κιουρκιολίς Α (2018), *Youth heteropolitics in crisis-ridden Greece*, Springer

3.3.1 Η χρηματοδότηση των νέων επιχειρήσεων

Υποθέτουμε λοιπόν ότι ένας νέος ο οποίος είναι άνεργος αποφασίζει να συνεργαστεί με έναν συμφοιτητή του και να ξεκινήσουν μια νέα επιχείρηση, για παράδειγμα μια εταιρεία τυποποίησης και εμφιάλωσης ελαιόλαδου με στόχο να χρησιμοποιήσουν τις γνώσεις που έχουν στα οικονομικά και στη διοίκηση και να εξάγουν ελληνικό ελαιόλαδο στις αγορές του εξωτερικού. Το κύριο ζήτημα προκειμένου η ιδέα τους αυτή να μετατραπεί σε πράξη είναι να βρουν την απαιτούμενη χρηματοδότηση, δηλαδή το απαραίτητο κεφάλαιο κίνησης ώστε να ξεκινήσουν την επιχείρησή τους.

ΟΑΕΔ

Μια λύση για την εύρεση χρηματοδότησης είναι μέσω των προγραμμάτων για νέους επιχειρηματίες που εκπονεί κατά καιρούς ο ΟΑΕΔ. Για παράδειγμα σήμερα ο ΟΑΕΔ χρηματοδοτεί νέους άνεργους προκειμένου να ξεκινήσουν την ίδρυση επιχείρησης μέσω της δράσης «Πρόγραμμα επιχορήγησης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών απασχόλησης νέων ελεύθερων επαγγελματιών ηλικίας 18 έως 29 ετών με έμφαση στις γυναίκες». Το πρόγραμμα αυτό στοχεύει στην προώθηση στην απασχόληση 2.900 ανέργων ηλικίας 18 έως 29 ετών με έμφαση στις γυναίκες, μέσω της ενίσχυσής τους για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων.

ΕΣΠΑ

Επίσης ένας τρόπος χρηματοδότησης για την έναρξη μιας νέας επιχείρησης γίνεται και μέσω των προγραμμάτων του ΕΣΠΑ.

Η Δράση « Νεοφυής Επιχειρηματικότητα » αφορά στην ίδρυση νέων μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων από άνεργους και από ελεύθερους επαγγελματίες παροχής υπηρεσιών που δεν έχουν σχέση μισθωτής εργασίας⁴⁰.

Ενισχύονται:

(α) άνεργοι

(β) φυσικά πρόσωπα που ασκούν επαγγελματική δραστηριότητα ή ενώσεις αυτών, προκειμένου να ιδρύσουν νέα επιχείρηση. Οι δυνητικοί δικαιούχοι της Δράσης κατηγοριοποιούνται σύμφωνα με τα παρακάτω:

⁴⁰ www.espa.gr

Κατηγορία Δικαιούχων Α: Άνεργοι εγγεγραμμένοι στα μητρώα ανέργων του ΟΑΕΔ κατά την υποβολή της αίτησης και κατά την ημερομηνία έναρξης της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας οι οποίοι δεν θα αποκτήσουν σχέση μισθωτής εργασίας καθ' όλη τη διάρκεια υλοποίησης του επιχειρηματικού σχεδίου.

Κατηγορία Δικαιούχων Β:

Ατομικοί επιχειρηματίες παροχής υπηρεσιών οι οποίοι είναι ενεργοί επιτηδευματίες χωρίς να έχουν σχέση μισθωτής εργασίας και χωρίς να λαμβάνουν σύνταξη γήρατος κατά την ημερομηνία δημοσίευσης της πρόσκλησης και καθ' όλη τη διάρκεια υλοποίησης του επιχειρηματικού σχεδίου. Δεν είναι επιλέξιμοι οι ατομικοί επιχειρηματίες που ασκούν εμπορική δραστηριότητα. Για τους σκοπούς της παρούσας δράσης και στις περιπτώσεις ατομικών επιχειρηματιών με μικτή δραστηριότητα δεν θεωρείται ότι ασκείται εμπορική δραστηριότητα εφόσον τα δηλούμενα εξ' αυτής ακαθάριστα έσοδα αντιπροσωπεύουν έως και το 25% των συνολικών ακαθάριστων εσόδων από επιχειρηματική δραστηριότητα.

Να μην έχουν ενταχθεί σε συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα με την ιδιότητα του ατομικού επιχειρηματία / επιτηδευματία ή του εταίρου, σε επιχορηγούμενη εταιρεία από την 01/01/2012 μέχρι και την ημερομηνία υποβολής της αίτησης χρηματοδότησης, πλην προγραμμάτων κατάρτισης.

Δεν είναι επιλέξιμοι οι ατομικοί επιχειρηματίες που ασκούν εμπορική δραστηριότητα. Δεν θεωρείται ότι ασκείται εμπορική δραστηριότητα εφόσον το δηλούμενο εξ' αυτής εισόδημα αντιπροσωπεύει έως και το 25% του συνολικώς δηλωθέντος εισοδήματος.

Συνεργασίες μεταξύ των δικαιούχων των δύο κατηγοριών επιτρέπονται προκειμένου να ιδρύσουν νέα επιχείρηση.

Οι δικαιούχοι θα πρέπει να έχουν κάνει έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας στο διάστημα από την ημερομηνία ηλεκτρονικής υποβολής έως και την καταληκτική ημερομηνία προσκόμισης των δικαιολογητικών έναρξης⁴¹.

Επιλέξιμες εταιρικές μορφές είναι οι εξής: Ατομική επιχείρηση (αφορά για ανέργους μόνο), Ε.Π.Ε., Ο.Ε., Ε.Ε., Ι.Κ.Ε., Συνεταιριστική Επιχείρηση καθώς και Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση (ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ). Η Α.Ε δεν είναι επιλέξιμη εταιρική μορφή για τη δράση.

⁴¹ www.espa.gr

Ενισχυόμενες δαπάνες είναι οι εξής:

1. Λειτουργικά έξοδα (ενοίκια επαγγελματικού χώρου, δαπάνες ηλεκτρισμού, σταθερής και κινητής επαγγελματικής τηλεφωνίας, ύδρευσης, θέρμανσης, λοιπές κοινόχρηστες δαπάνες, δαπάνες φιλοξενίας σε θερμοκοιτίδες, κα.), έως 60% του προϋπολογισμού
2. Δαπάνες για αμοιβές τρίτων (νομικής, συμβουλευτικής, λογιστικής υποστήριξης, υπηρεσίες θερμοκοιτίδας, σύνταξης και παρακολούθησης επιχειρηματικού σχεδίου και επαγγελματικής κατάρτισης), έως 8% του προϋπολογισμού
3. Δαπάνες προβολής, δικτύωσης και συμμετοχής σε εκθέσεις, έως 15% του προϋπολογισμού
4. Αποσβέσεις παγίων / Χρηματοδοτική μίσθωση εξοπλισμού, έως 30% του προϋπολογισμού
5. Αγορά/Χρηματοδοτική μίσθωση εξοπλισμού/ Διαμόρφωση εσωτερικού χώρου μικρής κλίμακας έως 40% με χρήση ρήτρας ευελιξίας
6. Προμήθεια αναλωσίμων, έως 15% του προϋπολογισμού
7. Ασφαλιστικές εισφορές δικαιούχου (επιχειρηματία/εταίρων), έως 30% του προϋπολογισμού
8. Μισθολογικό κόστος για νέα/ες θέση/εις, έως 24.000€
9. Δαπάνες προετοιμασίας, υποβολής, κατοχύρωσης ή ανανέωσης για αναγνωρισμένο τίτλο βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας, έως 20% του προϋπολογισμού.

Οι επιχειρήσεις που θα επιχορηγηθούν για τον εξοπλισμό (κατηγορία 5) θα πρέπει να διατηρηθούν για τουλάχιστον τρία (3) έτη από την ολοκλήρωση του επιχειρηματικού σχεδίου.

Στο πλαίσιο του προγράμματος ενισχύονται έργα συνολικού προϋπολογισμού ύψους επένδυσης (επιχορηγούμενος π/υ) από 15.000,00€ έως 60.000,00€⁴².

Το ποσοστό ενίσχυσης των επενδυτικών προτάσεων ορίζεται σε 100% του συνολικού προϋπολογισμού της επένδυσης.

⁴² www.espa.gr

Υπάρχει δυνατότητα προκαταβολής μέχρι και το 40% της αναλογούσας Δημόσιας Δαπάνης έναντι ισόποσης εγγυητικής επιστολής, από τραπεζικό ή άλλο δημόσιο χρηματοδοτικό ίδρυμα εγκατεστημένο στην Ελλάδα.

Η διάρκεια υλοποίησης των εγκεκριμένων έργων ορίζεται σε είκοσι τέσσερις (24) μήνες από την ημερομηνία της απόφασης ένταξης του επιχειρηματικού σχεδίου.

Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης (ΕΤΕΑΝ) και Ελληνική Αναπτυξιακή Τράπεζα

Επίσης μια ακόμη μέθοδος χρηματοδότησης νέων επιχειρήσεων είναι μέσω του Εθνικού Ταμείου Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης (ΕΤΕΑΝ) και της Ελληνικής Αναπτυξιακής Τράπεζας η οποία προσφέρει χαμηλότοκα δάνεια με την εγγύηση του ελληνικού δημοσίου.

Η Ελληνική Αναπτυξιακή Τράπεζα ανήκει στον ευρύτερο χρηματοπιστωτικό χώρο με αντικείμενο τον σχεδιασμό, την υλοποίηση και διαχείριση στοχευμένων χρηματοδοτικών δράσεων με εφαρμογή σύγχρονων χρηματοοικονομικών εργαλείων που προωθούνται μέσω των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων προς τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις όλων των κλάδων της εγχώριας οικονομικής δραστηριότητας.

Το επιχειρηματικό μοντέλο του φορέα εκτείνεται:

- Στο σχεδιασμό, υλοποίηση και διαχείριση Ταμείων Χαρτοφυλακίου, δηλαδή αυτοτελών οικονομικών σχημάτων συγκεκριμένου σκοπού και χρονοδιαγράμματος υλοποίησης.
- Στην ανάπτυξη και διαχείριση Ταμείων/Προγραμμάτων Δανειοδοτήσεων εντός ή εκτός οντότητας- ομπρέλας Ταμείου Χαρτοφυλακίου
- Στην ανάπτυξη και διαχείριση Ταμείων/Προγραμμάτων Εγγυήσεων εντός ή εκτός οντότητας-ομπρέλας Ταμείου Χαρτοφυλακίου
- Στον συνδυασμό των παραπάνω

Σήμερα η Ελληνική Αναπτυξιακή Τράπεζα⁴³ διαχειρίζεται τα ακόλουθα Ταμεία Χαρτοφυλακίου, τα οποία συγχρηματοδοτούνται από την Ευρωπαϊκή Ένωση και λειτουργούν ως ανεξάρτητες διοικητικά χρηματοδοτικές μονάδες:

- το Ταμείο Επιχειρηματικότητας Ι (Ταμείο Δανειοδοτήσεων και Ταμείο Εγγυήσεων)

⁴³ <https://hdb.gr/>

- το Ταμείο Επιχειρηματικότητας II
- το Ταμείο Εξοικονομώ κατ' οίκον I (Ταμείο Δανειοδοτήσεων)
- το Ταμείο Εξοικονομώ κατ' οίκον II
- το Ταμείο Εγγυοδοσίας COVID-19

Η Ελληνική Αναπτυξιακή Τράπεζα, ως ειδικός χρηματοπιστωτικός οργανισμός υπόκειται στην εποπτεία της Τραπεζικής Ελλάδος επί θεμάτων παροχής χρηματοδότησης μέσω πιστώσεων ή εγγυήσεων από την Εταιρεία με χρήση ιδίων κεφαλαίων.

Business angels

Άλλη μια εναλλακτική μέθοδος χρηματοδότησης είναι μέσω των επιχειρηματικών «αγγέλων», business angels. Οι business angel είναι συνήθως άτομα που έχουν αποκτήσει καθεστώς «διαπιστευμένου επενδυτή», αλλά αυτό δεν αποτελεί προϋπόθεση. Ουσιαστικά αυτά τα άτομα έχουν την οικονομική ευχέρεια και την επιθυμία, να παρέχουν χρηματοδότηση για νεοσύστατες επιχειρήσεις.

Οι business angels συνήθως χρησιμοποιούν τα δικά τους χρήματα, σε αντίθεση με τους επενδυτές επιχειρηματικών κεφαλαίων που φροντίζουν συγκεντρωμένα χρήματα από πολλούς άλλους επενδυτές και τα τοποθετούν σε ένα στρατηγικά διαχειριζόμενο ταμείο⁴⁴.

Ο αποτελεσματικός εσωτερικός ρυθμός απόδοσης για ένα επιτυχημένο χαρτοφυλάκιο για επενδυτές αγγέλου είναι περίπου 22% . Αν και αυτό μπορεί να φαίνεται καλό για τους επενδυτές και φαίνεται υπερβολικά ακριβό για επιχειρηματίες με επιχειρήσεις πρώιμου σταδίου, συνήθως δεν είναι διαθέσιμες φθηνότερες πηγές χρηματοδότησης όπως οι τράπεζες για τέτοιες επιχειρηματικές δραστηριότητες. Αυτό τις καθιστά ιδανικές για επιχειρηματίες που εξακολουθούν να αγωνίζονται οικονομικά κατά τη φάση εκκίνησης της επιχείρησής τους.

Η επένδυση μέσω business angel έχει αυξηθεί τις τελευταίες δεκαετίες καθώς το δέλεαρ της κερδοφορίας του επέτρεψε να γίνει η κύρια πηγή χρηματοδότησης για πολλές νεοσύστατες επιχειρήσεις. Αυτό, με τη σειρά του, ενίσχυσε την καινοτομία που μεταφράζεται σε οικονομική ανάπτυξη.

Θερμοκοιτίδα επιχειρήσεων

⁴⁴ Block J., (2019), Private equity investment criteria: An experimental conjoint analysis of venture capital, business angels, and family offices, Elsevier

Τέλος, μια ακόμη λύση για την χρηματοδότηση των νέων επιχειρήσεων με έμφαση στους νέους είναι οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων⁴⁵.

Μια «θερμοκοιτίδα επιχειρήσεων» είναι ένα ταμείο που προσφέρεται για πρώτη φορά ιδιωτικά σε μια περίοδο επώασης.

Μια θερμοκοιτίδα ξεκινά συνήθως με καθορισμένη δοκιμαστική περίοδο. Σε ορισμένες περιπτώσεις, μια εταιρεία αμοιβαίων κεφαλαίων μπορεί να δοκιμάσει αρκετά χρήματα σε μια δοκιμή επώασης με την προώθηση των χρημάτων με την καλύτερη απόδοση. Οι επωασμένες εκκινήσεις χρημάτων διαφημίζονται σε μια επιλεγμένη ομάδα ατόμων και συνήθως χρηματοδοτούνται με σταθερό κεφάλαιο. Αυτά τα κεφάλαια περνούν γενικά από δύο φάσεις, την επώαση και τη δημόσια προσφορά.

