



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΓΙΑ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΠΕΚΚΑ-ΟΙΚΟΝΟΜΟΥ ΒΙΚΤΩΡΙΑ

ΜΟΝΟΓΙΟΣ ΕΙΡΗΝΑΙΟΣ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να απευθύνω θερμές ευχαριστίες προς την επιβλέπουσα καθηγήτρια μου κυρία Βικτωρία Πέκκα Οικονόμου για την εμπιστοσύνη, και την πολύτιμη συμβολή της στην ολοκλήρωση της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας. Θερμές ευχαριστίες επίσης απευθύνω προς τη μητέρα μου για την αδιαπραγμάτευτη εμπιστοσύνη της στις δυνατότητες μου.

Συντμήσεις - Αρκτικόλεξα

ΜμΕ	Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις
ΟΟΣΑ	Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης
Ε&Α	Έρευνα και Ανάπτυξη
ΠΜΕ	Πολύ Μικρές επιχειρήσεις
ΑΕΠ	Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	9
ΜΕΡΟΣ Α	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΠΟΙΕΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΜΜΕ	11
1.1.ΣΥΝΘΗΚΗ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ	11
1.2. ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΣΤΟΝ ΟΡΙΣΜΟ ΤΩΝ ΜΜΕ	11
1.3.ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ ΕΕ ΓΙΑ ΥΙΟΘΕΤΗΣΗ ΚΟΙΝΟΥ ΟΡΙΣΜΟΥ	12
1.4. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΜΜΕ - ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ.....	13
1.4.1 Πλεονεκτήματα.....	13
1.4.2 Μειονεκτήματα.....	14
1.5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	16
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ ΜΜΕ ΚΑΙ Η ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΟΥΣ	17
2.1.ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	18
2.2 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ ΑΠΟ ΤΑ ΔΙΑΦΟΡΑ ΣΤΡΩΜΑΤΑ ΤΟΥ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ ΚΑΙ ΔΙΚΑΙΟΤΕΡΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΟΥ ΠΛΟΥΤΟΥ	19
2.3 ΑΠΟΚΕΝΤΡΩΣΗ ΚΑΙ ΕΞΙΣΟΡΡΟΠΗΣΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΩΝ ΚΑΙ ΜΙΚΡΟΤΕΡΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ.....	19
2.4. ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΓΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ	19
2.6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	21
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	22
ΜΕΡΟΣ Β -ΑΠΕΙΛΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΜΜΕ.....	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ	25
3.1.ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ.....	25
3.2 ΕΜΠΟΔΙΑ ΚΑΙ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΗ ΤΗΣ.....	26
3.3 ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ ΟΙ ΜΜΕ.....	27
3.3.1 Εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης που υπάρχουν διαθέσιμες	28
3.3.2 Χρηματοδότηση βασισμένη σε περιουσιακά στοιχεία- Asset - based finance.....	28
3.3.3 Εναλλακτικό χρέος – Alternative Debt	28
3.3.4 Κεφάλαια από το πλήθος- Crowd funding	29
3.3.5 Υβριδικά εργαλεία – Hybrid instruments.....	29
3.3.6 Συμμετοχή στο κεφάλαιο- Equity	29
3.4 ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ ΣΤΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΜΕ	30

	5
3.4.1 Φορολογικά κίνητρα.....	31
3.4.2 Δημιουργία υποδομής πληροφόρησης αναφορικά με τις πιστώσεις και βελτίωση της διαφάνειας των ΜμΕ	31
3.4.3 Ενδυνάμωση της πρόσβασης των ΜμΕ στη παραδοσιακή τραπεζική χρηματοδότηση.....	32
3.4.4 Άμεσες επενδύσεις μέσω ταμείων, συν επενδύσεις ταμείων και κεφάλαια ταμείων.....	33
3.4.5 Ενίσχυση της ικανότητας των ΜμΕ για διεκδίκηση χρηματοδότησης.....	33
3.4.6 Μη χρηματοδοτικές υπηρεσίες και μέτρα υποστήριξης.....	33
3.4.7 Ενίσχυση της ετοιμότητας των ΜμΕ για προσέλκυση συμμετοχικών κεφαλαίων	34
3.4.8 Ενίσχυση των δικτύων , ενώσεων και διευκόλυνση των διασυνδέσεων μεταξύ των επιχειρηματιών και των επενδυτών.....	35
3.4.9 Άλλα μέτρα	35
3.5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	36
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4:ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	39
4.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	39
4.2 ΣΗΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΠΛΟΥΣΤΕΥΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	39
4.2.1 Περιορισμός των ξένων επενδύσεων.....	40
4.2.2 Περιορισμός της επιχειρηματικότητας, των πρωτοβουλιών και της καινοτομίας.....	40
4.2.3 Πιθανότητες για διαφθορά	41
4.2.4 Αποτελεσματικότερη δημόσια διακυβέρνηση.....	41
4.3 ΜΕΤΡΑ.....	41
4.3.1 Έξυπνες νομοθεσίες.....	42
4.3.3 Εξυπηρέτηση από την Διοίκηση	43
4.4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	44
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5:ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ-ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΓΟΡΕΣ.....	46
5.1 ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	46
5.2 ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΕΘΝΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΜΜΕ	46
5.3 ΕΜΠΟΔΙΑ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΜΜΕ.....	47
5.3.1 Εσωτερικά Εμπόδια	48
5.3.2 Εξωτερικά Εμπόδια.....	53
5.3.3 Ιεράρχηση των εμποδίων με βάση το βαθμό που επηρεάζουν την διεθνοποίηση	58
5.4 ΚΙΝΗΤΡΑ ΓΙΑ ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ	60
5.5 ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΕ ΑΓΟΡΕΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ	61

	6
5.5.1 Μέτρα που πρέπει να ληφθούν από το κράτος και άλλους θεσμούς για προώθηση της διεθνοποίησης των ΜμΕ	62
5.5.2 Τυποποίηση /Υιοθέτηση Προτύπων για διευκόλυνση της διεθνοποίησης	63
5.5.3 Ανάγκη για συνεργασίες.....	66
5.6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	68
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	69
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6:ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ.....	72
6.1 ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ	72
6.2 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΩΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΑΝΑΚΑΜΨΗΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ.....	73
6.3 ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	73
6.4 ΑΡΧΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ.....	74
6.4.1Ενθάρρυνση των ανθρώπων για καινοτομία	74
6.4.2 Κινητικότητα των εργαζομένων.....	75
6.4.3 Απεγκλωβισμός της καινοτομίας.....	76
6.4.4 Η δημιουργία και εφαρμογή της γνώσης.....	77
6.4.5 Εφαρμογή της καινοτομίας για την αντιμετώπιση των παγκόσμιων προβλημάτων και των κοινωνικών προκλήσεων	78
6.4.6 Βελτίωση της διακυβέρνησης και της μέτρησης των πολιτικών για την καινοτομία	79
6.5 ΜΕΤΡΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ	80
6.6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	81
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	81
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	83
7.1 ΚΡΙΣΙΜΗ Η ΔΕΣΜΕΥΣΗ ΤΩΝ ΜΜΕ ΓΙΑ ΠΡΑΣΙΝΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	83
7.2 ΕΜΠΟΔΙΑ	84
7.2.1 Εμπόδια λόγω στενότητας πόρων.....	85
7.2.2. Εμπόδια που σχετίζονται με την νοοτροπία και την κουλτούρα της επιχείρησης.	86
7.2.3 Αναγνώριση/αφύπνιση	86
7.3 ΜΕΤΡΑ.....	87
7.4 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΕΜΠΟΔΙΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΚΙΝΗΤΡΩΝ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	91
7.5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	94
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	95
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 :ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	96
8.1 ΣΗΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	96
8.2 ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΑΝΑΜΕΣΑ ΣΤΙΣ ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΚΑΙ ΤΟΥΣ ΑΝΤΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ.....	98
8.3 ΕΜΠΟΔΙΑ	100

	7
8.4 ΜΕΤΡΑ.....	103
8.4.1 Ενίσχυση του νομικού πλαισίου.....	104
8.4.2. Ίδρυση και ενίσχυση οργανισμών υποστήριξης.....	105
8.4.3.Εκπαίδευση και κατάρτιση.....	107
8.4.4.Αντιμετώπιση των χρηματοδοτικών εμποδίων.....	110
8.4.5 Προώθηση Δικτύων Γυναικών Επιχειρηματιών	110
8.5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	111
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	112
9. ΕΣΩΤΕΡΙΚΕΣ ΑΠΕΙΛΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ.....	113
9.1 Εσωτερικές απειλές και προκλήσεις	113
9.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	116
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	116
ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	117
ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	118

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1: Διάκριση ΜμΕ σύμφωνα με τη Σύσταση 2003/361/εκ	13
ΠΙΝΑΚΑΣ 2 : Εμπόδια στη διεθνοποίηση των ΜμΕ με σειρά προτεραιότητας όπως κατατάσσονται από τις ίδιες	59
ΠΙΝΑΚΑΣ 3 : Εμπόδια στη διεθνοποίηση των ΜμΕ με σειρά προτεραιότητας όπως κατατάσσονται από τα κράτη μέλη του ΟΟΣΑ	60
ΠΙΝΑΚΑΣ 4: Συνδυασμός παρεμβάσεων για να επιτευχθεί η δέσμευση όλων των ΜμΕ στη περιβαλλοντική βελτίωση	92
ΠΙΝΑΚΑΣ 5: Διαφορές στη σειρά προτεραιότητας των στόχων/δεικτών επιτυχίας ανδρών και γυναικών όπως τίθεται από τους ίδιους/ίδιες	99

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία αφορά στην ανταγωνιστικότητα των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΜμΕ), και συγκεκριμένα α) στις σημαντικότερες απειλές και προκλήσεις που έχουν να αντιμετωπίσουν στο εξωτερικό τους περιβάλλον, β) στα εμπόδια που εγείρονται κατά της προσπάθειας για αντιμετώπιση και αξιοποίηση αυτών των απειλών/προκλήσεων και γ) στα μέτρα που λήφθηκαν ειδικά για κάθε απειλή/πρόκληση τα τελευταία χρόνια.

Επιχειρείται η ευρεία επισκόπηση του συγκεκριμένου ζητήματος καθώς αναγνωρίζονται τα πιο κάτω:

A. Οι ΜμΕ αποτελούν απαραίτητη και ζωτικής σημασίας μηχανή δημιουργίας καινοτομίας και θέσεων εργασίας και λαμβάνοντας υπόψη ότι 90% των επιχειρήσεων ανά τον κόσμο είναι ΜμΕ, αντιλαμβανόμαστε την τεράστια συνεισφορά τους στην παγκόσμια οικονομία,

B. Η κρίση έχει δημιουργήσει ένα ιδιαίτερα δυσχερές περιβάλλον για τις επιχειρήσεις σε ολόκληρο τον κόσμο και έχει επηρεάσει τις ΜμΕ σε βαθμό δυσανάλογο με το μέγεθος τους καθώς η πρόσβαση στη χρηματοδότηση έγινε δυσκολότερη και επιπρόσθετα λόγω ακριβώς της κρίσης η ζήτηση σε αγαθά και υπηρεσίες συρρικνώθηκε,

Γ. Η ΕΕ αλλά και άλλοι διεθνείς οργανισμοί όπως η Παγκόσμια Τράπεζα και ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης έχουν αναπτύξει πρωτοβουλίες προς τα κράτη για διευκόλυνση των ΜμΕ και υιοθέτησαν νέες πολιτικές για στήριξη και ενδυνάμωση των ΜμΕ. Τα κράτη μέσα στα δικά τους πλαίσια έχουν προχωρήσει άλλα λιγότερο, άλλα περισσότερο στην ενσωμάτωση αυτών των νομοθεσιών και πολιτικών.

Γίνεται ευρεία βιβλιογραφική αναζήτηση επιστημονικών άρθρων με τη χρήση ηλεκτρονικών βάσεων δεδομένων για εντοπισμό των σημαντικότερων εξωτερικών απειλών και των προκλήσεων που οι ερευνητές έχουν καταγράψει/αποδείξει ότι αντιμετωπίζουν οι ΜμΕ. Στη συνέχεια, μετά από επισκόπηση και μελέτη των πηγών, η έρευνα εστιάζει στις σημαντικότερες απειλές/προκλήσεις και επιχειρείται διερεύνηση της σημασίας και των επιπτώσεων που έχει η κάθε μια στο οικονομικό περιβάλλον που δραστηριοποιούνται οι ΜμΕ. Ακολούθως, γίνεται προσπάθεια για αναφορά και επεξήγηση των εμποδίων που εγείρονται στην προσπάθεια των ΜμΕ να αντιμετωπίσουν και να αξιοποιήσουν την κάθε ιδιαίτερη απειλή/πρόκληση. Τέλος, στη βιβλιογραφική αναζήτηση προστίθεται η αναζήτηση στις Πύλες ενημέρωσης της ΕΕ και άλλων διεθνών οργανισμών για να συλλεχθούν οι πρωτοβουλίες που έχουν αναληφθεί ειδικά για κάθε μια από τις προκλήσεις, και παρατίθενται τα μέτρα που προτείνονται για αντιμετώπιση της και αξιοποίηση των ευκαιριών που προσφέρει προς όφελος της ανάπτυξης και της ανταγωνιστικότητας

ΜΕΡΟΣ Α

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΠΟΙΕΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΜΜΕ

1.1.ΣΥΝΘΗΚΗ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ

Στο Άρθρο 173 (πρώην άρθρο 157 της ΣΕΚ) της Συνθήκης Λειτουργίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης γίνεται αναφορά στη δέσμευση των κρατών μελών να προάγουν ευνοϊκό περιβάλλον για όλες τις επιχειρήσεις της ΕΕ και ιδίως για τις μικρομεσαίες(ΜμΕ ή SMEs). Συγκεκριμένα το Άρθρο προνοεί πως:

1. Η Ένωση και τα κράτη μέλη μεριμνούν ώστε να εξασφαλίζονται οι αναγκαίες προϋποθέσεις για την εξασφάλιση της ανταγωνιστικότητας της βιομηχανίας της Ένωσης.