Η επώαση είναι η δοκιμαστική περίοδος που χρησιμοποιεί μια εταιρεία επενδύσεων για να δοκιμάσει νέα κεφάλαια. Κατά τη διάρκεια της περιόδου επώασης, το επενδυμένο κεφάλαιο προσφέρεται μόνο σε μια επιλεγμένη ομάδα επενδυτών. Οι εταιρείες επενδύσεων θα δοκιμάζουν συχνά επενδυμένα κεφάλαια με επιλεγμένους επενδυτές, όπως υπαλλήλους και μέλη της οικογένειας. Τα αμοιβαία κεφάλαια αντιστάθμισης χρησιμοποιούν επίσης μια παρόμοια προσέγγιση για τα επωασμένα κεφάλαια με τις προσφορές διαθέσιμες μόνο για τη χρηματοδότηση υπαλλήλων και μελών της οικογένειας.

Σε ορισμένες περιπτώσεις, ένα ταμείο μπορεί να επιλέξει να δοκιμάσει διάφορες στρατηγικές σε μια περίοδο επώασης. Εάν είναι επιτυχής, το ταμείο μπορεί να ξεκινήσει ολοκαίνουργιες στρατηγικές ή μπορεί να σχεδιάσει να ξεκινήσει μόνο τη στρατηγική με την καλύτερη απόδοση.

Τα επενδυμένα κεφάλαια μπορούν να είναι ένας συνετός τρόπος για να δοκιμάσετε μια συγκεκριμένη στρατηγική αμοιβαίων κεφαλαίων, ειδικά εάν η εταιρεία αμοιβαίων κεφαλαίων πιστεύει ότι μπορεί να έχει υψηλή ευαισθησία στους κινδύνους. Η χρήση μιας περιόδου επώασης επιτρέπει σε μια εταιρεία επενδύσεων να κάνει μια μικρή επένδυση στη διαχείριση και τις δραστηριότητες του αμοιβαίου κεφαλαίου. Ένα επωασμένο αμοιβαίο κεφάλαιο θα παρακολουθεί στενά τους μηχανισμούς διαπραγμάτευσης και το κόστος συναλλαγής που σχετίζεται με τις δραστηριότητες του αμοιβαίου κεφαλαίου. Άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν την πιθανή κυκλοφορία του στο κοινό θα περιλαμβάνουν τη δομή των οχημάτων, τους περιορισμούς εγγραφής, τη ζήτηση και τις πιθανότητες επιτυχίας σε σύγκριση με άλλα κεφάλαια στην αγορά ή με

⁴⁵ Korreck S., (2021), Business incubators and accelerators: a co-citation analysis-based, systematic literature review, Elgaronline

την οικογένεια αμοιβαίων κεφαλαίων. Συνολικά, μια μικρή επένδυση που πραγματοποιείται σε ένα επωασμένο αμοιβαίο κεφάλαιο μπορεί να αντισταθμίσει κατά πολύ το κόστος της έναρξης ενός ανεπιτυχούς ταμείου που απαιτεί κλείσιμο μετά από μικρό χρονικό διάστημα⁴⁶.

Εκτός από τη δοκιμή των επιχειρησιακών δραστηριοτήτων ενός ταμείου σε μια δοκιμή επώασης, η δοκιμαστική φάση επιτρέπει επίσης στις εταιρείες να εκτιμήσουν ιδιωτικά την πιθανή υποστήριξη της δημόσιας αγοράς που θα λάβει από διανομείς, μεσάζοντες και παρόχους υπηρεσιών. Αυτές οι οντότητες είναι σημαντικές για τη δημόσια κυκλοφορία των εγγεγραμμένων κεφαλαίων συγκεκριμένα. Οι διανομείς συνεργάζονται με το αμοιβαίο κεφάλαιο για την αγορά και την καταχώρισή τους με μεσιτικές εκπτώσεις και σε πλατφόρμες χρηματοοικονομικών συμβούλων. Επιπλέον, τα περισσότερα νέα κεφάλαια υπογράφουν συμφωνίες παραίτησης και έκπτωσης που διατηρούν τα καθαρά έξοδα χαμηλότερα τα πρώτα χρόνια μετά τη δημόσια κυκλοφορία. Μόλις μια εταιρεία αμοιβαίων κεφαλαίων αποφασίσει να εκκαθαρίσει ένα ταμείο για έναρξη, μπορεί επίσης να παράσχει πρόσθετο κεφάλαιο για το ταμείο, το οποίο ενσωματώνεται στις συμφωνίες παραίτησης και έκπτωσης, συμβάλλοντας έτσι στη συγκράτηση των δαπανών συγκριτικά χαμηλότερων από άλλους ανταγωνιστές κεφαλαίων.

Γενικά, μια εταιρεία αμοιβαίων κεφαλαίων δεν απαιτείται να αποκαλύψει δοκιμές επώασης στα έγγραφα εγγραφής της. Σε ορισμένες περιπτώσεις, ωστόσο, οι εταιρείες αμοιβαίων κεφαλαίων μπορούν να χρησιμοποιούν την απόδοση που αποκτήθηκε σε μια δοκιμή επώασης ως υποθετικές αποδόσεις. Οι επενδυτές πρέπει πάντα να είναι προσεκτικοί ως προς τις υποθετικές αποδόσεις και να διασφαλίζουν ότι κατανοούν πλήρως τις παραδοχές που σχετίζονται με αυτές⁴⁷.

3.4 Πολιτικές για την αγορά εργασίας και παράγοντες αποτελεσματικότητας.

Το μακροπρόθεσμο διαρθρωτικό πρόβλημα, είναι ένας από τους βασικούς παράγοντες για την αντιμετώπιση των ζητημάτων της ανεργίας των νέων στην Ευρώπη και στην Ελλάδα.

⁴⁶ Korreck S., (2021), Business incubators and accelerators: a co-citation analysis-based, systematic literature review, Elgaronline

⁴⁷ Korreck S., (2021), Business incubators and accelerators: a co-citation analysis-based, systematic literature review, Elgaronline

Το κύριο πρόβλημα στην αντιμετώπιση της ανεργίας των νέων στην Ευρώπη φαίνεται να σχετίζεται με τις πολιτικές για την αγορά εργασίας. Αυτά είναι σε θέση να διασφαλίσουν ότι όλοι όσοι μπορούν και είναι πρόθυμοι θα έχουν μια δίκαιη πιθανότητα εύρεσης εργασίας. Οι πολιτικές για την αγορά εργασίας είναι πάντα η εφαρμογή και ο στόχος αυτών των πολιτικών να αυξήσει την ποιότητα των εργαζομένων.

Οι πολιτικές για την αγορά εργασίας περιλαμβάνουν επίσης οικονομικές ενθαρρύνσεις και άλλα παρόμοια κίνητρα που θα βοηθούσαν τους ανέργους να συνεχίσουν να αναζητούν εργασία. Πρέπει να σημειωθεί ότι οι χώρες της ΕΕ και η Ελλάδα επενδύουν ιδιαίτερα στις πολιτικές της αγοράς εργασίας και προσπαθούν να κρατήσουν όσο πιο ενεργούς γίνεται τους ανέργους και για όσο το δυνατόν μεγαλύτερο διάστημα.

Στις χώρες της Ε.Ε οι πολιτικές για την αγορά εργασίας έχουν αλλάξει από μη ενεργές σε ενεργές. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει κάποια υποχρέωση κατά τη λήψη βοήθειας και σημαντικές κρατικές επιχορηγήσεις. Είναι η επιμονή αυτού του πιο ενεργού μοντέλου για την πρόληψη του κοινωνικού αποκλεισμού και για να ενθαρρύνουν τη νεολαία να είναι πιο δραστήρια στην πολύπλοκη αγορά εργασίας. Διαφορετικές χώρες της Ε.Ε έχουν προσπαθήσει να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα της ανεργίας των νέων με διαφορετικούς τρόπους, όπως πρωτοβουλίες για την αγορά εργασίας και κοινωνική βοήθεια. Όμως η εστίαση στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι νέοι στην αντιμετώπιση των διαρθρωτικών μορφών και η συνεχώς μεταβαλλόμενη αγορά εργασίας τους βοηθά να προσαρμοστούν καλύτερα σε αυτό που χρειάζεται από αυτούς. Όταν οι νέοι έχουν τα απαραίτητα προσόντα ώστε να πετύχουν στην αγορά εργασίας, υπάρχει λιγότερη πιθανότητα να μείνουν εκτός της αγοράς εργασίας και οι μακροπρόθεσμες επιπτώσεις της ανεργίας των νέων δεν παίζουν τόσο μεγάλο ρόλο στη ζωή τους.

Πρέπει να σημειωθεί ότι οι νέοι συνήθως στις χώρες της Ε.Ε παίρνουν ένα τεράστιο μέρος των πρωτοβουλιών για την απασχόληση που υπάρχουν και χρειάζονται την κρατική βοήθεια. Οι πρωτοβουλίες μπορούν να παρακινήσουν τους νέους να βρουν εργασία και να είναι περισσότερο πρόθυμοι να γίνουν «ευέλικτοι εργαζόμενοι». Οι σύμβουλοι απασχόλησης επίσης των κρατών μελών της Ε.Ε μπορούν επίσης να κάνουν τους νέους να αποδεχτούν επαγγελματικούς ρόλους στη ζωή που αρχικά δεν

ήταν πρόθυμοι να αναλάβουν ενισχύοντας έτσι την πιθανότητα να βρουν εργασία ή να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση⁴⁸.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση αποτελείται από 27 κράτη μέλη συνολικά. Και ακόμη και αν αυτές οι χώρες θεωρούνται ότι βρίσκονται κάτω από μια ενιαία στρατηγική, υπάρχει μεγάλη διαφορά στην εύρεση εργασίας σε κάθε μια από αυτές. Επομένως, δεν προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι πολλές χώρες έχουν διαφορετική αντιμετώπιση στο πώς θα μπορέσουν να διορθώσουν τα συγκεκριμένα προβλήματα της ανεργίας των νέων στη χώρα τους.

Τέλος, σχετικά με την ανάληψη επιχειρηματικής δράσης η διεθνής βιβλιογραφία επισημαίνει οκτώ παράγοντες που μπορούν να κάνουν τα προγράμματα και τις πρακτικές πιο αποτελεσματικές για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων με στόχο την καταπολέμηση της ανεργίας των νέων.

1. Δημιουργία πολυτομεακών σχέσεων

Οι πολυτομεακές εταιρικές σχέσεις, βασιζόμενες στη συμπληρωματική εμπειρογνωμοσύνη, είναι απαραίτητες για την εφαρμογή κλιμακωτών λύσεων. Για παράδειγμα, ενώ μια μεμονωμένη επιχείρηση μπορεί να δημιουργήσει μια συνεργασία με ένα τοπικό ακαδημαϊκό ίδρυμα για τις δικές της ανάγκες ταλέντου, οι συνεργασίες μεταξύ πολλών επιχειρήσεων και ακαδημαϊκών ιδρυμάτων μπορούν να αυξήσουν την ποιότητα της δεξαμενής ταλέντων που διατίθεται σε όλους, συχνά με πιο οικονομικά αποδοτικό τρόπο και με μεγαλύτερα κοινωνικά οφέλη. Παρόλο που ενδέχεται να είναι πιο περίπλοκο να εφαρμοστούν, αυτές οι συνεργασίες λαμβάνουν υπόψη το ευρύτερο φάσμα ενδιαφερόντων. Περίπου τα δύο τρίτα των επιλεγμένων περιπτώσιολογικών μελετών εμπλέκουν οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών στο μοντέλο συνεργασίας τους, το οποίο βοήθησε στην ενσωμάτωση των απόψεων των μαθητών, των δασκάλων και άλλων, των οποίων η φωνή είναι σημαντική στο σχεδιασμό βιώσιμων λύσεων⁴⁹.

2. Ανάπτυξη προσεγγίσεων win-win

⁴⁸ Fayolle A., (2019), *Επιχειρηματικότητα*, εκδόσεις Προπομπός

⁴⁹ Καριώτης Α., (2007), *Επιχειρηματικότητα*, εκδόσεις Έλλην

Οι πρωτοβουλίες που ταιριάζουν με το δημόσιο συμφέρον με το ιδιωτικό ενδιαφέρον είναι συχνά πιο βιώσιμες μακροπρόθεσμα. Αρκετές μελέτες περιπτώσεων δείχνουν ότι οι επιχειρήσεις μπορούν να ευθυγραμμίσουν τις εξωτερικές πρωτοβουλίες με τις εσωτερικές οργανωτικές προτεραιότητες και να συνδυάσουν βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα θέματα ταλέντων με ενισχυμένο αντίκτυπο τόσο για την επιχείρηση όσο και για την κοινωνία. Ενώ πολλοί τύποι πρωτοβουλιών που οδηγούν οι επιχειρήσεις μπορούν να έχουν θετικό αντίκτυπο στις κοινότητες, είναι πιθανότερο να είναι βιώσιμες εάν συνδέονται με έναν βασικό επιχειρηματικό τομέα. Για παράδειγμα, πρωτοβουλίες που υποστηρίζουν επιχειρηματίες σε μια αλυσίδα αξίας μιας επιχείρησης ή πρωτοβουλίες που συνδέουν τους υπαλλήλους της επιχείρησης με τοπικά εκπαιδευτικά ιδρύματα είναι πιο πιθανό να διαρκέσουν από αυτές που αποσυνδέονται από μια επιχείρηση και τους υπαλλήλους της.

3. Κατανόηση της αλυσίδας αξίας

Σε κάθε βιομηχανία ή οικονομία, υπάρχουν κρίσιμα σημεία στην αλυσίδα αξίας ταλέντων που παρέχουν την ευκαιρία να κάνουν μια μακροπρόθεσμη διαφορά. Για παράδειγμα, η μετάβαση από την εκπαίδευση στην απασχόληση είναι συχνά μια κρίσιμη στιγμή στη ζωή των νέων και καθοριστικός παράγοντας του αγωγού ταλέντων για πολλές βιομηχανίες. Πριν σχεδιαστεί μια παρέμβαση, είναι σημαντικό να έχετε μια σαφή κατανόηση της πλήρους αλυσίδας αξίας ταλέντων και του αντίκτυπου που μια επιχείρηση θέλει να επιτύχει⁵⁰.

4. Επαρκής γνώση της νομοθεσίας

Η προσαρμογή των παρεμβάσεων στον τοπικό πολιτισμό και το κοινωνικοοικονομικό πλαίσιο και η συνεκτίμηση των ειδικών αναγκών του κοινού-στόχου είναι ζωτικής σημασίας για την επίτευξη βιώσιμων αποτελεσμάτων. Για παράδειγμα, η επένδυση σε προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης είναι απίθανο να είναι επιτυχής σε πολιτισμούς όπου υπάρχει ισχυρή πριμοδότηση στα πανεπιστημιακά προσόντα. Σε μια τέτοια περίπτωση, ένας συνδυασμός επαγγελματικής και ακαδημαϊκής εκπαίδευσης με επικοινωνία σχετικά με τα πρακτικά οφέλη της επαγγελματικής κατάρτισης είναι κρίσιμος για την ενίσχυση του αντίκτυπου.