Για τον σκοπό αυτό, σύμφωνα με ένα σύστημα ανοιχτών και ανταγωνιστικών αγορών, η δράση τους αποσκοπεί:

- *να επιταχύνει την προσαρμογή της βιομηχανίας στις διαρθρωτικές μεταβολές,*
- *να προαγάγει ευνοϊκό περιβάλλον για την ανάληψη πρωτοβουλιών και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων του συνόλου της Ένωσης, και ιδίως των μικρομεσαίων επιχειρήσεων,*
- *να προαγάγει περιβάλλον που να ευνοεί τη συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων,*
- *να βελτιώσει την εκμετάλλευση του βιομηχανικού δυναμικού των πολιτικών στους τομείς της καινοτομίας, της έρευνας και της τεχνολογικής ανάπτυξης.*

1.2. ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΣΤΟΝ ΟΡΙΣΜΟ ΤΩΝ ΜΜΕ

Το γεγονός ότι δεν υπήρχε και εξακολουθεί, βέβαια, μέχρι σήμερα να μην υπάρχει ένας καθολικά, παγκόσμια δηλαδή, αποδεκτός ορισμός για την έννοια των ΜμΕ δημιουργεί ανομοιογενείς καταστάσεις που έχουν ως αποτέλεσμα να αναφύονται διάφορα προβλήματα. Κυρίως τα σοβαρότερα προβλήματα προκύπτουν όταν Διεθνείς Οργανισμοί επιχειρούν να λάβουν μέτρα για να ενισχύσουν τις επιχειρήσεις αυτής της κατηγορίας. Οι διαφορές είναι κατά κύριο λόγο αποτέλεσμα των διαφορών που υπάρχουν στις διαστάσεις των αγορών μεταξύ τους. Έτσι στις Η.Π.Α. μικρομεσαίες θεωρούνται οι επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερους από 500 εργαζομένους, στη Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία λιγότερους από 200, στην Ιαπωνία λιγότερους από 300 και στην Αυστραλία λιγότερους από 50 εργαζομένους . Συχνά οι ορισμοί διαφέρουν όχι μόνο μεταξύ των χωρών αλλά και μεταξύ των οργανισμών και άλλων φορέων που δραστηριοποιούνται στην ίδια χώρα.

1.3.ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ ΕΕ ΓΙΑ ΥΙΟΘΕΤΗΣΗ ΚΟΙΝΟΥ ΟΡΙΣΜΟΥ

Η Ευρωπαϊκή Ένωση στην προσπάθεια για δημιουργία και ενίσχυση μιας ενιαίας εσωτερικής αγοράς χωρίς σύνορα που να είναι σε θέση να ανταγωνιστεί τις αντίστοιχες ανταγωνιστικές αγορές αντιλήφθηκε την ανάγκη ύπαρξης ενός κοινού ορισμού για τις ΜμΕ. Η προσπάθεια για ενίσχυση και προνομιακή μεταχείριση των ΜμΕ ώστε να συνεχίσουν να δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας, ανέδειξε τα προβλήματα που δημιουργούσε η ύπαρξη διαφορετικών ορισμών καθώς και τον κίνδυνο για στρέβλωση του ανταγωνισμού. Λόγω της μεγάλης αλληλεπίδρασης μεταξύ των κοινοτικών οδηγιών και των εθνικών, οποιαδήποτε διαφοροποίηση στον ορισμό, δυνατόν να οδηγούσε στο φαινόμενο η ΕΕ να προωθεί δράσεις προς υποστήριξη συγκεκριμένης ομάδας ΜμΕ ενώ τα κράτη μέλη σε μια άλλη. Εξάλλου, η μη ύπαρξη ακριβούς ορισμού θα επέτρεπε ενδεχόμενη εκμετάλλευση των μηχανισμών υποστήριξης των ΜμΕ από επιχειρήσεις που διαθέτουν μεγαλύτερη οικονομική δύναμη από τις ΜμΕ. Έτσι η ΕΕ προχώρησε στη Σύσταση 96/280/ΕΚ της Επιτροπής, της 3ης Απριλίου 1996, σχετικά με τον ορισμό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων ώστε η μεταχείριση που επιφυλάσσεται στις ΜμΕ να βασίζεται σε μια δέσμη κοινών κανόνων. Η Σύσταση 96/280/ΕΚⁱⁱ αποτελεί τον πρώτο κοινό ορισμό των ΜμΕ ο οποίος εφαρμόστηκε σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση, με τον οποίο τέθηκαν σαφή μετρήσιμα κριτήρια για κατάταξη των επιχειρήσεων στις κατηγορίες των ΜμΕ. Όπως επιπλέον αναφέρεται στην Σύσταση (2003/361/ΕΚ) που αποτελεί επικαιροποίηση της 96/280/ΕΚ κρίθηκε ότι αν η Επιτροπή, τα κράτη μέλη, η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (ΕΤΕπ) και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων (ΕΤΕ), ακολουθούσαν τον ίδιο ορισμό θα ενισχυόταν η συνοχή και η αποτελεσματικότητα του συνόλου των πολιτικών υπέρ των ΜΜΕ και θα περιορίζονταν οι κίνδυνοι στρεβλώσεων του ανταγωνισμού.ⁱⁱⁱ

Ο ορισμός όπως διαμορφώθηκε το 2003 λαμβάνει υπόψη του τα κριτήρια του αριθμού των εργαζομένων και χρηματοοικονομικά ποσά και προβλέπει πως:

«Οι πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις ορίζονται με βάση τον αριθμό των απασχολούμενων ατόμων και τον κύκλο εργασιών τους ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού τους.

Ως μεσαία επιχείρηση ορίζεται η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από 250 εργαζομένους και της οποίας ο κύκλος εργασιών δεν υπερβαίνει τα 50 εκατ. ευρώ ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 43 εκατ. ευρώ.

Ως μικρή επιχείρηση ορίζεται η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από 50 εργαζομένους και ο κύκλος εργασιών της ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 10 εκατ. ευρώ.

Ως πολύ μικρή επιχείρηση ορίζεται η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από 10 εργαζομένους και της οποίας ο κύκλος εργασιών ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 2 εκατ. ευρώ.»

ΠΙΝΑΚΑΣ 1: Διάκριση ΜμΕ σύμφωνα με τη Σύσταση 2003/361/εκ

Διάκριση Επιχειρήσεων	Αριθμός Εργαζομένων	Χρηματοοικονομικά Στοιχεία		
		Κύκλος Εργασιών €		Σύνολο Ετήσιου Ισολογισμού €
Μεσαία	Από 50 μέχρι 249	< 50 εκατ.	ή	< 43 εκατ.
Μικρή	Από 10 μέχρι 49	< 10 εκατ.	ή	< 10 εκατ.
Πολύ Μικρή	Από 1 μέχρι 9	< 2 εκατ.	ή	< 2 εκατ.

Πηγή: Ετοιμάστηκε βάσει των προνοιών της Σύστασης 2003/361/εκ όπως δημοσιεύτηκε στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης 20 Μαΐου 2003

Περαιτέρω η Σύσταση για να ξεκαθαρίσει το τοπίο και να αποφευχθούν ανομοιογενείς καταστάσεις, προσδιορίζει τον τύπο των επιχειρήσεων και θέτει όρια συμμετοχής σε άλλες επιχειρήσεις ανάλογα με τους τύπους αυτούς.

1.4. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΜΜΕ - ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν ένα συνδεδετικό κρίκο στην όλη δομή της οικονομίας της κάθε χώρας αναπτυσσόμενης αλλά και αναπτυγμένης. Είναι χρήσιμο λοιπόν πέραν από την έννοια / ορισμό που παρατέθηκε πιο πάνω, να αναφέρουμε τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους, πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, καθώς στη συνέχεια αυτά τα χαρακτηριστικά θα μας βοηθήσουν να διερευνήσουμε και να αντιληφθούμε καλύτερα τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να αντιδράσουν για την καλύτερη αξιοποίηση των προκλήσεων της εποχής με στόχο την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα. Επιγραμματική παρουσίαση ακολουθεί :

1.4.1 Πλεονεκτήματα

Ευελιξία και ταχύτητα στη λήψη αποφάσεων - Οι ΜμΕ χαρακτηρίζονται από ευελιξία στη διοίκηση και στη λήψη αποφάσεων με αποτέλεσμα να είναι σε θέση να ανταποκρίνονται ταχύτερα στις προκλήσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Στις μεγάλες επιχειρήσεις η λήψη αποφάσεων είναι ένα δύσκολο έργο λόγω της γραφειοκρατίας αλλά και τυχών συγκρουόμενων συμφερόντων, με αποτέλεσμα να μην μπορούν να αξιοποιηθούν με την ίδια ταχύτητα οι ευκαιρίες που προσφέρει η αγορά.

Χαμηλότερο κόστος προσαρμογής - Προσαρμόζονται ευκολότερα στις μεταβολές του επιχειρηματικού περιβάλλοντος με αποτέλεσμα να μην επιβαρύνονται με το τεράστιο κόστος αναπροσαρμογής .

Άμεση εποπτεία του προσωπικού - Ο μικρός αριθμός των εργαζομένων στις ΜμΕ επιτρέπει στους επιχειρηματίες την προσωπική επίβλεψη της εργασίας και αρκετές φορές την άμεση παροχή οδηγιών για αντιμετώπιση προβλημάτων και βελτίωση της απόδοσης. Με τον τρόπο αυτό αποφεύγονται οι σπατάλες σε χρόνο , υλικά και άλλους πόρους. Επιπρόσθετα, διευκολύνεται η ιδιαίτερα σημαντική ανάπτυξη σχέσεων εκτίμησης και εμπιστοσύνης μεταξύ επιχειρηματία και προσωπικού γεγονός που αποδίδει στην διατήρηση καλού κλίματος, εξαιρετικής συνεργασίας και ψηλών αποδόσεων.

Άμεση εποπτεία της εξυπηρέτησης του κοινού, εξυπηρέτηση ιδιαίτερων αναγκών των πελατών. - Η μικρή επιχείρηση έχει τη δυνατότητα τις περισσότερες φορές να βρίσκεται κοντά στους πελάτες, γεγονός που δίνει τη δυνατότητα στον ιδιοκτήτη / επιχειρηματία να έχει προσωπική επαφή με τους πελάτες. Με τον τρόπο αυτό έχει την ευκαιρία να διαγνώσει προβλήματα, να βελτιώσει την εξυπηρέτηση, να αφουγκραστεί τις προτιμήσεις των πελατών και να προχωρήσει σε αλλαγές / τροποποιήσεις για ικανοποίηση του καταναλωτικού κοινού. Περαιτέρω του δίνεται η ευκαιρία να αναπτύξει δημόσιες σχέσεις και να διαφημίσει άμεσα τα προϊόντα του.

Διευκόλυνση των μεγάλων επιχειρήσεων

Οι μικρές επιχειρήσεις διευκολύνουν τις μεγάλες καθώς σε αρκετές περιπτώσεις εξειδικεύονται σε παραγωγή αγαθών ή υπηρεσιών που είναι απαραίτητα στις μεγάλες επιχειρήσεις.

Καινοτομίες στην παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών - Οι ιδιοκτήτες των μικρών επιχειρήσεων διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην εισαγωγή καινοτομιών καθώς εντοπίζοντας νέες ευκαιρίες στην αγορά, προχωρούν στην ίδρυση επιχειρήσεων. Περαιτέρω δεν είναι λίγες οι εφευρέσεις αλλά και οι πρωτότυπες διαδικασίες που είναι αποτέλεσμα των προσπαθειών και της δημιουργικότητας των μικρών επιχειρήσεων.

1.4.2 Μειονεκτήματα

Μεγάλος επιχειρηματικός κίνδυνος

Η συγκέντρωση εξουσίας στο πρόσωπο του ιδιοκτήτη δημιουργεί προβλήματα και πολλές φορές καθιστά εντελώς αδύνατον τον προγραμματισμό για το μέλλον. Η απουσία ομάδας εξειδικευμένων διοικητικών στελεχών δεν επιτρέπει στην επιχείρηση να προβεί σε στρατηγικό προγραμματισμό, σε χρήση σύγχρονων μεθόδων για αντιμετώπιση των διαφόρων προβλημάτων ή για αξιοποίηση των ευκαιριών. Περαιτέρω η έλλειψη κεφαλαίων για επέκταση και επένδυση δημιουργεί ένα αβέβαιο μέλλον για τις ΜμΕ.

Χρηματοοικονομική αδυναμία

Οι περιορισμένοι οικονομικοί πόροι και η δυσκολία μακροχρόνιου τραπεζικού δανεισμού αποτελεί τροχοπέδη στις ΜμΕ . Η χαμηλή πιστοληπτική ικανότητα σε συνδυασμό με την αδυναμία αυτοχρηματοδότησης αποτρέπουν τις ΜμΕ από την περαιτέρω ανάπτυξη και πολύ συχνά δημιουργούν προβλήματα επιβίωσης. Οι ΜμΕ έχουν δυσκολίες πρόσβασης στο τραπεζικό σύστημα εξαιτίας του υψηλότερου κινδύνου που τις χαρακτηρίζει, της απουσίας επαρκών εγγυήσεων αλλά και του οικογενειακού τους χαρακτήρα. Έτσι οι ΜμΕ καταλήγουν στο βραχυπρόθεσμο δανεισμό και στις πιστώσεις των προμηθευτών για να καλύψουν τις αυξημένες ανάγκες τους για κεφάλαιο κίνησης.

Δυσκολίες στην προμήθεια πρώτων υλών αναφορικά με την τιμή και την ποιότητα

Η ανυπαρξία οικονομιών κλίμακας είναι ένα μεγάλο μειονέκτημα για τις ΜμΕ. Ενώ οι μεγάλες εταιρείες προμηθεύονται πρώτες ύλες και εμπορεύματα σε μεγάλες ποσότητες με αποτέλεσμα να έχουν μεγάλη διαπραγματευτική δυνατότητα έναντι του προμηθευτή, οι ΜμΕ δεν μπορούν να επιτύχουν καλύτερες τιμές και ευνοϊκότερους όρους λόγω των συγκριτικά μικρών ποσοτήτων τους. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την αύξηση του κόστους παραγωγής και τις συνακόλουθες επιπτώσεις στην ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης.

Μικρή παραγωγική ικανότητα

Η ικανότητα της επιχείρησης να διαχειριστεί μεγάλες παραγγελίες είναι περιορισμένη λόγω του μεγέθους της με αποτέλεσμα την απώλεια ευκαιριών που θα βοηθούσαν στην ανάπτυξη της επιχείρησης. Περαιτέρω οποιοδήποτε πρόβλημα στην παραγωγή ή στην προσφορά των υπηρεσιών δυνατόν να δημιουργήσει καθυστερήσεις με αύξηση του κόστους αλλά και με αρνητικές επιπτώσεις στην αξιοπιστία της επιχείρησης.