5. Δέσμευση ηγεσίας

⁵⁰ Mankiw G., (2017), Οικονομική των επιχειρήσεων, εκδόσεις Τζιόλα

Η υποστήριξη από ηγέτες και διευθυντικά στελέχη είναι ζωτικής σημασίας για τη διατήρηση πρωτοβουλιών, τη συμμετοχή συνεργατών, την ευρύτερη αγορά και την κινητοποίηση υπαλλήλων.

6. Μακροπρόθεσμος σχεδιασμός

Με συνεχείς τεχνολογικές και οικονομικές διαταραχές, οι παρεμβάσεις θέσεων εργασίας και δεξιοτήτων θα είναι επιτυχείς μόνο εάν έχουν σχεδιαστεί με μια μακροπρόθεσμη προσέγγιση. Για παράδειγμα, τα προγράμματα μαθητείας όπου οι νέοι τοποθετούνται σε παραδοσιακές θέσεις εργασίας φαίνονται άσκοπα εάν αυτές οι κατηγορίες θέσεων εργασίας είναι πιθανό να είναι παρωχημένες εντός πέντε ετών. Αντ' αυτού, θα ήταν πιο λογικό να δημιουργηθούν προγράμματα μαθητείας για νέα επαγγέλματα υψηλής ανάπτυξης.

7. Αξιοποίηση των ΤΠΕ (Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών)

Η χρήση των ΤΠΕ προσφέρει ορισμένα πλεονεκτήματα κατά την εφαρμογή πρωτοβουλιών για θέσεις εργασίας και δεξιότητες. Μπορεί να βελτιώσει τον αντίκτυπο, ειδικά όταν συνδυάζονται στοιχεία εντός και εκτός σύνδεσης και μπορεί να αυξήσει την κλίμακα προσεγγίζοντας μια πολύ μεγαλύτερη και πιο διαφοροποιημένη ομάδα δικαιούχων. Οι ΤΠΕ μπορούν επίσης να μειώσουν σημαντικά το κόστος εκτέλεσης και παράδοσης, να επιτρέψουν ταχύτερη προσαρμογή σε γεωγραφικά και κοινωνικοοικονομικά πλαίσια και να βοηθήσουν στη συμμετοχή των νεότερων γενεών⁵¹.

8. Έλεγχος της κάθε διαδικασίας και καινοτομίας

Ο έλεγχος των δραστηριοτήτων με μια μικρή ομάδα προτού τις ξεκινήσει σε μεγαλύτερη κλίμακα είναι χρήσιμη για την πρόβλεψη πιθανών προβλημάτων και την κατανόηση της επιτυχίας. Οι σαφείς στόχοι και οι ποσοτικές μετρήσεις πρέπει να καθορίζονται από όλα τα εμπλεκόμενα μέρη και να κοινοποιούνται σαφώς στις πρώτες φάσεις.

⁵¹ Γεωργαντά Ζ., (2013), Επιχειρηματικότητα και καινοτομίες, το management της επιχειρηματικής καινοτομίας, Ανίκουλα

3.5 Η διεθνοποίηση της επιχείρησης ως κίνητρο για την επιχειρηματικότητα των νέων και τη μείωση της ανεργίας

Τοπικοποίηση, παγκοσμιοποίηση, διεθνοποίηση όλα αυτά μοιάζουν με παρόμοιες έννοιες, και μάλιστα πολλοί άνθρωποι τις χρησιμοποιούν συχνά εναλλακτικά. Ωστόσο, οι λεπτές διακρίσεις τις ξεχωρίζουν. Η κατανόηση των διαφορών είναι το κλειδί για όσους έχουν την ευθύνη να βοηθήσουν μια εταιρεία "να γίνει παγκόσμια" - και να διασφαλίσουν ότι το μήνυμα επωνυμίας τους αντηχεί παγκοσμίως.

Η παγκοσμιοποίηση αναφέρεται σε κάθε δραστηριότητα που φέρνει κοντά τους ανθρώπους, τους πολιτισμούς και τις οικονομίες διαφορετικών χωρών. Στην επιχείρηση, η "παγκοσμιοποίηση" αναφέρεται σε πρακτικές με τις οποίες οι οργανισμοί γίνονται καλύτερα συνδεδεμένοι με τους πελάτες τους σε όλο τον κόσμο. Αυτό περιλαμβάνει οποιαδήποτε πτυχή της λειτουργίας σε διαφορετικές εθνικές αγορές, από το σχεδιασμό προϊόντων έως το μάρκετινγκ⁵².

Επειδή αυτό είναι λίγο ασαφές ακολουθούν μερικά παραδείγματα παγκοσμιοποίησης στον κόσμο των επιχειρήσεων:

Οι διαδικτυακές αγορές όπως το eBay και το Amazon διευκολύνουν την αγορά προϊόντων από επιχειρήσεις ή ιδιώτες στην άλλη πλευρά του πλανήτη. Ακόμα και προϊόντα που πωλούνται σε παραδοσιακά καταστήματα τούβλου και κονιάματος όπως το Target κάνουν συχνά στάσεις σε πολλές διαφορετικές χώρες πριν φτάσουν στους τελικούς προορισμούς τους. Τα καταναλωτικά ηλεκτρονικά, για παράδειγμα, προέρχονται συνήθως από πρώτες ύλες στην Ινδία, κατασκευάζονται στην Κίνα και στη συνέχεια πωλούνται στην Αμερική.

Πολλές μεγάλες αλυσίδες εστιατορίων, όπως η McDonald's, λειτουργούν σε δεκάδες χώρες. Η McDonald's έχει συγκεκριμένα franchise σε πάνω από εκατό χώρες και οι επισκέπτες σε όλο τον κόσμο αναγνωρίζουν τη μάρκα και το λογότυπό της.

⁵² Smagina N., (2017), The internationalization of the Meetings-, Incentives-, Conventions-and Exhibitions-(MICE) industry: Its influences on the actors in the tourism business activity, Journal of economics and management

Το Netflix λειτουργεί σε περισσότερες από 190 χώρες και προσαρμόζει τις προσφορές περιεχομένου για μεμονωμένες αγορές με υπότιτλους και προγραμματισμό σε τοπικές γλώσσες.

Το αμέσως αναγνωρίσιμο λογότυπο "swoosh" της Nike ξεπερνά διαφορετικούς πολιτισμούς και γλώσσες. Η Nike έχει δημιουργήσει συνεργασίες με αθλητές που παίζουν μια ποικιλία σπορ σε πολλές διαφορετικές χώρες και χρησιμοποιεί αυτές τις εγκρίσεις για να υποστηρίξει την παγκόσμια επέκτασή της⁵³.

Η άνοδος της παγκοσμιοποίησης σημαίνει επίσης ότι αναμφισβήτητα δεν υπήρξε ποτέ καλύτερη στιγμή για να οικοδομήσουμε μια επιχείρηση σε μια παγκόσμια εταιρεία. Υπάρχει ένα τεράστιο φάσμα ευκαιριών που διατίθενται σε εταιρείες που επιθυμούν να επεκταθούν, από την πρόσβαση σε μια παγκόσμια ομάδα ταλέντων έως έναν αυξημένο όγκο πληροφοριών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την τοποθέτηση μιας επιχείρησης. Καθώς γίνεται πιο εύκολο να εισέλθετε σε νέες αγορές, υπάρχουν επίσης περισσότερες θέσεις προϊόντων για να επωφεληθείτε - και νέοι πελάτες για να προσελκύσετε.

Δύο από τα πιο σημαντικά βήματα αυτής της παγκοσμιοποίησης είναι να εντοπιστεί και να διεθνοποιηθεί το προϊόν. Ενώ, τόσο η τοπική προσαρμογή όσο και η διεθνοποίηση εμπίπτουν στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης, υπάρχουν κάποιες διαφορές μεταξύ των δύο.

Η διεθνοποίηση είναι μια εταιρική στρατηγική που περιλαμβάνει τη δυνατότητα όσο το δυνατόν πιο προσαρμόσιμων προϊόντων και υπηρεσιών, ώστε να μπορούν εύκολα να εισέρχονται σε διαφορετικές εθνικές αγορές. Αυτό απαιτεί συχνά τη βοήθεια ειδικών σε θέματα. Η διεθνοποίηση μερικές φορές συντομεύεται σε "i18n", όπου 18 αντιπροσωπεύει τον αριθμό των χαρακτήρων στη λέξη.

Τα προϊόντα που προορίζονται για χρήση από ομιλητές πολλών γλωσσών υπόκεινται συνήθως σε διαδικασία διεθνοποίησης. Για παράδειγμα, το IKEA διεθνοποιεί τις οδηγίες συναρμολόγησης για τα έπιπλά του χρησιμοποιώντας μόνο διαγράμματα και εικόνες, χωρίς να περιλαμβάνει κείμενο που θα πρέπει να μεταφραστεί. Τα προϊόντα με οδηγίες που απαιτούν μετάφραση εξακολουθούν να γράφονται συχνά με στόχο να

⁵³ Banno M., (2010), The effectiveness of incentives to firms' outward internationalization, Taylor and Francis

είναι όσο το δυνατόν πιο ουδέτερα πολιτισμικά. Αυτό, φυσικά, είναι πιο εύκολο να ειπωθεί παρά να γίνει⁵⁴.

Στην περίπτωση προϊόντων λογισμικού και ηλεκτρονικών, η διεθνοποίηση περιλαμβάνει μια σειρά από διαφορετικές ανησυχίες:

Κωδικοποίηση δεδομένων: Η κωδικοποίηση χαρακτήρων ASCII επαρκεί για κείμενα στις περισσότερες γλώσσες της Δυτικής Ευρώπης. Ωστόσο, οι γλώσσες που χρησιμοποιούν μη λατινικά αλφάβητα, όπως Ρωσικά, Κινέζικα, Χίντι και Κορεάτικα, απαιτούν μεγαλύτερες κωδικοποιήσεις χαρακτήρων όπως το Unicode.

Υποστήριξη υλικού: Οι σχεδιαστές λογισμικού πρέπει να λάβουν υπόψη ότι ορισμένες συσκευές υλικού ενδέχεται να μην είναι διαθέσιμες σε όλες τις χώρες.

Διεπαφή χρήστη: Εάν μια εφαρμογή λογισμικού θα μεταφραστεί σε πολλές γλώσσες, η διεπαφή χρήστη πρέπει να περιλαμβάνει αρκετό χώρο για το κείμενο σε όλες αυτές τις γλώσσες.

Σύμφωνα με τους περισσότερους ορισμούς, οι εταιρείες πρέπει πρώτα να διεθνοποιηθούν προτού μπορέσουν να εντοπίσουν ένα προϊόν. Στην επόμενη ενότητα, θα συζητήσουμε τη διαφορά μεταξύ διεθνοποίησης και εντοπισμού.

Ο εντοπισμός είναι η διαδικασία προσαρμογής ενός προϊόντος σε μια συγκεκριμένη αγορά-στόχο. Αυτό συμβαίνει συνήθως μετά τη διεθνοποίηση. Όταν η διεθνοποίηση αναπτύσσει ένα προϊόν που είναι εύκολο να προσαρμοστεί για πολλά είδη κοινού σε πολλές διαφορετικές χώρες, η τοπική προσαρμογή παίρνει αυτό το προϊόν και το καθιστά ιδιαίτερα συναφές για μια συγκεκριμένη αγορά.

Η επέκταση μέσω της διεθνοποίησης θα μπορούσε να γίνει με την υιοθέτηση μιας από τις παρακάτω στρατηγικών⁵⁵:

1. Διεθνής Στρατηγική: Οι επιχειρήσεις υιοθετούν μια διεθνή στρατηγική για τη δημιουργία αξίας προσφέροντας αυτά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες στις ξένες αγορές όπου αυτές δεν είναι διαθέσιμες. Αυτό μπορεί να γίνει, εφαρμόζοντας αυστηρό έλεγχο

⁵⁴ Samiee S., (1999), The internationalization of services: trends, obstacles and issues, Emerald

⁵⁵ Griffin R., Pustay M., (2018), Διεθνείς επιχειρήσεις και επιχειρηματικότητα, εκδόσεις Τζιόλα

των πράξεων στο εξωτερικό και παρέχοντας τα τυποποιημένα προϊόντα με μικρή ή καθόλου διαφοροποίηση.

2. Πολυεθνική Στρατηγική: Σύμφωνα με αυτή τη στρατηγική, οι πολυεθνικές εταιρείες προσφέρουν τα εξατομικευμένα προϊόντα και υπηρεσίες που ταιριάζουν με τις τοπικές συνθήκες που λειτουργούν στις ξένες αγορές. Προφανώς, αυτό θα μπορούσε να είναι πιο δαπανηρό, επειδή η έρευνα και ανάπτυξη, η παραγωγή και η εμπορία πρέπει να γίνουν έχοντας κατά νου τις τοπικές συνθήκες που επικρατούν στις διάφορες χώρες.

3. Παγκόσμια Στρατηγική: Οι πολυεθνικές εταιρείες βασίζονται σε χαμηλού κόστους δομή και προσφέρουν αυτά τα προϊόντα και υπηρεσίες στις επιλεγμένες ξένες αγορές στις οποίες έχουν την τεχνογνωσία. Έτσι, προσφέρεται ένα τυποποιημένο προϊόν ή υπηρεσία στις επιλεγμένες χώρες σε όλο τον κόσμο.

4. Διακρατική Στρατηγική: Στο πλαίσιο αυτής της στρατηγικής, οι επιχειρήσεις υιοθετούν τη συνδυασμένη προσέγγιση της πολυεθνικής και της παγκόσμιας στρατηγικής. Οι επιχειρήσεις στηρίζονται τόσο στη δομή χαμηλού κόστους όσο και στην τοπική ανταπόκριση, δηλαδή σύμφωνα με τις τοπικές συνθήκες. Έτσι, μια επιχείρηση προσφέρει τα τυποποιημένα προϊόντα και υπηρεσίες της και ταυτόχρονα διασφαλίζει ότι είναι σύμφωνη με τις τοπικές συνθήκες που επικρατούν στη χώρα όπου δραστηριοποιείται.

Έτσι, προκειμένου να διεθνοποιηθεί, η επιχείρηση θα πρέπει πρώτα να αξιολογήσει το διεθνές περιβάλλον και στη συνέχεια να αξιολογήσει τις δικές της δυνατότητες και να σχεδιάσει τις στρατηγικές ανάλογα για να εισέλθει στις ξένες αγορές.

3.5.1 Το μοντέλο διεθνοποίησης Ουσάλα

Στο μοντέλο της Ουσάλα, η διαδικασία εξελίσσεται σε μια αλληλεπίδραση μεταξύ της ανάπτυξης γνώσεων για τις ξένες αγορές και της επιχείρησης, και μια αυξανόμενη δέσμευση πόρων σε αυτές τις αγορές.