Δυσκολίες στην υιοθέτηση και εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων παραγωγής

Οι μεγάλες επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα από τη μια να παρακολουθούν τις εξελίξεις στους διαφόρους τομείς της βιομηχανίας και από την άλλη να μπορούν να εισαγάγουν νέες τεχνολογίες καθώς διαθέτουν τα απαιτούμενα κεφάλαια.

Αδυναμία διάθεσης κεφαλαίων για έρευνα και ανάπτυξη

Η χρηματοοικονομική αδυναμία των ΜμΕ οδηγεί σε αλυσιδωτές επιπτώσεις στην ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης. Η διενέργεια επιστημονικής έρευνας προϋποθέτει την διάθεση κεφαλαίων για απόκτηση εργαστηριακού εξοπλισμού, για αμοιβές ερευνητικού προσωπικού, κόστος των δοκιμών και κάλυψη της οικονομικής ζημιάς των αποτυχημένων εγχειρημάτων. Η δυνατότητα διάθεσης κεφαλαίων για επιστημονική έρευνα αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα για τις μεγάλες επιχειρήσεις καθώς μεταξύ άλλων στοχεύει στην μείωση του κόστους, στην αύξηση της παραγωγικότητας, στη βελτίωση της ποιότητας και στην απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

1.5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Τα προβλήματα που δημιουργούσε η μη ύπαρξη ενός καθολικά αποδεκτού ορισμού για τις ΜμΕ, με κυριότερο την αδυναμία στόχευσης στις περιπτώσεις που το ζητούμενο ήταν η ενίσχυση των επιχειρήσεων αυτών, οδήγησε την ΕΕ στην υιοθέτηση ενός ορισμού στη βάση των εξής μετρήσιμων κριτηρίων: α) του αριθμού εργαζομένων και β) του κύκλου εργασιών ή του ετήσιου προϋπολογισμού.

Οι ΜμΕ διαθέτουν κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που είτε αποτελούν πλεονεκτήματα για την αξιοποίηση των προκλήσεων, είτε μειονεκτήματα που εμποδίζουν την ανάπτυξη τους. Μεταξύ άλλων τα κυριότερα πλεονεκτήματα των ΜμΕ είναι η ευελιξία και ταχύτητα στη λήψη αποφάσεων, χαμηλότερο κόστος προσαρμογής, άμεση εποπτεία του προσωπικού, και της εξυπηρέτησης του κοινού με δυνατότητα εξυπηρέτησης ιδιαίτερων αναγκών των πελατών, διευκόλυνση των μεγάλων επιχειρήσεων και εισαγωγή καινοτομιών λόγω της δημιουργικότητας που αναγκάζονται να επιδείξουν.

Μειονεκτήματα των ΜμΕ που λειτουργούν αρνητικά και απειλητικά πολλές φορές προς την ίδια την επιβίωση τους, είναι ο μεγάλος επιχειρηματικός κίνδυνος που δημιουργείται από την συγκέντρωση της εξουσίας στο πρόσωπο του ιδιοκτήτη και από την έλλειψη κεφαλαίων καθώς και η πιστοληπτική τους αδυναμία για μακροχρόνιο δανεισμό. Η θέση των ΜμΕ δυσχεραίνεται περαιτέρω από τη μικρή παραγωγική ικανότητα τους, τις δυσκολίες στην υιοθέτηση σύγχρονων μεθόδων λόγω στενότητας κεφαλαίων όπως επίσης και από την ανυπαρξία οικονομιών κλίμακας που έχει ως αποτέλεσμα να μην επιτυγχάνονται καλύτερες τιμές από τους προμηθευτές.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Διαδικτυακές Πηγές:

ΕΕ

- Συνθήκη Λειτουργίας της ΕΕ ενοποιημένη απόδοση
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=celex%3A12012E%2FTXT>
- Σύσταση της Επιτροπής της 3ης Απριλίου 1996 σχετικά με τον ορισμό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX%3A31996H0280>
- Σύσταση της Επιτροπής της 6ης Μαΐου 2003 σχετικά με τον ορισμό των πολύ μικρών, των μικρών και των μεσαίων επιχειρήσεων
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:124:0036:0041:el:PDF>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ ΜΜΕ ΚΑΙ Η ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΟΥΣ

Σύμφωνα με την Nicoleta Raluca ROBU και Ludovica Ioana Savlovschi **«για τις μεγάλες εταιρείες, οι ΜμΕ εκπροσωπούν τον κόσμο από τον οποίο προήλθαν και αποτελούν τους μελλοντικούς ανταγωνιστές τους. Για τα άτομα συνήθως εκπροσωπούν την πρώτη τους δουλειά, το πρώτο τους βήμα στην καριέρα τους. Είναι επίσης το πρώτο βήμα στο κόσμο της επιχειρηματικότητας. Για την οικονομία στο σύνολο της, οι ΜμΕ είναι οι εισαγωγείς νέων ιδεών που επιταχύνουν την ανάπτυξη με πιο αποτελεσματική χρήση των πόρων»**. Είναι κοινή διαπίστωση ότι οι ΜμΕ είναι απαραίτητες για την οικονομική ευημερία και έχουν χαρακτηριστεί ως «η μηχανή της οικονομικής ανάπτυξης». Εξάλλου λόγω του αριθμού τους κυριαρχούν στην παγκόσμια επιχειρηματική σκηνή. Σύμφωνα με την Έκθεση για τον Ρόλο των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στη Μεσόγειο θεωρούνται η κινητήρια δύναμη των σύγχρονων οικονομιών λόγω της συνεισφοράς τους στη δημιουργία θέσεων εργασίας, στην προώθηση εξαγωγών, στην τεχνολογική αναβάθμιση και στην καινοτομία. Περαιτέρω αναφέρεται στην ίδια έκθεση ότι ενισχύουν τη διεθνή ανταγωνιστικότητα των κρατών μελών και της ΕΕ , συμβάλλουν στην ενίσχυση της ιδέας της «κοινωνίας της γνώσης» και προάγουν την κοινωνική σταθερότητα.

Από τις δημοσιευμένες μελέτες που υπάρχουν σε σχέση με τη συνεισφορά των ΜμΕ στην οικονομική ανάπτυξη και κοινωνική πρόοδο προκύπτει ότι η μεγαλύτερη συνεισφορά τους επικεντρώνεται στα ακόλουθα πεδία, τα οποία, εντούτοις, σε κάποιες περιπτώσεις αλληλεπικαλύπτονται:

- δημιουργία θέσεων εργασίας,
- ανάπτυξη πρωτοβουλιών από τα διάφορα στρώματα του πληθυσμού ,
- δικαιότερη κατανομή του πλούτου αφού η δυνατότητα παραγωγής κατανέμεται στους διάφορους τομείς του πληθυσμού,
- ανάπτυξη μορφών ανταγωνισμού σε χώρους που είναι αποθαρρυντικοί για τις μεγάλες επιχειρήσεις,
- δημιουργούν αποταμιευτικό πνεύμα που διοχετεύεται στην παραγωγή και στην κοινωνική εξυπηρέτηση των περιοχών,
- συμβάλλουν στη διατήρηση του ελεύθερου ανταγωνισμού αφού λόγω του μεγάλου αριθμού τους, εμποδίζουν τις μεγάλες επιχειρήσεις στη δημιουργία μονοπωλίων,
- αποκέντρωση και εξισορρόπηση ανάπτυξης μεταξύ των μεγαλύτερων και μικρότερων περιοχών

- συμβάλλουν στην απόκτηση εκπαίδευσης και κατάρτισης από τους εργαζομένους τους,
- συμβάλλουν στην τεχνική εξέλιξη με τις καινοτομίες που αναπτύσσουν,
- συμβάλλουν στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος αφού λόγω της φύσης αλλά και της προσαρμοστικότητας τους χρησιμοποιούν μεθόδους παραγωγής λιγότερο ρυπογόνους,
- αποτελούν φυτώρια δημιουργίας επιχειρηματικών στελεχών σε εθνικό και κοινοτικό επίπεδο καθώς διοχετεύουν στελέχη σε μεγαλύτερες επιχειρήσεις.

Στη συνέχεια επιχειρείται περαιτέρω επεξήγηση της συνεισφοράς των ΜμΕ, με την ομαδοποίηση των πιο πάνω πεδίων, καθώς όπως ήδη αναφέρθηκε σε αρκετές περιπτώσεις αλληλεπικαλύπτονται.

2.1.ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο Mark Hart μιλώντας για το οικονομικό περιβάλλον του Ηνωμένου Βασιλείου δηλώνει ότι «είναι ξεκάθαρο για τον ίδιο ότι οι ΜμΕ και ειδικότερα οι ΠΜΕ είναι υπεύθυνες για την παροχή της πλειονότητας των θέσεων εργασίας τα τελευταία 5 χρόνια ... ειδικά την περίοδο της οικονομικής κρίσης». Χαρακτηριστικά αναφέρει ότι θεωρεί τις ΜμΕ κινητήρες δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας.

Παρόλο που ακριβή στοιχεία δεν είναι διαθέσιμα, σύμφωνα με εκτιμήσεις της Παγκόσμιας Τράπεζας οι ΜμΕ αποτελούν το 95% των υπάρχουσών επιχειρήσεων και εργοδοτούν το 60% των εργαζομένων στον ιδιωτικό τομέα. Πιστεύεται ακόμα ότι συνεισφέρουν γύρω στο 50% της παγκόσμιας ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας.

Περαιτέρω και όσον αφορά την ΕΕ το 85% των καθαρών νέων θέσεων εργασίας στην ΕΕ μεταξύ του 2002 και του 2010 δημιουργήθηκαν από τις ΜμΕ, σύμφωνα με το Δελτίο Τύπου της ΕΕ της 16ης Ιανουαρίου 2012 . Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία καθώς το μερίδιο που έχουν οι ΜΜΕ στη συνολική απασχόληση είναι μόνο 67%. Στο ίδιο Δελτίο Τύπου ο αντιπρόεδρος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, Antonio Tajani, αρμόδιος για την επιχειρηματικότητα και τη βιομηχανία, δήλωσε: *«Την κρίσιμη αυτή στιγμή για την ευρωπαϊκή οικονομία, βλέπουμε τις μικρές επιχειρήσεις να διαδραματίζουν και να επιβεβαιώνουν τον ρόλο τους ως κύριων δημιουργών νέων θέσεων εργασίας. Το σημαντικό μερίδιό τους στη δημιουργία θέσεων εργασίας υπογραμμίζει τη μεγαλύτερη από ποτέ οικονομική σημασία των ΜΜΕ και την ανάγκη υποστήριξής τους σε όλα τα επίπεδα. Οι μικρές και οι νέες επιχειρήσεις είναι σαφώς το κλειδί για την αποκατάσταση της οικονομικής ανάπτυξης»*. Συνεπώς με την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας συνεισφέρουν στην εκτόνωση της πίεσης στην απασχόληση (employment pressure) και διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην άμβλυνση της φτώχειας και στη κοινωνική σταθερότητα.

2.2 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ ΑΠΟ ΤΑ ΔΙΑΦΟΡΑ ΣΤΡΩΜΑΤΑ ΤΟΥ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ ΚΑΙ ΔΙΚΑΙΟΤΕΡΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΟΥ ΠΛΟΥΤΟΥ

Επίσης οι ΜμΕ έχουν καλύτερες εργασιακές σχέσεις από τις μεγάλες επιχειρήσεις, εξασφαλίζουν de facto την κατάρτιση του εργατικού δυναμικού και συμβάλλουν στην απορρόφηση των λιγότερο ευνοημένων κατηγοριών στην αγορά εργασίας, όπως γυναικών, νέων και ανειδίκευτων εργαζομένων.

2.3 ΑΠΟΚΕΝΤΡΩΣΗ ΚΑΙ ΕΙΣΟΡΡΟΠΗΣΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΩΝ ΚΑΙ ΜΙΚΡΟΤΕΡΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ

Οι ΜμΕ διαφέρουν από τις μεγάλες επιχειρήσεις καθώς έχουν τη δυνατότητα να δραστηριοποιηθούν σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο, προσφέροντας μοναδικές υπηρεσίες. Αξιοποίηση τοπικών υλών και τοπικών χαρακτηριστικών, επιλογή προμηθευτών σε τοπικό επίπεδο και απασχόληση ανθρώπινου δυναμικού από την τοπική κοινωνία συμβάλλουν στην ανάπτυξη απομακρυσμένων περιοχών δικαιολογώντας και τεκμηριώνοντας τον αναντικατάστατο ρόλο που τους αποδίδεται σε σχέση με τις μεγάλες επιχειρήσεις. Η αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού που υπάρχει σε τοπικό επίπεδο αποτρέπει τη μετανάστευση και ελαχιστοποιεί τη μετακίνηση από το χώρο διαμονής στο χώρο εργασίας. Περαιτέρω αναπτύσσουν μορφές ανταγωνισμού σε χώρους που οι μεγάλες επιχειρήσεις δεν θα διακινδύνευαν την ύπαρξή τους.

Στα ίδια συμπεράσματα καταλήγει και ο Rehman Sherief (2005), ότι δηλαδή οι αγροτικές επιχειρήσεις είναι σημαντικές γεννήτριες της απασχόλησης και της οικονομικής ανάπτυξης σε διεθνές επίπεδο. Η συμβολή της επιχειρηματικότητας των ΜμΕ στις αγροτικές περιοχές είναι ζωτικής σημασίας για την οικονομική ανάπτυξη της υπαίθρου. Συνεχίζει περαιτέρω με τη διαπίστωση ότι οι ΜμΕ αποτελούν πνεύμονα ανάπτυξης για απομονωμένα χωριά και περιοχές που βρίσκονται σε μειονεκτική θέση λόγω γεωγραφικών, μορφολογικών και πληθυσμιακών ιδιαιτεροτήτων.

Οι ΜμΕ με αυτό τον τρόπο επηρεάζουν θετικά τη διάρθρωση της οικονομίας καθώς η παραγωγή προϊόντων και η παροχή υπηρεσιών κατανέμονται σε μεγαλύτερο αριθμό οικονομικών μονάδων που είναι διεσπαρμένες σε όλη την επικράτεια μιας χώρας. Εν ολίγοις, η ύπαρξη των ΜμΕ αποθαρρύνει τη συγκέντρωση του εθνικού εισοδήματος και της παραγωγικής ικανότητας σε ένα μικρό αριθμό ατόμων ή επιχειρήσεων.