Τα κεντρικά ζητήματα του μοντέλου είναι πώς μαθαίνουν οι οργανισμοί και πώς η μάθησή τους επηρεάζει την επενδυτική τους συμπεριφορά. Μια άλλη σημαντική πτυχή

του μοντέλου αυτού είναι ότι είναι δυναμικό μοντέλο, περιγράφει τη διεθνοποίηση μιας εταιρείας ως διαδικασία⁵⁶.

Το μοντέλο αυτό μπορεί να εξηγήσει δύο μοτίβα στη διαδικασία διεθνοποίησης της εταιρείας. Το πρώτο μοτίβο είναι μια δέσμευση για ανάληψη δραστηριοτήτων σε μια συγκεκριμένη ξένη αγορά και αναπτύσσεται σύμφωνα με τη λεγόμενη αλυσίδα εγκατάστασης, η οποία είναι η ακολουθία των σταδίων που γίνονται σε μικρά σταδιακά βήματα με εκτεταμένη δέσμευση και υψηλότερος βαθμός δέσμευσης για όλους με το νέο βήμα. Τα στάδια υλοποίησης του μοντέλου αυτού είναι τα παρακάτω:

1. Ασθενής εξαγωγική δραστηριότητα
2. Εξαγωγή μέσω ανεξάρτητων αντιπροσώπων
3. Εξαγωγές μέσω υποκαταστήματος σε ξένη αγορά
4. Παραγωγή / κατασκευή σε ξένη αγορά

3.5.2 Η θεωρία κόστους συναλλαγών

Η θεωρία του κόστους συναλλαγών⁵⁷ αναφέρεται στο κόστος που προκύπτει από τη δημιουργία ενός οικονομικού εμπορίου, το οποίο είναι το κόστος συμμετοχής σε μια αγορά, οι οικονομίες κλίμακας και το κόστος μεταφοράς. Αυτό συνεπάγεται όλα τα έξοδα που προκύπτουν από την έναρξη μιας συγκεκριμένης συναλλαγής μέχρι το τέλος αυτής. Αυτό είναι το σύνολο όλων των δαπανών που συνεπάγεται η δημιουργία μιας νέας αγοράς σε μια ξένη χώρα, η οποία περιλαμβάνει τόσο το ονομαστικό κόστος όσο και το σιωπηρό κόστος και επηρεάζει τόσο τον πάροχο υπηρεσιών όσο και τον πελάτη. Συνήθως, είναι θετικό το εξωτερικό κόστος συναλλαγής να υπερβαίνει τα εσωτερικά κόστη συναλλαγών, αυτό θα εγγυάται την ανάπτυξη της εταιρείας, αλλά αν τα κόστη εσωτερικών συναλλαγών υπερβαίνουν τα εξωτερικά κόστη συναλλαγών, αυτό θα οδηγήσει την εταιρεία σε έξοδο από την αγορά.

⁵⁶ Morgan R., Katsikeas C., (1997), *Obstacles to export initiation and expansion*, Elsevier

⁵⁷ Cateora P., (2003), *Διεθνές μάρκετινγκ*, εκδόσεις Παπαζήση

Το οικονομικό κόστος των συναλλαγών προκύπτει όταν οι πολυεθνικές εταιρείες είναι πιο αποτελεσματικές από τις αγορές τους και οι συμβάσεις τους οργανώνουν τις αλληλεξαρτήσεις μεταξύ των αντιπροσώπων τους που βρίσκονται σε διαφορετικές χώρες. Αυτή είναι η θεωρία του ρόλου και του μεγέθους μιας επιχείρησης.

Η θεωρία του κόστους συναλλαγών είναι στενά συνδεδεμένη με τη θεωρία εσωτερικοποίησης. Με τη θεωρία κόστους συναλλαγών, οι επιχειρήσεις προσπαθούν πάντοτε να ελαχιστοποιούν το κόστος τους σε κάθε σημείο κατά τη διάρκεια των εργασιών και της λήψης αποφάσεων. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο οι επιχειρήσεις θα πρέπει να εξετάσουν είτε να εισέλθουν σε μια ξένη αγορά με το σύνολο των περιουσιακών τους στοιχείων είτε να συνεργαστούν με τους εξωτερικούς τους εταίρους της αγοράς αυτής. Η αποτυχία επομένως μιας ξένης αναδυόμενης αγοράς εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από αυτήν την απόφαση.

Συμπερασματικά τα κυριότερα σημεία της θεωρίας του συναλλακτικού κόστους είναι τα εξής⁵⁸:

- Η προσέγγιση του κόστους συναλλαγών επικεντρώνεται στο κόστος και τον τρόπο με τον οποίο το κόστος αυτό θα επηρεάσει την επιλογή της αγοράς της επιχείρησης και τους τρόπους εισόδου της σε μια νέα αγορά.
- Αυτή η θεωρία αξιολογεί την οργανωτική δομή ως μία σημαντική ρύθμιση για την καθιέρωση και διασφάλιση των συναλλαγών και τη μείωση του κόστους συναλλαγών μεταξύ των συμμετεχόντων.
- Το κόστος συναλλαγής καλύπτει το σύνολο των δαπανών αναζήτησης πληροφοριών για μια ξένη αγορά, προϊόντα, αγοραστές και πωλητές. Επίσης τα έξοδα διαπραγμάτευσης και η παρακολούθηση αυτών αποτελεί μέρος των δαπανών εκτέλεσης.
- Τα κόστη συναλλαγών και οι συναλλακτικές δυσχέρειες αυξάνονται όταν οι συναλλαγές χαρακτηρίζονται από την εξειδίκευση του περιουσιακού στοιχείου.
- Η απόφαση της διεθνοποίησης ή μη γίνεται με ορθολογικό τρόπο με βάση την ανάλυση του κόστους της συναλλαγής.
- Οι οργανισμοί λαμβάνουν αποφάσεις βάσει των αξιολογήσεων και συγκρίνοντας το κόστος τους με έναν τρόπο εισόδου που σχετίζεται με τους στόχους τους.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι αυτή η θεωρία μπορεί να είναι λάθος και επίσης επικίνδυνη αρκετά για τους διαχειριστές των επιχειρήσεων λόγω των υποθέσεων στις

⁵⁸ Cateora P., (2003), Διεθνές μάρκετινγκ, εκδόσεις Παπαζήση

οποίες βασίζεται. Έτσι μια επιχείρηση θα πρέπει να μελετήσει και άλλους παράγοντες εκτός από το συναλλακτικό κόστος όταν αποφασίσει να διεθνοποιηθεί ή όχι.

Συμπερασματικά, οι επιχειρήσεις πρέπει να επιλέξουν τις οργανωτικές μορφές και τις αγορές για τις οποίες το κόστος συναλλαγών ελαχιστοποιείται. Έτσι μια επιχείρηση θα πρέπει να επεκτείνει τις δραστηριότητές της έως ότου το κόστος της πραγματοποίησης μιας επιπλέον συναλλαγής εντός της επιχείρησης ισούται με το κόστος της πραγματοποίησης παρόμοιων ή περισσότερων συναλλαγών στην ξένη αγορά. Η επιχείρηση θα πρέπει πρώτα από όλα να συνεχίσει να αναπτύσσεται εσωτερικά μέχρι ότου οι εξωτερικές πηγές να έχουν ένα πλεονέκτημα κόστους όπως πριν από την εξωτερίκευση⁵⁹.

3.5.3 Η διεθνοποίηση μιας επιχείρησης μέσω της ανάπτυξης ενός δικτύου πωλήσεων

Στη θεωρία του μοντέλου δικτύου πωλήσεων, η αγορά θεωρείται ως ένα σύστημα κοινωνικών και βιομηχανικών σχέσεων μεταξύ πελατών, προμηθευτών, ανταγωνιστών, μέσα σε ένα συγκεκριμένο όριο και όχι πέρα αυτού. Αυτό έχει σκοπό να δημιουργήσει την ευκαιρία και το κίνητρο για διεθνοποίηση. Σύμφωνα με τις προοπτικές του δικτύου, οι στρατηγικές αποφάσεις που λαμβάνονται συνήθως από επιχειρήσεις εξαρτώνται έντονα από τις σχέσεις μεταξύ των διαφόρων μερών και οι μεμονωμένες επιχειρήσεις εξαρτώνται επίσης από τους πόρους που ελέγχονται από άλλες εθνικές και διεθνείς επιχειρήσεις.

Τα βασικά χαρακτηριστικά του μοντέλου δικτύου είναι τα εξής:

- Το μοντέλο αυτό βασίζεται στις θεωρίες της κοινωνικής ανταλλαγής και επικεντρώνεται στη σταθερή συμπεριφορά στο πλαίσιο των οργανωτικών και διαπροσωπικών σχέσεων.
- Ο παράγοντας που αποτελεί το σύνδεσμο ανάμεσα στα συμβαλλόμενα μέρη βασίζεται σε τεχνικούς, οικονομικούς, νομικούς και προ πάντων προσωπικούς δεσμούς.
- Οι μακροχρόνιες σχέσεις μεταξύ επιχειρηματικών παραγόντων και το περιβάλλον στο οποίο λειτουργεί ο οργανισμός έχουν ενδεικτική σημασία στην περιγραφή της διεθνοποίησης των επιχειρήσεων.

⁵⁹ Cateora P., (2003), Διεθνές μάρκετινγκ, εκδόσεις Παπαζήση

- Μια υπόθεση σε αυτό το μοντέλο είναι ότι ένας οργανισμός εξαρτάται από πόρους άλλων επιχειρήσεων που περιβάλλουν το ίδιο δίκτυο. Ένα παράδειγμα αποτελούν οι σχέσεις πελάτη και προμηθευτή.

Συμπερασματικά, οι δικτυακές σχέσεις αποτελούν σημαντικές ευκαιρίες για την απόκτηση πόρων και γνώσεων που είναι απαραίτητες για την εξωτερική ανάπτυξη και διεθνοποίηση των επιχειρήσεων. Επίσης, οι σχέσεις των επιχειρήσεων σε ένα οικιακό δίκτυο μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως γέφυρες σε άλλα δίκτυα και σε άλλες χώρες. Αυτές οι άμεσες και έμμεσες γέφυρες σε διαφορετικά δίκτυα χωρών μπορεί να είναι σημαντικές στα αρχικά βήματα σε μια ξένη χώρα και στην διαδοχική είσοδο νέων αγορών σε μια αναδυόμενη βιομηχανία⁶⁰.

3.5.4 Θεωρία του εκλεκτικού υποδείγματος

Ένα εκλεκτικό παράδειγμα, επίσης γνωστό ως μοντέλο ιδιοκτησίας, τοποθεσίας, διεθνοποίησης, είναι ένα πλαίσιο αξιολόγησης τριών επιπέδων που μπορούν να ακολουθήσουν οι εταιρείες όταν προσπαθούν να προσδιορίσουν εάν είναι επωφελές να επιδιώκουν άμεσες ξένες επενδύσεις (ΑΞΕ). Αυτό το παράδειγμα προϋποθέτει ότι τα ιδρύματα θα αποφύγουν συναλλαγές στην ελεύθερη αγορά εάν το κόστος ολοκλήρωσης των ίδιων ενεργειών εσωτερικά ή εσωτερικά, έχει χαμηλότερη τιμή. Βασίζεται στη θεωρία της εσωτερίκευσης και επεξηγήθηκε για πρώτη φορά το 1979 από τον Dunning.

Το εκλεκτικό υπόδειγμα ακολουθεί μια ολιστική προσέγγιση για την εξέταση ολόκληρων σχέσεων και αλληλεπιδράσεων των διαφόρων συνιστωσών μιας επιχείρησης. Το παράδειγμα παρέχει μια στρατηγική για επέκταση λειτουργίας μέσω ΑΞΕ. Ο στόχος είναι να καθοριστεί εάν μια συγκεκριμένη προσέγγιση παρέχει μεγαλύτερη συνολική αξία από άλλες διαθέσιμες εθνικές ή διεθνείς επιλογές για την παραγωγή αγαθών ή υπηρεσιών.

⁶⁰ Mankiw G., (2017), Οικονομική των επιχειρήσεων, εκδόσεις Τζιόλα

Δεδομένου ότι οι επιχειρήσεις αναζητούν τις πιο οικονομικά αποδοτικές επιλογές, διατηρώντας παράλληλα την ποιότητα, μπορούν να χρησιμοποιήσουν το εκλεκτικό παράδειγμα για να αξιολογήσουν οποιοδήποτε σενάριο που εμφανίζει δυνατότητες.

Για να είναι ευεργετική η ΑΞΕ, πρέπει να είναι εμφανή τα ακόλουθα πλεονεκτήματα:

Η πρώτη εκτίμηση, τα πλεονεκτήματα που σχετίζονται με την ιδιοκτησία έχουν να κάνουν με ιδιοκτησιακές πληροφορίες και διάφορα δικαιώματα ιδιοκτησίας μιας εταιρείας. Αυτά μπορεί να αποτελούνται από επωνυμία, δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, brand names, ευρεσιτεχνίες όπως και τη χρήση κάθε άλλης διαθέσιμης δεξιότητας. Τα πλεονεκτήματα ιδιοκτησίας θεωρούνται συνήθως μη υλικά. Περιλαμβάνουν αυτό που δίνει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, όπως κύρος, φήμη, αξιοπιστία κτλ⁶¹.

Επιπλέον, το πλεονέκτημα της τοποθεσίας είναι πολύ σημαντικό. Το πλεονέκτημα της τοποθεσίας μπορεί να αναφέρεται σε φυσικούς ή δημιουργημένους πόρους, αλλά με κάθε τρόπο, είναι γενικά ακίνητοι, απαιτώντας τη συνεργασία με έναν ξένο επενδυτή σε αυτήν την τοποθεσία για να αξιοποιηθεί πλήρως.

Τέλος, τα θετικά της εσωτερικοποίησης, ενημερώνουν για το πότε είναι καλύτερο για έναν οργανισμό να παράγει ένα προϊόν εντός των εγκαταστάσεων του, σε αντίθεση με τη σύναψη με τρίτο μέρος. Μερικές φορές, μπορεί να είναι πιο οικονομικό για έναν οργανισμό να λειτουργεί από διαφορετική τοποθεσία στην αγορά. Εάν η επιχείρηση αποφασίσει να αναθέσει σε εξωτερικούς συνεργάτες την παραγωγή, ενδέχεται να απαιτήσει διαπραγματεύσεις με τοπικούς παραγωγούς. Ωστόσο, η λήψη μιας διαδρομής εξωτερικής ανάθεσης (Outsourcing) έχει οικονομική σημασία μόνο εάν η αναθέτουσα εταιρεία μπορεί να ικανοποιήσει τις ανάγκες και τα πρότυπα ποιότητας του οργανισμού με χαμηλότερο κόστος.⁶²

3.6 Εξωτερική ανάθεση (Outsourcing)

Η εξωτερική ανάθεση (Outsourcing) είναι η επιχειρηματική πρακτική της πρόσληψης μιας εταιρείας για την παροχή υπηρεσιών και τη δημιουργία αγαθών που παραδοσιακά εκτελούνται εσωτερικά από τους υπαλλήλους και το προσωπικό της εταιρείας. Η εξωτερική ανάθεση είναι μια πρακτική που συνήθως αναλαμβάνουν οι εταιρείες ως

⁶¹ Dunning J., (1998), Location and the multinational enterprise: a neglected factor?, Springer

⁶² Dunning J., (1980), Toward an eclectic theory of international production: Some empirical tests, Springer

μέτρο μείωσης του κόστους. Ως εκ τούτου, μπορεί να επηρεάσει ένα ευρύ φάσμα θέσεων εργασίας, από την υποστήριξη πελατών, την κατασκευή έως το back office.

Η εξωτερική ανάθεση αναγνωρίστηκε για πρώτη φορά ως επιχειρηματική στρατηγική το 1989 και έγινε αναπόσπαστο μέρος της επιχειρηματικής οικονομίας καθ' όλη τη δεκαετία του 1990. Η πρακτική της εξωτερικής ανάθεσης υπόκειται σε σημαντικές αντιπαραθέσεις σε πολλές χώρες. Όσοι αντιτάχθηκαν υποστηρίζουν ότι προκάλεσε την απώλεια οικιακών θέσεων εργασίας, ιδίως στον μεταποιητικό τομέα. Οι υποστηρικτές λένε ότι δημιουργεί ένα κίνητρο για τις επιχειρήσεις και τις εταιρείες να διαθέσουν πόρους όπου είναι πιο αποτελεσματικοί και ότι η εξωτερική ανάθεση συμβάλλει στη διατήρηση της φύσης των οικονομιών της ελεύθερης αγοράς σε παγκόσμια κλίμακα.

Η εξωτερική ανάθεση μπορεί να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να μειώσουν σημαντικά το κόστος εργασίας. Όταν μια εταιρεία χρησιμοποιεί εξωτερική ανάθεση, ζητά τη βοήθεια εξωτερικών οργανισμών που δεν είναι συνδεδεμένοι με την εταιρεία για την ολοκλήρωση ορισμένων εργασιών. Οι εξωτερικοί οργανισμοί συνήθως δημιουργούν διαφορετικές δομές αποζημίωσης με τους υπαλλήλους τους από την εταιρεία εξωτερικής ανάθεσης, επιτρέποντάς τους να ολοκληρώσουν την εργασία με λιγότερα χρήματα. Αυτό επιτρέπει τελικά στην εταιρεία που επέλεξε να αναθέσει σε εξωτερικούς συνεργάτες για να μειώσει το κόστος της.

Οι επιχειρήσεις μπορούν επίσης να αποφύγουν τις δαπάνες που σχετίζονται με τα γενικά έξοδα, τον εξοπλισμό και την τεχνολογία.

Εκτός από την εξοικονόμηση κόστους, οι εταιρείες μπορούν να εφαρμόσουν μια στρατηγική εξωτερικής ανάθεσης για καλύτερη εστίαση στις βασικές πτυχές της επιχείρησης. Η εξωτερική ανάθεση μη βασικών δραστηριοτήτων μπορεί να βελτιώσει την αποδοτικότητα και την παραγωγικότητα επειδή μια άλλη οντότητα εκτελεί αυτές τις μικρότερες εργασίες καλύτερα από την ίδια την εταιρεία. Αυτή η στρατηγική μπορεί επίσης να οδηγήσει σε γρηγορότερους χρόνους ανάκαμψης, αυξημένη ανταγωνιστικότητα σε έναν κλάδο και μείωση του συνολικού λειτουργικού κόστους.

Τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα της εξωτερικής ανάθεσης είναι η εξοικονόμηση χρόνου και κόστους. Ένας κατασκευαστής προσωπικών υπολογιστών ενδέχεται να αγοράσει εσωτερικά εξαρτήματα για τα μηχανήματά του από άλλες εταιρείες για να εξοικονομήσει κόστος παραγωγής. Μια δικηγορική εταιρεία ενδέχεται να αποθηκεύει και να δημιουργεί αντίγραφα ασφαλείας των αρχείων της χρησιμοποιώντας έναν πάροχο υπηρεσιών cloud-computing, δίνοντάς του έτσι πρόσβαση σε ψηφιακή

τεχνολογία χωρίς να επενδύει μεγάλα χρηματικά ποσά για να κατέχει πραγματικά την τεχνολογία.

Πολλές εταιρείες θεωρούν ευεργετική την εξωτερική ανάθεση των λειτουργιών των τμημάτων ανθρώπινου δυναμικού, όπως η μισθοδοσία και η ασφάλιση υγείας. Όταν χρησιμοποιείται σωστά, η εξωτερική ανάθεση είναι μια αποτελεσματική στρατηγική για τη μείωση των δαπανών και μπορεί ακόμη και να προσφέρει σε μια επιχείρηση ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των αντιπάλων.

Η εξωτερική ανάθεση έχει όμως και μειονεκτήματα. Η υπογραφή συμβάσεων με άλλες εταιρείες ενδέχεται να απαιτήσει χρόνο και επιπλέον προσπάθεια από τη νομική ομάδα μιας εταιρείας. Επίσης, μπορεί να προκύψει έλλειψη επικοινωνίας μεταξύ της εταιρείας και του παρόχου εξωτερικής ανάθεσης, η οποία θα μπορούσε να καθυστερήσει την ολοκλήρωση των έργων.

Η εξωτερική ανάθεση σε διεθνές επίπεδο μπορεί να βοηθήσει τις εταιρείες να επωφεληθούν από τις διαφορές στο κόστος εργασίας και παραγωγής μεταξύ των χωρών. Πολλές μεγάλες εταιρείες έχουν εξαλείψει ολόκληρα τα τηλεφωνικά κέντρα εξυπηρέτησης πελατών εσωτερικού χώρου, που λειτουργούν σε τρίτα μέρη που βρίσκονται σε τοποθεσίες χαμηλότερου κόστους.

Τέλος, τα μειονεκτήματα της εξωτερικής ανάθεσης περιλαμβάνουν δυσκολίες επικοινωνίας, απειλές για την ασφάλεια όπου διακυβεύονται όλο και περισσότερο ευαίσθητα δεδομένα και πρόσθετα νομικά καθήκοντα. Σε ευρύτερο επίπεδο, η εξωτερική ανάθεση μπορεί να έχει τη δυνατότητα να διαταράξει ένα εργατικό δυναμικό. Ένα παράδειγμα που συχνά έρχεται στο μυαλό είναι η μεταποιητική βιομηχανία, όπου τώρα μεγάλο μέρος της παραγωγής έχει κινηθεί διεθνώς.

3.7 Εμπόδια διεθνοποίησης των επιχειρήσεων

Προκειμένου να προσδιοριστεί ο όρος «διεθνοποίηση» διάφοροι ερευνητές υποστηρίζουν ότι όχι μόνο οι μεγάλοι οργανισμοί, αλλά και οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ), μπορούν να γίνουν παγκόσμιοι. Επιπλέον, δήλωσαν επίσης ότι η διεθνής επέκταση μιας ΜΜΕ είναι σίγουρα χρήσιμη όταν συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη και ευημερία μιας χώρας. Ωστόσο, ένα πράγμα που πρέπει να θυμάστε είναι ότι δεν είναι όλες οι ΜΜΕ έτοιμες να επεκταθούν στις διεθνείς αγορές. Παρά το γεγονός

ότι έχουν μικρομεσαίες οργανώσεις, πρέπει να υπάρχουν ορισμένοι παράγοντες και περιορισμοί όσον αφορά την εύρεση των ευκαιριών της παγκόσμιας αγοράς⁶³.

Υπάρχουν πολλές μελέτες που έχουν επικεντρωθεί στα εμπόδια στη διεθνοποίηση. Τα εμπόδια στη διεθνοποίηση μπορούν να ταξινομηθούν σε πέντε τομείς: χρηματοοικονομικά, διαχειριστικά, με βάση την αγορά (συμπεριλαμβανομένων των εγχώριων και διεθνών αγορών), συγκεκριμένα για τη βιομηχανία και συγκεκριμένα για την εταιρεία. Είναι ευρέως αναγνωρισμένο ότι τα εμπόδια στη διεθνοποίηση μπορούν να υπάρχουν σε κάθε στάδιο της διαδικασίας διεθνοποίησης. Περαιτέρω, η αντίληψη των εμποδίων μπορεί να ποικίλει σε ένταση ανάλογα με το επίπεδο διεθνοποίησης της μεμονωμένης εταιρείας.

1. Οικονομικά εμπόδια

Οι περιορισμοί των οικονομικών και φυσικών πόρων επισημαίνονται συνεχώς ως εμπόδιο στη διεθνοποίηση των ΜΜΕ. Αυτές περιλαμβάνουν οικονομικές δυσκολίες στο σύνολό τους, τη διαθεσιμότητα πόρων, το κόστος των υπερπόντιων δραστηριοτήτων και περιορισμένη πρόσβαση σε κεφάλαια και πιστώσεις. Τα σχετικά αποδεικτικά στοιχεία, συμπεριλαμβανομένων των ζημιών που αντιμετωπίζουν οι νέες διεθνείς νέες επιχειρήσεις ή οι εξαγωγείς ΜΜΕ σε πρώιμο στάδιο, σε σύγκριση με τους πιο καθιερωμένους ομολόγους τους, όσον αφορά την πρόσβαση σε λειτουργικά και μακροπρόθεσμα δάνεια. Έλλειψη κεφαλαιακών απαιτήσεων και άλλων εταιρικών πόρων και περιορισμένη πρόσβαση σε βασικές υποδομές αναφέρθηκαν επίσης από μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις.

Οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις είναι μοναδικές και διαφορετικές από τις μεγάλες επιχειρήσεις, ιδιαίτερα η διαθεσιμότητα πόρων του οργανισμού, η διαχείριση των ΜΜΕ διαφέρει από τη διαχείριση μιας μεγαλύτερης επιχείρησης. Το δεύτερο πρόβλημα είναι η περιορισμένη πρόσβαση σε πόρους. Για να αναπτυχθούν οι ΜΜΕ, θα πρέπει να αποκτήσουν περισσότερους πόρους, αλλά λόγω του αρχικού τους μικρότερου μεγέθους, αυτό δεν είναι εύκολο. Οι περιορισμένοι πόροι που ανήκουν στις ΜΜΕ οδηγούν σε περιορισμένες επιλογές στη διεξαγωγή επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, σε περιορισμένες επιλογές απόκτησης περιουσιακών στοιχείων και τεχνολογίας, καθώς και σε περιορισμένη πρόσβαση σε οικονομική βοήθεια, όπως δάνεια⁶⁴.

⁶³ Samiee S., (1999), The internationalization of services: trends, obstacles and issues, Emerald

⁶⁴ Morgan R., Katsikeas C., (1997), Obstacles to export initiation and expansion, Elsevier

2. Διοικητικά εμπόδια

Οι δυσκολίες που προκύπτουν από τη βάση γνώσεων περιορισμένης διαχείρισης παρουσιάζονται ως κορυφαίο εμπόδιο στη διεθνοποίηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε μια σειρά πρόσφατων ερευνών. Τα διοικητικά εμπόδια περιλαμβάνουν τις διαχειριστικές συμπεριφορές, έλλειψη διεθνούς εμπειρίας και δεξιοτήτων, περιορισμένη διαχείριση χρόνου και δυσκολίες δέσμευσης και συνεργασίας. Οι διαχειριστικές αντιλήψεις και η έλλειψη γνώσεων σχετικά με τις διεθνείς αγορές ήταν οι κύριοι λόγοι για τη μη συμμετοχή στο διεθνές εμπόριο. Οι περιορισμοί στη γνώση διεθνοποίησης των διευθυντών προέκυψαν επίσης ως εμπόδιο που οδηγεί στην έναρξη των εξαγωγών. Επιπλέον, η ηλικία και το μορφωτικό επίπεδο της ανώτερης ομάδας διαχείρισης έχει συσχετιστεί με τη λήψη αποφάσεων υψηλού κινδύνου και την ικανότητα ανάλυσης των νέων πληροφοριών.

3. Εμπόδια που βασίζονται στην αγορά

Η έλλειψη γνώσης των ξένων αγορών εμφανίζεται επίσης ως σημαντικό εμπόδιο σύμφωνα με την πρόσφατη βιβλιογραφία. Αυτός ο παράγοντας ξεχωρίζει ως το πιο σημαντικό εμπόδιο στη διεθνοποίηση των εταιρειών που απάντησαν, δείχνοντας ότι τα κενά της πληροφορίας παραμένουν σημαντικές προκλήσεις για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, ακόμη και στην τρέχουσα εποχή της ευρείας διαθεσιμότητας πληροφοριών. Τα εμπόδια που βασίζονται στην αγορά είναι η περιβαλλοντική αντίληψη κυβερνητικός κανονισμός, συμπεριλαμβανομένων των δασμολογικών και μη δασμολογικών φραγμών, η έλλειψη γνώσεων στην αγορά και πολιτισμικών διαφορών ή ψυχικής απόστασης και ισχυρή θέση στην εγχώρια αγορά.

Για παράδειγμα, οι κοινωνικές και πολιτιστικές επιρροές στη διεθνή αγορά είναι τεράστιες. Οι διαφορές στις κοινωνικές συνθήκες, τη θρησκεία και την υλική κουλτούρα επηρεάζουν όλες τις αντιλήψεις και τις πατέρες των καταναλωτών σχετικά με την αγοραστική συμπεριφορά. Σε σχέση με το διεθνές μάρκετινγκ, η κουλτούρα μπορεί να οριστεί ως «Το άθροισμα των διδαγμένων πεποιθήσεων, των αξιών και των εθίμων που χρησιμεύουν για να κατευθύνουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών ιδιαίτερα στην αγορά της χώρας»⁶⁵.

4. Εμπόδια για τη βιομηχανία

⁶⁵ Binks M., (2004), Internationalization strategies selected by established rural and urban SMEs, Emerald

Οι βιομηχανικοί παράγοντες επικεντρώνονται στους επιχειρηματικούς τομείς που αποδίδονται στο επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται η εταιρεία. Το παράδειγμα του βιομηχανικής φραγμού είναι ο ανταγωνισμός. Το άνοιγμα του εμπορίου συνεπάγεται αλλαγές στη δομή της αγοράς, καθώς οι επιχειρήσεις πλήττονται από νέους ανταγωνιστές. Εάν οι ξένες και εγχώριες εταιρείες παράγουν στενά υποκατάστατα, η αλληλεπίδρασή τους στην αγορά προϊόντων επιβάλλει τιμές κάτω από το μονοπωλιακό επίπεδο. Η ζήτηση αλλάζει από μονοπωλιακές σε ολιγοπωλιακές ποικιλίες και τα κίνητρα για την ανάπτυξη νέων ποικιλιών μειώνονται. Η μεταβαλλόμενη δομή της αγοράς αποτελεί αποτυχία της αγοράς καθώς ο ανταγωνισμός γίνεται ασύμμετρος ή άνιση. Εάν η κλίμακα και η ένταση του ανταγωνισμού είναι μεγάλες, το εμπόριο θα μειώσει την ευημερία ακόμη και κάτω από το επίπεδο αυτάρκειας⁶⁶.