2.4. ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΓΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Οι ΜμΕ συμβάλλουν στην ενίσχυση της ιδέας της “κοινωνίας της γνώσης” καθώς αποτελούν χώρους κατάρτισης των νέων εργαζομένων. Επίσης ο τομέας των ΜμΕ παραμένει πολύ καινοτόμος και προσαρμόσιμος για να καταφέρει να επιβιώσει κατά την οικονομική ύφεση (Nguí Thomas Katua 2014). Περαιτέρω στην ίδια έρευνα αναφέρονται εμπειρικές μελέτες

που κατέδειξαν το ρόλο που διαδραματίζουν οι νέες εταιρείες στη δημιουργία θέσεων καινοτομίας, εργασίας, οικονομικής ανάπτυξης και μείωσης της ανεργίας π.χ. Garikai 2011, Baptista 2005, Fritsch & Mueller, 2005. Η καινοτομία αποτελεί παράγοντα ζωτικότητας των ΜμΕ και πρέπει να αναφερθεί ότι υπάρχει μια μεγάλη συσχέτιση μεταξύ του βαθμού της φτώχειας / της πείνας, της ανεργίας, της οικονομικής ευημερίας/ του βιοτικού επιπέδου των πολιτών των χωρών και του βαθμού της ζωτικότητας των ΜμΕ της. Εξάλλου αντιπροσωπεύουν ένα σημαντικό μερίδιο της βιομηχανικής παραγωγής και των εξαγωγών. Όπως αναφέρει σχετικά ο Μούσης (2011) το μικρό μέγεθος των ΜμΕ και η ευελιξία που συνεπάγεται, είναι ένα σημαντικό πλεονέκτημα για προσαρμογή σε νέες τεχνολογίες και για δημιουργία καινοτόμων λύσεων: *«είναι προφανές ότι οι οικονομίες κλίμακας των μεγάλων επιχειρήσεων είναι πολύ σημαντικές για τη μαζική παραγωγή τυποποιημένων προϊόντων, είναι επίσης εμφανές ότι η απλή και ευέλικτη διαχείριση μιας μικρής επιχείρησης είναι σημαντικό πλεονέκτημα σε ορισμένες περιπτώσεις ιδίως για την παραγωγή προϊόντων ποιότητας και την ταχεία προσαρμογή στις απαιτήσεις της αγοράς και τις εξελίξεις της τεχνολογίας»*.

Περαιτέρω οι ΜμΕ αντικρίζονται πλέον ως μηχανές καινοτομικής δραστηριότητας και κοινωνικό-οικονομικής ανάπτυξης. Σε αυτή την αλλαγή της αντίληψης, που επικρατούσε, ότι δηλαδή, η καινοτομία αποτελεί προνόμιο και επίτευγμα των μεγάλων επιχειρήσεων οδήγησαν α) οι νέες μέθοδοι μέτρησης της καινοτομίας, β) το γεγονός ότι διαψεύστηκε και αντικαταστάθηκε η γενική αντίληψη που υπήρχε ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις ήταν οι βασικοί δημιουργοί απασχόλησης και οικονομικής ανάπτυξης μαζί με γ) το γεγονός ότι η καινοτομία θεωρείται πλέον απαραίτητη προϋπόθεση για κάθε επιχείρηση, ώστε να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων. Πρέπει να αναφερθεί ότι σήμερα η έννοια της καινοτομίας, δεν περιορίζεται στην εισαγωγή νέας τεχνολογίας στη παραγωγή ή στη δημιουργία της ως τελικό προϊόν, αλλά περιλαμβάνει και κάθε νεωτερισμό που μπορεί να αφορά το οργανωτικό πεδίο της επιχείρησης.

Οι ΜμΕ όπως φαίνεται και από τα στατιστικά της ΕΕ καινοτομούν για να βελτιώσουν την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών τους, για να προσεγγίσουν νέες αγορές, για να επεκτείνουν τις επιχειρήσεις τους και για να μειώσουν το κόστος λειτουργίας τους. Ειδική αναφορά πρέπει να γίνει στην κατηγορία των ΜμΕ υψηλής τεχνολογίας αλλιώς έντασης τεχνολογίας ή καινοτόμες ΜμΕ ή επιχειρήσεις έντασης Έρευνας και Ανάπτυξης. Ουσιαστικά υπάρχει μια ποικιλία όρων για αυτές τις επιχειρήσεις που όπως φαίνεται συχνά έχουν παρόμοια σημασία.

2.5 ΠΡΩΘΗΣΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Οι ΜμΕ αποτελώντας τη ραχοκοκαλιά κάθε οικονομίας λόγω του μεγάλου αριθμού τους, του μεγέθους και της φύσης των δραστηριοτήτων τους αξιοποιούν τις ενδογενείς πηγές και ενισχύουν τις υποδομές για ανάπτυξη της οικονομίας μιας χώρας. Όπως σημειώνει ο Normah Mohd. Aris (2006) « η οικονομική ανάπτυξη στις αναπτυγμένες χώρες όπως η Ιαπωνία, Κορέα και Ταιβάν δημιουργήθηκε κυρίως από τις δραστηριότητες των ΜμΕ».

Σύμφωνα με τους Cernat et al. (2014) «Οι ΜμΕ της ΕΕ που εξάγουν αγαθά αριθμούνται σε πάνω από 600.000 και αποτελούν το 80% των επιχειρήσεων της ΕΕ που εξάγουν αγαθά, με τις εξαγωγές τους να αντιπροσωπεύουν το ένα τρίτο του συνόλου των εξαγωγών της ΕΕ. Ωστόσο παραμένει αναξιοποίητη μεγάλη δυναμική εξαγωγής των ΜμΕ λόγω των δεδομένων εγγενών και εμπορικών εμποδίων».

Αναφέρεται περαιτέρω ότι σύμφωνα με στοιχεία που παραθέτει η Telegraph και επιβεβαιώνονται από τον ηλεκτρονικό κόμβο για τις ΜμΕ στο Ηνωμένο Βασίλειο, το 34% των πωλήσεων των ΜμΕ στο Ηνωμένο Βασίλειο προέρχονται από εξαγωγές.

2.6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Η συνεισφορά των ΜμΕ στην οικονομική ανάπτυξη και κοινωνική πρόοδο, όπως προκύπτει από τους αριθμούς, είναι τεράστια. Μεταξύ άλλων οι κυριότεροι τομείς/περιοχές όπου η συμβολή των ΜμΕ κρίνεται καθοριστική είναι ο τομέας της δημιουργίας θέσεων εργασίας, η αποκέντρωση και εξισορρόπηση της ανάπτυξης μεταξύ μεγαλύτερων και μικρότερων περιοχών, η ενίσχυση της κοινωνίας της γνώσης και η προώθηση των εξαγωγών. Ειδικότερα στον τομέα της απασχόλησης, τα συμπεράσματα που προκύπτουν σε σχέση με τη συνεισφορά των ΜμΕ είναι ότι: α) έχουν πολύ μεγάλη συμβολή στη δημιουργία θέσεων εργασίας στην οικονομία, πολύ μεγαλύτερη συγκριτικά με το μερίδιο της απασχόλησης που κατέχουν και β) έχουν μια συνεπέστερη συμβολή στη δημιουργία θέσεων εργασίας σε αντίθεση με τις μεγάλες επιχειρήσεις που η συμβολή τους επηρεάζεται από τις αλλαγές στα εργασιακά δεδομένα και από τα μεγέθη του εμπορικού κύκλου τους.