Εν τω μεταξύ, η μείωση του δασμού σε όλες τις εισαγωγές και οι μόνιμοι δασμοί σε ολιγοπωλιακές ποικιλίες αποτελούν μέσα για τη βελτίωση της ευημερίας. Ένα άλλο παράδειγμα βιομηχανικού εμποδίου είναι η τεχνολογία. Έχει υιοθετηθεί και χρησιμοποιείται σε επιχειρηματικούς οργανισμούς όλα αυτά τα χρόνια. Είναι προφανές ότι πολλές ΜΜΕ υιοθετούν λύσεις πληροφορικής για να υποστηρίξουν τις επιχειρήσεις τους και να διατηρήσουν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα. Πιστεύεται ότι η πληροφορική προωθεί αποτελεσματικότερους τρόπους επιχειρηματικής δραστηριότητας, αλλά είναι προσανατολισμένη στο κόστος για τις ΜΜΕ και το επίπεδο γνώσεων πληροφορικής, το επίπεδο επενδύσεων πληροφορικής και η συνεπής γνώση της πληροφορικής είναι περιορισμένη εντός των ίδιων των οργανισμών.

5. Ειδικά εμπόδια διεθνοποίησης

Οι εταιρικοί ειδικοί παράγοντες περιλαμβάνουν το κεφάλαιο, την εκπαίδευση και την πρόσβαση και την έρευνα και ανάπτυξη. Οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, λόγω των περιορισμών μεγέθους τους, συχνά έχουν περιορισμένο χρηματοοικονομικό κεφάλαιο και έλλειψη απαιτούμενων ανθρώπινων και διαχειριστικών πόρων. Οι περισσότερες από τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν πρόβλημα στην απόκτηση του απαραίτητου χρηματοοικονομικού κεφαλαίου για να γίνουν ανταγωνιστικές και να επιτύχουν οικονομική ανάπτυξη. Η λήψη δανείων είναι μια πρόκληση, επειδή οι

⁶⁶ Fleck E., (2009), An investigation into the initial barriers to internationalization, Emerald

τραπεζίτες προέβλεπαν ότι το δανεισμό προς τις ΜΜΕ είναι επικίνδυνο λόγω κακών αρχείων αποπληρωμής και χαμηλής αξιοπιστίας της αγοράς.

Επιπλέον, ορισμένες μελέτες κατατάσσουν τα εμπόδια στη διεθνοποίηση ως εσωτερικά και εξωτερικά εμπόδια. Εσωτερικά εμπόδια στη διεθνοποίηση είναι αυτές οι δυσκολίες που σχετίζονται με οργανωτικούς πόρους και δυνατότητες. Υπάρχουν τρεις τύποι εσωτερικών φραγμών που προσδιορίζονται ως πληροφοριακοί φραγμοί, λειτουργικοί φραγμοί και εμπορικοί φραγμοί⁶⁷.

Πρώτον, εμπόδια που σχετίζονται με τον εντοπισμό του προβλήματος, την επιλογή και την επαφή με τις διεθνείς αγορές λόγω ανεπαρκών πληροφοριών. Παραδείγματα αυτών των εμποδίων είναι ο εντοπισμός και η ανάλυση ξένων αγορών, η εύρεση ημερομηνίας διεθνούς αγοράς, ο εντοπισμός επιχειρηματικών ευκαιριών στο εξωτερικό και η επικοινωνία με ξένους πελάτες. Αυτά τα εμπόδια θεωρούνται σημαντικά τόσο για τους εξαγωγείς όσο και για τους μη εξαγωγείς, επειδή είναι σημαντικά στις αποφάσεις διαχείρισης των εξαγωγών.

Δεύτερον, τα λειτουργικά εμπόδια αναφέρονται σε αναποτελεσματικές λειτουργίες της εταιρείας, όπως ανθρώπινοι πόροι, παραγωγή και χρηματοδότηση. Αυτά τα εμπόδια έχουν συνήθως μέτρια επίδραση στη συμπεριφορά των εξαγωγών. Παραδείγματα είναι ο περιορισμένος χρόνος διαχείρισης για τον χειρισμό των εξαγωγών, το ανεπαρκές προσωπικό εξαγωγών και η έλλειψη κεφαλαίου κίνησης για τη χρηματοδότηση των εξαγωγών.

Και τέλος για εσωτερικά εμπόδια, τα εμπόδια μάρκετινγκ περιλαμβάνουν το προϊόν, τις τιμές, τη διανομή, την εφοδιαστική και τις δραστηριότητες προώθησης στο εξωτερικό της εταιρείας. Για πολλές εξαγωγικές εταιρείες, αυτός είναι ο κύριος προβληματικός τομέας. Οι εταιρείες ενδέχεται να χρειαστεί να αναπτύξουν νέα προϊόντα ή να προσαρμόσουν τα υπάρχοντα προϊόντα για να ταιριάζουν στις προτιμήσεις των πελατών σε ξένες αγορές. Ωστόσο, αυτές οι καινοτομίες θα μειώσουν τη δυνατότητα προσαρμογής των προτιμήσεων των πελατών στις ξένες αγορές. Ένα άλλο σημαντικό ζήτημα είναι ο καθορισμός της σωστής τιμής σε σχέση με τον ανταγωνισμό στις διεθνείς αγορές. Η εύρεση του σωστού καναλιού διανομής, και αξιόπιστων ξένων εταίρων και αντιπροσώπων, είναι μια μεγάλη πρόκληση για πολλές εξαγωγές μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων.

⁶⁷ Fleck E., (2009), An investigation into the initial barriers to internationalization, Emerald

Επιπλέον, τα εξωτερικά εμπόδια προέρχονται από το περιβάλλον καταγωγής και χώρας υποδοχής στην οποία δραστηριοποιείται η εταιρεία. Διαφορετικοί τύποι εξωτερικών φραγμών είναι διαδικαστικοί φραγμοί, κυβερνητικοί φραγμοί, φραγμοί καθηκόντων και περιβαλλοντικοί φραγμοί.

Τα διαδικαστικά εμπόδια σχετίζονται με τις λειτουργικές πτυχές των συναλλαγών με ξένους πελάτες. Αυτά τα εμπόδια ως αποτέλεσμα της εξοικείωσης με τεχνικές και διαδικασίες, αποτυχίες επικοινωνίας και την αργή είσπραξη πληρωμών και συχνά έχουν σημαντικό αντίκτυπο στη συμπεριφορά των εξαγωγών. Εν τω μεταξύ, τα κυβερνητικά εμπόδια είναι διπλά. Από τη μία πλευρά, περιλαμβάνουν περιορισμένη υποστήριξη και κίνητρα για υφιστάμενους και δυνητικούς εξαγωγείς. Άλλες μορφές κυβερνητικών φραγμών είναι τα εμπόδια που περιορίζουν τα πλαίσια πολιτικής και προστατευτικά μέτρα όπως τα δασμολογικά και τα μη δασμολογικά εμπόδια. Ένα άλλο εμπόδιο είναι η αναφορά στα εμπόδια εργασιών στους πελάτες και τους ανταγωνιστές της εταιρείας στις υπερπόντιες αγορές. Τέλος, τα περιβαλλοντικά εμπόδια επικεντρώνονται στο οικονομικό, πολιτικό, νομικό και κοινωνικοπολιτισμικό περιβάλλον της ξένης αγοράς⁶⁸.

3.8 Η επιχειρηματική ηθική και η εταιρική κοινωνική ευθύνη για την βιώσιμη ανάπτυξη της νεανικής επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματική ηθική είναι η μελέτη κατάλληλων επιχειρηματικών πολιτικών και πρακτικών σχετικά με δυνητικά αμφιλεγόμενα θέματα, όπως εταιρική διακυβέρνηση, εμπιστευτικές συναλλαγές, δωροδοκία, διακρίσεις, εταιρική κοινωνική ευθύνη και εμπιστευτικές ευθύνες.

Η επιχειρηματική ηθική διασφαλίζει ότι υπάρχει ένα βασικό επίπεδο εμπιστοσύνης μεταξύ των καταναλωτών και διαφόρων μορφών συμμετεχόντων στην αγορά με τις επιχειρήσεις.

Η έννοια της επιχειρηματικής ηθικής ξεκίνησε τη δεκαετία του 1960 καθώς οι εταιρείες συνειδητοποίησαν περισσότερο μια αυξανόμενη κοινωνία που βασίζεται στον καταναλωτή και έδειξε ανησυχίες σχετικά με το περιβάλλον, τις κοινωνικές αιτίες και την εταιρική ευθύνη.

⁶⁸ Johanson J., (2003), Business relationship learning and commitment in the internationalization process, Springer

Η επιχειρηματική ηθική υπερβαίνει απλώς έναν ηθικό κώδικα σωστού και λάθους. Προσπαθεί να συμβιβάσει τι πρέπει να κάνουν οι εταιρείες νομικά έναντι της διατήρησης ενός ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος έναντι άλλων επιχειρήσεων. Οι εταιρείες εμφανίζουν επιχειρηματική ηθική με διάφορους τρόπους.

Η επιχειρηματική ηθική αφορά ηθικά διλήμματα ή αμφιλεγόμενα ζητήματα που αντιμετωπίζει μια εταιρεία. Συχνά, η επιχειρηματική ηθική περιλαμβάνει ένα σύστημα πρακτικών και διαδικασιών που βοηθούν στην οικοδόμηση εμπιστοσύνης με τον καταναλωτή. Σε ένα επίπεδο, κάποια επιχειρηματική ηθική είναι ενσωματωμένη στο νόμο, όπως ο ελάχιστος μισθός, οι περιορισμοί στις εμπορικές συναλλαγές και οι περιβαλλοντικοί κανονισμοί. Από την άλλη πλευρά, η επιχειρηματική ηθική μπορεί να επηρεαστεί από τη συμπεριφορά της διοίκησης, με ευρεία επίδραση σε όλη την εταιρεία.

Η επιχειρηματική ηθική είναι σημαντική επειδή έχουν διαρκή επιπτώσεις σε διάφορα επίπεδα. Με την αυξημένη ευαισθητοποίηση των επενδυτών σε θέματα περιβάλλοντος, κοινωνικής και διακυβέρνησης, διακυβεύεται η φήμη μιας εταιρείας. Για παράδειγμα, εάν μια εταιρεία συμμετέχει σε ανήθικες πρακτικές, όπως κακές διαδικασίες προστασίας προσωπικών δεδομένων, μπορεί να οδηγήσει σε παραβίαση δεδομένων. Αυτό, με τη σειρά του, μπορεί να οδηγήσει σε σημαντική απώλεια πελατών, διάβρωση της εμπιστοσύνης, λιγότερο ανταγωνιστικές προσλήψεις και μείωση των τιμών των μετοχών.

Το σύστημα ηθικών πεποιθήσεων που καθοδηγεί τις αξίες, τις συμπεριφορές και τις αποφάσεις μιας επιχειρηματικής οργάνωσης και των ατόμων εντός αυτού του οργανισμού είναι γνωστό ως επιχειρηματική ηθική. Ορισμένες ηθικές απαιτήσεις για τις επιχειρήσεις κωδικοποιούνται στο νόμο. Οι περιβαλλοντικοί κανονισμοί, ο ελάχιστος μισθός και οι περιορισμοί κατά της εμπορίας και της συμπαιγνίας εμπιστευτικών πληροφοριών είναι όλα παραδείγματα της κυβέρνησης που καθορίζει ελάχιστα πρότυπα για την επιχειρηματική ηθική. Αυτό που χαρακτηρίζεται ως επιχειρηματική ηθική στην ιστορία έχει αλλάξει με την πάροδο του χρόνου και οι διάφοροι τομείς ηθικής είναι σημαντικοί για κάθε επιχείρηση⁶⁹.

⁶⁹ Arnold, D.G., Beauchamp, T.L., & Bowie, N.E. (2004), *Ethical theory and business*, Cambridge University Pres. New York

Η διοίκηση καθορίζει τον τρόπο λειτουργίας ολόκληρης της εταιρείας σε καθημερινή βάση. Όταν η κουλτούρα της επιχείρησης βασίζεται σε ηθικές πρακτικές και συμπεριφορές, οι ηγέτες ενός οργανισμού μπορούν να κατευθύνουν τους υπαλλήλους με παράδειγμα και να τους καθοδηγήσουν στη λήψη αποφάσεων που δεν είναι μόνο επωφελείς για αυτούς ως άτομα, αλλά και για τον οργανισμό στο σύνολό του. Η οικοδόμηση σε ένα θεμέλιο ηθικής συμπεριφοράς βοηθά στη δημιουργία μακροχρόνιων θετικών αποτελεσμάτων για μια εταιρεία, συμπεριλαμβανομένης της ικανότητας προσέλκυσης και διατήρησης πολύ ταλαντούχων ατόμων και οικοδόμησης και διατήρησης μιας θετικής φήμης εντός της κοινότητας. Η διοίκηση μιας επιχείρησης με ηθικό τρόπο από την κορυφή προς τα κάτω δημιουργεί έναν ισχυρότερο δεσμό μεταξύ ατόμων στην ομάδα διαχείρισης, δημιουργώντας περαιτέρω σταθερότητα εντός της εταιρείας.

Όταν η διοίκηση οδηγεί έναν οργανισμό με ηθικό τρόπο, οι εργαζόμενοι ακολουθούν αυτά τα βήματα. Οι εργαζόμενοι λαμβάνουν καλύτερες αποφάσεις σε λιγότερο χρόνο με την επιχειρηματική ηθική ως κατευθυντήρια αρχή. Αυτό αυξάνει την παραγωγικότητα και το συνολικό ηθικό των εργαζομένων. Όταν οι εργαζόμενοι ολοκληρώνουν την εργασία τους με τρόπο που βασίζεται στην ειλικρίνεια και την ακεραιότητα, ωφελεί ολόκληρη την οργάνωση. Οι εργαζόμενοι που εργάζονται για μια εταιρεία που απαιτεί υψηλό επίπεδο επιχειρηματικής ηθικής σε όλες τις πτυχές των δραστηριοτήτων είναι πιο πιθανό να εκτελούν τα καθήκοντά τους σε υψηλότερο επίπεδο και είναι επίσης πιο διατεθειμένοι να παραμείνουν πιστοί σε αυτόν τον οργανισμό⁷⁰.

Ένα αυστηρό, σαφώς καθορισμένο σύστημα περιβαλλοντικής δεοντολογίας είναι υψίστης σημασίας για μια εταιρεία ενέργειας εάν θέλει να ευδοκιμήσει σε ένα κλίμα αυξημένων κανονισμών και ευαισθητοποίησης του κοινού για περιβαλλοντικά θέματα.

Εταιρείες όπως η Amazon και η Google οι οποίες διεξάγουν τις περισσότερες δραστηριότητές τους στο διαδίκτυο, δεν ελέγχονται για τις περιβαλλοντικές τους επιπτώσεις όπως είναι οι εταιρείες ενέργειας όπως η BP και η Exxon. Όσον αφορά την προστασία της ιδιωτικής ζωής και της ασφάλειας των πελατών τους, ωστόσο, η δεοντολογία τους εξετάζεται πολύ προσεκτικά.

⁷⁰ Beckmann, M., & Zeyen, A. (2015), *Social Entrepreneurship und Corporate Social Responsibility*, Springer

Ένας συγκεκριμένος τομέας στον οποίο οι εταιρείες τεχνολογίας πρέπει να λάβουν σκληρές ηθικές αποφάσεις είναι το μάρκετινγκ. Οι εξελίξεις στην τεχνολογία εξόρυξης δεδομένων επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να παρακολουθούν τις κινήσεις των πελατών τους στο διαδίκτυο και να πωλούν αυτά τα δεδομένα σε εταιρείες μάρκετινγκ ή να τα χρησιμοποιούν για να ταιριάζουν με τους πελάτες με διαφημιστικές προσφορές. Πολλοί άνθρωποι βλέπουν αυτόν τον τύπο δραστηριότητας ως σημαντική παραβίαση της ιδιωτικής ζωής. Ωστόσο, τέτοια δεδομένα πελατών είναι πολύτιμα για τις επιχειρήσεις, καθώς μπορούν να τα χρησιμοποιήσουν για να αυξήσουν σημαντικά τα κέρδη. Έτσι, γεννιέται ένα ηθικό δίλημμα: Σε ποιο βαθμό είναι κατάλληλο να κατασκοπεύουμε τις διαδικτυακές ζωές των πελατών για να αποκτήσουμε ένα πλεονέκτημα μάρκετινγκ;

Η φήμη μιας επιχείρησης είναι υψίστης σημασίας για τον καθορισμό του κατά πόσον μια εταιρεία είναι μια αξιόλογη επένδυση. Εάν μια εταιρεία θεωρείται ότι δεν λειτουργεί ηθικά, οι επενδυτές είναι λιγότερο διατεθειμένοι να αγοράσουν μετοχές ή να υποστηρίξουν με άλλο τρόπο τις δραστηριότητές της.

Οι εταιρείες έχουν όλο και περισσότερο ένα κίνητρο να είναι ηθικές καθώς ο τομέας των κοινωνικά υπεύθυνων και ηθικών επενδύσεων συνεχίζει να αυξάνεται. Ο αυξανόμενος αριθμός επενδυτών που αναζητούν εταιρείες ηθικής λειτουργίας να επενδύσουν ωθεί περισσότερες εταιρείες να αντιμετωπίσουν αυτό το ζήτημα πιο σοβαρά.

Με συνεπή ηθική συμπεριφορά εμφανίζεται μια όλο και πιο θετική δημόσια εικόνα, και υπάρχουν λίγες άλλες σκέψεις τόσο σημαντικές για τους πιθανούς επενδυτές και τους τρέχοντες μετόχους. Για να διατηρήσουν μια θετική εικόνα, οι επιχειρήσεις πρέπει να δεσμευτούν να λειτουργούν σε ένα ηθικό θεμέλιο, καθώς σχετίζεται με τη μεταχείριση των εργαζομένων, το σεβασμό του περιβάλλοντος και τις ορθές πρακτικές της αγοράς όσον αφορά στις τιμές και τη μεταχείριση των καταναλωτών.

Ορισμένοι παράγοντες διαδραματίζουν ρόλο στην κερδοφορία μιας επιχείρησης, συμπεριλαμβανομένων ομάδων διαχείρισης εμπειρογνομώνων, αφοσιωμένων και παραγωγικών υπαλλήλων, συνεπούς ζήτησης των καταναλωτών και προσεκτικής παρακολούθησης της κατώτατης γραμμής. Εκτός από αυτές τις γνωστές επιχειρηματικές πρακτικές, οι εταιρείες που εφαρμόζουν μια φιλοσοφία διαχείρισης που βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στην επιχειρηματική ηθική αποδεικνύονται πιο επιτυχημένες από αυτές που λειτουργούν με ανήθικο τρόπο.

Αν και δεν μπορεί να είναι η πρώτη μεταβλητή που εξετάζεται στην ανάλυση των κερδών μιας εταιρείας, η επιχειρηματική ηθική είναι εξίσου σημαντικός καταλύτης για την επιτυχία μιας εταιρείας.

Η ηγεσία ενός οργανισμού κατέχει το κλειδί για τη μακροπρόθεσμη επιτυχία του, και παραμένοντας συνεπής με μια φιλοσοφία διαχείρισης βασισμένη σε μια βάση ηθικής δημιουργεί ένα θετικό παράδειγμα για όλους τους εργαζόμενους. Οι ηθικές λογιστικές πρακτικές, η μεταχείριση των εργαζομένων, οι αλληλεπιδράσεις με το κοινό και οι πληροφορίες που διαδίδονται στους μετόχους είναι όλες ευθύνες της ομάδας ηγεσίας και μπορούν να έχουν άμεσο αντίκτυπο στη συνολική κερδοφορία της εταιρείας⁷¹.

Έχει αποδειχθεί ότι οι εργαζόμενοι που είναι ικανοποιημένοι με το περιβάλλον στο οποίο εργάζονται είναι πιο παραγωγικοί από τους εργαζόμενους που είναι δυσαρεστημένοι. Οι ανήθικες πρακτικές στο χώρο εργασίας μπορούν να προκαλέσουν εκτεταμένη αναταραχή στους εργαζομένους, οδηγώντας σε μεγαλύτερη αίσθηση δυσαρέσκειας με την εργασία που κάνουν και με τους εργοδότες τους.

Ωστόσο, όταν η επιχειρηματική ηθική ενθαρρύνεται από τη διοίκηση και τα στελέχη της εταιρείας οδηγούν με παράδειγμα, η ικανότητα των εργαζομένων να επικεντρώνονται στην εργασία που χρειάζονται για να ολοκληρώσουν αυξάνεται εκθετικά. Η παραγωγικότητα αυξάνεται όταν υπάρχουν λιγότερες περισπασμούς και το ηθικό είναι υψηλό, και αυτό οδηγεί σε μεγαλύτερα επίπεδα κέρδους για την εταιρεία⁷².

Η ικανοποίηση των εργαζομένων μπορεί επίσης να έχει αντίκτυπο στον κύκλο εργασιών και τη διατήρηση, καθώς οι μη ικανοποιημένοι εργαζόμενοι είναι πιο επιρρεπείς να αναζητήσουν άλλες ευκαιρίες, ανεξάρτητα από την υψηλότερη αμοιβή ή τις παροχές που προσφέρει ο τρέχων εργοδότης τους. Η συνεχής πρόσληψη και κατάρτιση νέων υπαλλήλων μπορεί να μειώσει το κεφάλαιο που μια εταιρεία μπορεί

⁷¹ Archie, C., Buchholtz, A.K., Huang, Y., & Zhu, Z. (2003), *Business & Society: Ethics and Stakeholder Management*, South Western Publishing

⁷² Arnold, D.G., Beauchamp, T.L., & Bowie, N.E. (2004), *Ethical theory and business*, Cambridge University Pres. New York

διαφορετικά να δαπανήσει σε δραστηριότητες παραγωγής εσόδων, μειώνοντας τελικά τα μακροπρόθεσμα κέρδη της.

Οι εταιρείες χρειάζονται τους μετόχους και τους επενδυτές, και ως εκ τούτου, η λειτουργία με γνώμονα την επιχειρηματική ηθική είναι πιο σημαντική όταν αλληλεπιδρά με αυτούς τους κρίσιμους παράγοντες. Είναι κοινό για την κερδοφορία των εισηγμένων εταιρειών να μειώνονται γρήγορα όταν αντιμετωπίζουν καταστάσεις όπου ανακαλύπτονται πληροφορίες σχετικά με ανήθικη συμπεριφορά. Όταν χάνεται η εμπιστοσύνη, μπορεί να είναι ένας αγώνας για μια εταιρεία να ανακτήσει την εμπιστοσύνη του κοινού, των επενδυτών και των μετόχων της.

Η εφαρμογή μιας ορθής ηθικής πολιτικής σε μια εταιρεία εξασφαλίζει θετικό αντίκτυπο σε όλους τους ενδιαφερόμενους, από επενδυτές έως εργαζόμενους έως καταναλωτές. Οι εταιρείες που θέτουν το πλαίσιο για την επιχειρηματική ηθική σε όλες τις πτυχές των δραστηριοτήτων είναι πιθανότερο να γίνουν και να παραμείνουν κερδοφόρες από αυτές που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα με ανήθικο τρόπο.

Κώδικας δεοντολογίας

Ο κώδικας δεοντολογίας είναι ένας οδηγός αρχών που έχουν σχεδιαστεί για να βοηθούν τους επαγγελματίες να διοικούν επιχειρήσεις με ειλικρίνεια και ακεραιότητα. Ένα έγγραφο κώδικα δεοντολογίας μπορεί να περιγράψει την αποστολή και τις αξίες της επιχείρησης ή του οργανισμού, πώς οι επαγγελματίες υποτίθεται ότι προσεγγίζουν τα προβλήματα, τις ηθικές αρχές που βασίζονται στις βασικές αξίες του οργανισμού και τα πρότυπα στα οποία κατέχει ο επαγγελματίας.

Ο κώδικας δεοντολογίας, που αναφέρεται επίσης ως «κώδικας επιχειρησιακής ηθικής», μπορεί να περιλαμβάνει τομείς όπως η ηθική των επιχειρήσεων, ένας κώδικας επαγγελματικής πρακτικής και ένας κώδικας συμπεριφοράς των εργαζομένων.

Η επιχειρηματική ηθική αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο οι ηθικές αρχές καθοδηγούν τη λειτουργία μιας επιχείρησης. Τα συνηθισμένα ζητήματα που εμπίπτουν στο πλαίσιο της επιχειρηματικής ηθικής περιλαμβάνουν τις σχέσεις εργοδότη-

εργαζομένου, τις διακρίσεις, τα περιβαλλοντικά ζητήματα, τη δωροδοκία, την ανταλλαγή πληροφοριών και την κοινωνική ευθύνη⁷³.

Ενώ υπάρχουν πολλοί νόμοι για να θέσουν βασικά ηθικά πρότυπα στην επιχειρηματική κοινότητα, εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ηγεσία μιας επιχείρησης να αναπτύξει έναν κώδικα δεοντολογίας.

Τόσο οι επιχειρήσεις όσο και οι εμπορικοί οργανισμοί συνήθως έχουν κάποιο είδος κώδικα δεοντολογίας που υποτίθεται ότι πρέπει να ακολουθούν οι εργαζόμενοι ή τα μέλη τους. Η παραβίαση του κώδικα δεοντολογίας μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα τον τερματισμό ή την απόλυση από τον οργανισμό. Ένας κώδικας δεοντολογίας είναι σημαντικός επειδή καθορίζει σαφώς τους κανόνες συμπεριφοράς και παρέχει το θεμέλιο για μια προληπτική προειδοποίηση.

Δεδομένης της σημασίας της κλιματικής αλλαγής και του τρόπου με τον οποίο η ανθρώπινη συμπεριφορά έχει επηρεάσει αρνητικά το κλίμα με σοβαρό τρόπο, πολλές εταιρείες έχουν αναλάβει να συμπεριλάβουν κλιματικούς παράγοντες στον κώδικα δεοντολογίας τους. Αυτές οι αρχές περιλαμβάνουν τρόπους με τους οποίους η εταιρεία είναι αφιερωμένη στη βιώσιμη λειτουργία ή τον τρόπο με τον οποίο θα στραφούν σε αυτό.

Σε πολλές περιπτώσεις, αυτή η δέσμευση για αειφορία αυξάνει το κόστος μιας εταιρείας, αλλά επειδή οι καταναλωτές επικεντρώνονται περισσότερο στους τύπους των επιχειρήσεων με τις οποίες επιλέγουν να συνεργαστούν, αξίζει συχνά το κόστος να διατηρηθεί μια καλή δημόσια εικόνα.

Ανεξάρτητα από το μέγεθος, οι επιχειρήσεις βασίζονται στο διοικητικό τους προσωπικό για να ορίσουν ένα πρότυπο ηθικής συμπεριφοράς για να ακολουθήσουν άλλοι υπάλληλοι. Όταν οι διαχειριστές τηρούν τον κώδικα δεοντολογίας, στέλνει ένα μήνυμα ότι αναμένεται καθολική συμμόρφωση από κάθε εργαζόμενο.

Ένας κώδικας δεοντολογίας μπορεί να έχει ποικίλες μορφές, αλλά ο γενικός στόχος είναι να διασφαλιστεί ότι μια επιχείρηση και οι υπάλληλοί της ακολουθούν τους κρατικούς και ομοσπονδιακούς νόμους, συμπεριφέρονται με ένα ιδανικό που μπορεί

⁷³ Beckmann, M., & Zeyen, A. (2015), *Social Entrepreneurship und Corporate Social Responsibility*, Springer

να είναι υποδειγματικό και διασφαλίζοντας ότι η επιχείρηση που διεξάγεται είναι επωφελής για όλους τους ενδιαφερόμενους. Τα ακόλουθα είναι τρεις τύποι κωδικών δεοντολογίας που βρίσκονται στην επιχείρηση⁷⁴.

1. Κώδικας δεοντολογίας βάσει συμμόρφωσης

Για όλες τις επιχειρήσεις, οι νόμοι ρυθμίζουν θέματα όπως τα πρότυπα πρόσληψης και ασφάλειας. Οι κώδικες δεοντολογίας που βασίζονται στη συμμόρφωση όχι μόνο θέτουν κατευθυντήριες γραμμές για συμπεριφορά, αλλά και καθορίζουν κυρώσεις για παραβάσεις.

Σε ορισμένους κλάδους, συμπεριλαμβανομένης της τραπεζικής, συγκεκριμένοι νόμοι διέπουν την επιχειρηματική συμπεριφορά. Αυτές οι βιομηχανίες διαμορφώνουν κώδικες δεοντολογίας βάσει συμμόρφωσης για την επιβολή νόμων και κανονισμών. Οι εργαζόμενοι συνήθως παρακολουθούν επίσημη εκπαίδευση για να μάθουν τους κανόνες συμπεριφοράς. Επειδή η μη συμμόρφωση μπορεί να δημιουργήσει νομικά ζητήματα για την εταιρεία στο σύνολό της, οι μεμονωμένοι εργαζόμενοι σε μια εταιρεία ενδέχεται να αντιμετωπίσουν κυρώσεις για μη συμμόρφωση με τις οδηγίες.

Για να διασφαλιστεί ότι τηρούνται οι στόχοι και οι αρχές του κώδικα δεοντολογίας, ορισμένες εταιρείες διορίζουν έναν υπεύθυνο συμμόρφωσης. Αυτό το άτομο είναι επιφορτισμένο με την ενημέρωση σχετικά με τις αλλαγές στους κώδικες κανονισμού και την παρακολούθηση της συμπεριφοράς των εργαζομένων για την ενθάρρυνση της συμμόρφωσης.

Αυτός ο τύπος κώδικα δεοντολογίας βασίζεται σε σαφείς κανόνες και σε σαφώς καθορισμένες συνέπειες και όχι σε ατομική παρακολούθηση της προσωπικής συμπεριφοράς. Παρά την αυστηρή τήρηση του νόμου, ορισμένοι κώδικες

⁷⁴ Beckmann, M., & Zeyen, A. (2015), *Social Entrepreneurship und Corporate Social Responsibility*, Springer

συμπεριφοράς που βασίζονται στη συμμόρφωση δεν προωθούν έτσι ένα κλίμα ηθικής ευθύνης εντός της εταιρείας⁷⁵.

2. Κώδικας δεοντολογίας βάσει αξίας

Ένας κώδικας δεοντολογίας που βασίζεται στην αξία απευθύνεται σε ένα βασικό σύστημα αξιών μιας εταιρείας. Μπορεί να σκιαγραφεί τα πρότυπα της υπεύθυνης συμπεριφοράς, καθώς σχετίζονται με το ευρύτερο δημόσιο αγαθό και το περιβάλλον. Οι ηθικοί κώδικες με βάση την αξία ενδέχεται να απαιτούν μεγαλύτερο βαθμό αυτορρύθμισης από τους κωδικούς που βασίζονται στη συμμόρφωση.

3. Κώδικας δεοντολογίας μεταξύ επαγγελματιών

Οι χρηματοοικονομικοί σύμβουλοι που είναι εγγεγραμμένοι στην Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς ή σε μια ρυθμιστική αρχή του κράτους δεσμεύονται από έναν κώδικα δεοντολογίας που είναι γνωστός ως υποχρέωση καταπιστεύματος. Αυτή είναι μια νομική απαίτηση και επίσης ένας κώδικας πίστης που τους απαιτεί να ενεργούν προς το συμφέρον των πελατών τους.

Εταιρική κοινωνική ευθύνη

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη (εφεξής ΕΚΕ) είναι ένα αυτορυθμιζόμενο επιχειρηματικό μοντέλο που βοηθά μια εταιρεία να είναι κοινωνικά υπεύθυνη - στον εαυτό της, στα ενδιαφερόμενα μέρη της και στο κοινό. Με την άσκηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, οι εταιρείες μπορούν να γνωρίζουν το είδος του αντίκτυπου που έχουν σε όλες τις πτυχές της κοινωνίας, συμπεριλαμβανομένων των οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών⁷⁶.

⁷⁵ Abu-Saifan, S. (2012), Social entrepreneurship: definition and boundaries.

Technology Innovation Management Review

⁷⁶ Archie, C., Buchholtz, A.K., Huang, Y., & Zhu, Z. (2003), Business & Society: Ethics and Stakeholder Management, South Western Publishing

Η ενασχόληση με την ΕΚΕ σημαίνει ότι, κατά τη συνήθη πορεία της επιχείρησης, μια εταιρεία λειτουργεί με τρόπους που ενισχύουν την κοινωνία και το περιβάλλον, αντί να συμβάλλει αρνητικά σε αυτές.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι μια ευρεία έννοια που μπορεί να λάβει πολλές μορφές ανάλογα με την εταιρεία και τον κλάδο. Μέσω προγραμμάτων της ΕΚΕ, φιλανθρωπίας και εθελοντικών προσπαθειών, οι επιχειρήσεις μπορούν να ωφελήσουν την κοινωνία, ενισχύοντας ταυτόχρονα τις μάρκες τους.

Εξίσου σημαντικό με την ΕΚΕ για την κοινότητα, είναι εξίσου πολύτιμο για μια εταιρεία. Οι δραστηριότητες ΕΚΕ μπορούν να συμβάλουν στη δημιουργία ισχυρότερου δεσμού μεταξύ εργαζομένων και εταιρειών, να ενισχύσουν το ηθικό και να βοηθήσουν τόσο τους εργαζομένους όσο και τους εργοδότες να αισθάνονται πιο συνδεδεμένοι με τον κόσμο γύρω τους.

Προκειμένου μια εταιρεία να είναι κοινωνικά υπεύθυνη, πρέπει πρώτα να είναι υπόλογη έναντι της ίδιας και των μετόχων της. Συχνά, οι εταιρείες που υιοθετούν προγράμματα ΕΚΕ έχουν αναπτύξει τις δραστηριότητές τους στο σημείο που μπορούν να επιστρέψουν στην κοινωνία. Έτσι, η ΕΚΕ είναι πρωτίστως μια στρατηγική μεγάλων εταιρειών. Επίσης, όσο πιο ορατή και επιτυχημένη είναι μια εταιρεία, τόσο μεγαλύτερη ευθύνη έχει να καθορίσει πρότυπα ηθικής συμπεριφοράς για τους συνομηλίκους της, τον ανταγωνισμό και τη βιομηχανία της.

Πολλές εταιρείες θεωρούν την εταιρική κοινωνική ευθύνη ως αναπόσπαστο μέρος της εικόνας της επωνυμίας τους, πιστεύοντας ότι οι πελάτες θα είναι πιο πιθανό να κάνουν επιχειρήσεις με μάρκες που θεωρούν ότι είναι πιο ηθικοί. Υπό αυτήν την έννοια, οι δραστηριότητες ΕΚΕ μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό συστατικό των εταιρικών δημοσίων σχέσεων. Ταυτόχρονα, ορισμένοι ιδρυτές της εταιρείας έχουν επίσης κίνητρο να συμμετάσχουν στην ΕΚΕ λόγω των προσωπικών τους πεποιθήσεων⁷⁷.

Η κίνηση προς την ΕΚΕ είχε αντίκτυπο σε πολλούς τομείς. Για παράδειγμα, πολλές εταιρείες έχουν λάβει μέτρα για τη βελτίωση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας των δραστηριοτήτων τους, μέσω μέτρων όπως η εγκατάσταση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας ή η αγορά αντισταθμίσεων άνθρακα. Κατά τη διαχείριση των αλυσίδων

⁷⁷ Arnold, D.G., Beauchamp, T.L., & Bowie, N.E. (2004), *Ethical theory and business*, Cambridge University Press. New York

εφοδιασμού, καταβλήθηκαν επίσης προσπάθειες για την εξάλειψη της εμπιστοσύνης σε ανήθικες εργασιακές πρακτικές και άλλα ζητήματα. Αν και τα προγράμματα ΕΚΕ ήταν γενικά πιο κοινά μεταξύ μεγάλων εταιρειών, οι μικρές επιχειρήσεις συμμετέχουν επίσης στην ΕΚΕ μέσω προγραμμάτων μικρότερης κλίμακας, όπως δωρεές σε τοπικές φιλανθρωπικές οργανώσεις και χορηγία τοπικών εκδηλώσεων⁷⁸.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Αντικείμενο της παρούσας εργασίας ήταν η μελέτη της έννοιας της ανεργίας των νέων ατόμων και ειδικότερα του πώς αυτή μπορεί να αποτελέσει κίνητρο για την ανάληψη επιχειρηματικών δράσεων μέσα σε περίοδο οικονομικής κρίσης και πανδημίας όπως είναι η σημερινή.

Η επιχειρηματικότητα και η καινοτομία είναι τομείς προτεραιότητας για την ΕΕ, προσφέροντας ευκαιρίες να ξεπεραστεί η τρέχουσα κρίση, να αυξηθεί η παγκόσμια ανταγωνιστικότητα και να διασφαλιστεί η βιώσιμη και κερδοφόρα ανάπτυξη.

Η στρατηγική «Ευρώπη 2025» αξιολογεί την επιχειρηματικότητα και την ενδυνάμωση των ελεύθερων επαγγελματιών και των επιχειρήσεων ως κλειδί για την πραγματοποίηση της έξυπνης, βιώσιμης και δίκως αποκλεισμούς ανάπτυξης. Μέσα στην υποστήριξη της επιχειρηματικότητας και της αυτοαπασχόλησης, η Ε.Ε επικεντρώνεται στις προσπάθειες για:

- Τη δημιουργία επιχειρήσεων από άνεργους και άτομα από μειονεκτούσες ομάδες.

⁷⁸ Beckmann, M., & Zeyen, A. (2015), *Social Entrepreneurship und Corporate Social Responsibility*, Springer

- Τη βιωσιμότητα και ποιότητα εργασίας των αυτοαπασχολούμενων επιχειρήσεων και των μικρο-επιχειρηματιών και την υποστήριξη για κοινωνικούς επιχειρηματίες.

Η επιχειρηματικότητα των νέων θα μπορούσε να βοηθήσει στην ανάπτυξη της προσωπικότητας των νέων, στον εντοπισμό νέων τρόπων απασχόλησης και μείωσης της φτώχειας και στην αλλαγή του κοινωνικού συνόλου γενικότερα. Για πολλούς νέους που πλήττονται από την έλλειψη θέσεων εργασίας, η εναλλακτική λύση απέναντι στην ανεργία είναι το να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση.

Βέβαια όπως αναφέρθηκε, προκειμένου να συμβεί αυτό απαιτείται η πολιτεία να αντιληφθεί τη δυναμική της νεανικής επιχειρηματικότητας και να βοηθήσει τους νέους επιχειρηματίες δίνοντας τους ισχυρά οικονομικά, αλλά και φορολογικά κίνητρα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική:

Σπυριδάκης Μ., (2013), Ανεργία και εργασιακή ανασφάλεια, εκδόσεις Αλεξάνδρεια

Τόλιος Γ., (2007), Παραγωγικότητα, ανταγωνιστικότητα, ανεργία, Σύγχρονη εποχή

Παυλόπουλος Π., (2000), Ανάπτυξη και ανεργία, Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων

Ξάνθος Χ., (2017), Κοινωνία, ανεργία και κοινωνική αναπαραγωγή, εκδόσεις Gutenberg

Σκουτέλης Γ., (2006), Ανεργία: αίτια και λύσεις, Εκδόσεις Financial Forum

Δρεττακής, Μ. (2011) . Ανατομία της ανεργίας στην Ελλάδα 1991- 2010, εκδόσεις Κριτική

Φράγκος Χ., (2006), Εισαγωγή στην επιχειρησιακή έρευνα, εκδόσεις Σταμούλης

Μπουραντάς Δ., (1992), Management, Οργανωτική θεωρία και συμπεριφορά, εκδόσεις Team

Καραβοκύρης Α, Σταματόπουλος Α., (2012), Φορολογία εισοδήματος φυσικών και νομικών προσώπων, εκδόσεις Σταμούλη

Περάκης Ε., (2016), Το νέο δίκαιο της ανώνυμης εταιρείας, εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

Αντωνόπουλος Β., (2012), Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (Ι.Κ.Ε), εκδόσεις Σάκκουλας

Αθιανός Στ., (2012), Αποτίμηση και χρηματοδότηση επενδύσεων και επιχειρήσεων, εκδόσεις Γερμανός

Χουλιάρης Β., (2001), Βασικές αρχές χρηματοδότησης επιχειρήσεων, εκδόσεις Βακάλη

Φίλιπας Ν., (1999), Επενδύσεις, εκδόσεις Πανεπιστημιακό

Αγγελόπουλος Π., (2011), Εισαγωγή στα παράγωγα χρηματοοικονομικά προϊόντα, εκδόσεις Σταμούλης

Harrison, Horngren, Thomas, (2015), Χρηματοοικονομική λογιστική, εκδόσεις Πασχαλίδης

Γεωργαντά Ζ., (2013), Επιχειρηματικότητα και καινοτομίες, το management της επιχειρηματικής καινοτομίας, Ανίκουλα

Griffin R., Pustay M., (2018), Διεθνείς επιχειρήσεις και επιχειρηματικότητα, εκδόσεις Τζιόλα

Πανηγυράκης Γ., (2010), Διεθνές μάρκετινγκ, εκδόσεις Σταμούλη

Cateora P., (2003), Διεθνές μάρκετινγκ, εκδόσεις Παπαζήση

Mankiw G., (2017), Οικονομική των επιχειρήσεων, εκδόσεις Τζιόλα

Καριώτης Α., (2007), Επιχειρηματικότητα, εκδόσεις Έλλην

Fayolle A., (2019), Επιχειρηματικότητα, εκδόσεις Προπομπός

Ξενόγλωσση:

Thern E., (2017), Long-term effects of youth unemployment on mental health: does an economic crisis make a difference?, Bmj

Loriga S., (2017), Combining official and Google Trends data to forecast the Italian youth unemployment rate, Elsevier

Haas A., (2017), Youth unemployment and the transition from school to work in Germany and Greece, Taylor and Francis

Haas A., (2019), Fear-of-failure and cultural persistence in youth entrepreneurship: Comparative analysis: Greece versus Germany, Taylor and Francis

Kioupkiolis A.(2018), Youth heteropolitics in crisis-ridden Greece, Springer

Karamessini M., (2019), Factors explaining youth unemployment and early job insecurity in Europe, Elgaronline

Block J., (2019), Private equity investment criteria: An experimental conjoint analysis of venture capital, business angels, and family offices, Elsevier

Korreck S., (2021), Business incubators and accelerators: a co-citation analysis-based, systematic literature review, Elgaronline

Dunning J., (1998), Location and the multinational enterprise: a neglected factor?, Springer

Dunning J., (1980), Toward an eclectic theory of international production: Some empirical tests, Springer

Smagina N., (2017), The internationalization of the Meetings-, Incentives-, Conventions-and Exhibitions-(MICE) industry: Its influences on the actors in the tourism business activity, Journal of economics and management

Banno M., (2010), The effectiveness of incentives to firms' outward internationalization, Taylor and Francis

Samiee S., (1999), The internationalization of services: trends, obstacles and issues, Emerald

Morgan R., Katsikeas C., (1997), Obstacles to export initiation and expansion, Elsevier

Binks M., (2004), Internationalization strategies selected by established rural and urban SMEs, Emerald

Fleck E., (2009), An investigation into the initial barriers to internationalization, Emerald

Johanson J., (2003), Business relationship learning and commitment in the internationalization process, Springer

Abu-Saifan, S. (2012), Social entrepreneurship: definition and boundaries. Technology Innovation Management Review

Archie, C., Buchholtz, A.K., Huang, Y., & Zhu, Z. (2003), Business & Society: Ethics and Stakeholder Management, South Western Publishing

Arnold, D.G., Beauchamp, T.L., & Bowie, N.E. (2004), Ethical theory and business, Cambridge University Pres. New York

Beckmann, M., & Zeyen, A. (2015), Social Entrepreneurship und Corporate Social Responsibility, Springer

Διαδίκτυο:

www.oecd.org,

www.worldbank.org

<https://www.gemconsortium.org/>

<https://oaed.gr/proghramma-epikhorighisis-epikheirimatikwn-protovoyliwn-apaskholisis-neon-eleutheron-epaghghelmatiwn-hlikias-18-eos-29-etwn-me-emfasi-stis-ginaikes>

www.espa.gr

<https://hdb.gr/>

www.statistics.gr

www.iobe.gr

<https://ec.europa.eu/>