Περαιτέρω ιδιαίτερη συνεισφορά φαίνεται να υπάρχει στην αποκέντρωση και εξισορρόπηση της ανάπτυξης μεταξύ των μεγαλύτερων και μικρότερων περιοχών λόγω της δυνατότητας που έχουν να δραστηριοποιούνται σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο, αξιοποιώντας το ανθρώπινο δυναμικό, τα υλικά, τα χαρακτηριστικά και τους προμηθευτές απομακρυσμένων περιοχών. Με τον τρόπο αυτό αποθαρρύνεται η συγκέντρωση του εθνικού εισοδήματος και της παραγωγικής ικανότητας σε ένα μικρό αριθμό ατόμων ή επιχειρήσεων.

Όσον αφορά την «κοινωνία της γνώσης» η συμβολή των ΜμΕ προκύπτει από το γεγονός ότι σύμφωνα με τα στοιχεία, αποτελούν τους πρώτους εργοδότες των νέων εργαζομένων και έτσι αναπόφευκτα αποτελούν και τους χώρους κατάρτισης τους. Επιπρόσθετα η επικαιροποιημένη έννοια της καινοτομίας που πλέον περιλαμβάνει κάθε νεωτερισμό που μπορεί να αφορά μέχρι και το οργανωτικό πεδίο της επιχείρησης, οδηγεί στην εκτίμηση της συνεισφοράς των ΜμΕ στην καινοτομική δραστηριότητα λόγω των νέων λύσεων που αναγκάζονται να επινοήσουν στην προσπάθειά τους για την βελτίωση της ποιότητας, του κόστους λειτουργίας και γενικά για την ανάπτυξη τους.

Τέλος αναφέρεται η συνεισφορά τους στην προώθηση των εξαγωγών καθώς οι εξαγωγές των ΜμΕ αντιπροσωπεύουν το ένα τρίτο του συνόλου των εξαγωγών της ΕΕ.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Ελληνική:

- Μούση Ν.(2011) Ευρωπαϊκή Ένωση: δίκαιο, οικονομία, πολιτικές (βιβλίο) ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΑΠΑΖΗΣΗ Αθήνα

Ξένα :

- Katua, Ngui Thomas, (2014), The Role of SMEs in Employment Creation and Economic Growth in Selected Countries International Journal of Education and Research, Vol. 2 No. 12 December 2014.
- Normah, Mohd. Aris, (2006), “SMEs: building Blocks for economic growth”. Statistics Malaysia - Journal of the Department of Statistics, Malaysia (Volume 1, 2007) .
- Savlovschi Ludovica Ioana and Nicoleta Raluca ROBU, (2011), «The Role of SMEs in Modern Economy»
- Sultan Rehman Sherief, (2005), «Entrepreneurship as an economic force in rural development», Africa Economic Analysis

Διαδικτυακές Πηγές :

ΕΕ

- Δελτίο Τύπου της ΕΕ 16 Ιανουαρίου 2012
http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-20_el.htm
- DG TRADE Chief Economist Notes “Smes are more important than you think! challenges and opportunities for EU exporting smes Lucian Cernat, Ana Norman-López and Ana Duch T-Figueras” 2014
http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2014/september/tradoc_152792.pdf

OTHER

- Edinburgh Group, Growing the global economy through SMEs,
http://www.edinburgh-group.org/media/2776/edinburgh_group_research_-_growing_the_global_economy_through_smes.pdf

- Fathallah Oualalou ARLEM Έκθεση με θέμα «Ο ρόλος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη Μεσόγειο»
<http://cor.europa.eu/en/activities/arlem/Documents/report-on-SMEs-2011/EN.pdf>
- The role of SME's in the UK Economy-Thought Economics Interviews with the world's leading thinkers
- <https://thoughteconomics.com/the-role-of-smes-in-the-uk-economy/>
- Telegraph 18 Jun 2014 "The importance of SMEs to the UK economy"
<http://www.telegraph.co.uk/business/sme-home/>

ΜΕΡΟΣ Β -ΑΠΕΙΛΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΜΜΕ

Η εποχή μας έχει κλυδωνιστεί από την παγκόσμια οικονομική και χρηματοπιστωτική κρίση που έχει δημιουργήσει ένα ιδιαίτερα δυσχερές περιβάλλον για τις επιχειρήσεις σε ολόκληρο τον κόσμο. Οικονομίες χωρών έχουν οδηγηθεί σε χρεωκοπία και κολοσσοί έχουν καταρρεύσει. Ασφαλώς ο τομέας των ΜμΕ δεν μπορούσε να μείνει ανεπηρέαστος καθώς η πρόσβαση στη χρηματοδότηση καθίσταται δυσκολότερη και επιπρόσθετα λόγω ακριβώς της κρίσης η ζήτηση σε αγαθά και υπηρεσίες συρρικνώνεται. Αντίθετα ο βαθμός που έχει επηρεάσει τις ΜμΕ είναι δυσανάλογος σε σχέση με το μέγεθος τους. Αυτό συμβαίνει, επειδή από τη *μια πλευρά, είναι δύσκολο για τις ΜμΕ να περιορίσουν το μέγεθος τους, αφού είναι ήδη μικρές ενώ από την άλλη, η χρηματοοικονομική τους δομή είναι λιγότερο στερεή, ενώ υφίστανται συχνά τον αντίκτυπο από τις δυσχέρειες που αντιμετωπίζουν οι μεγάλες επιχειρήσεις.*

Οι απειλές και προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ΜμΕ στις καθημερινές τους δραστηριότητες, διακρίνονται σε 2 κατηγορίες : α) τις εξωτερικές που σχετίζονται με το οικονομικό περιβάλλον στο οποίο λειτουργούν, την κατάσταση της οικονομίας της χώρας , της ΕΕ και της παγκόσμιας οικονομίας και β) τις εσωτερικές που απορρέουν από τα εγγενή χαρακτηριστικά των ΜμΕ όπως π.χ. το μέγεθος, την ιδιοκτησία κλπ. Στις εξωτερικές απειλές και προκλήσεις που θα μας απασχολήσουν στην παρούσα μελέτη, κυριαρχεί το πρόβλημα της **πρόσβασης στη χρηματοδότηση** –αδυναμία δανεισμού από τις τράπεζες, οι **δυσκολίες του επιχειρηματικού περιβάλλοντος** (φόροι, η γραφειοκρατία, διοικητικά κόστη), η **πρόσβαση στις αγορές** (ο ανταγωνισμός στην ίδια τη χώρα αλλά και η πρόκληση της επέκτασης στο εξωτερικό, και ο ανταγωνισμός στο νέο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον), **η καινοτομία, η πράσινη και η γυναικεία επιχειρηματικότητα.**

Επειδή, όπως έχει ήδη αναφερθεί, ο τομέας των ΜμΕ αποτελεί ζωτικό τομέα της οικονομίας κάθε χώρας και συνακόλουθα της οικονομίας της ΕΕ και της παγκόσμιας, τόσο η κάθε χώρα ξεχωριστά όσο και η ΕΕ αλλά και η Παγκόσμια Τράπεζα, λαμβάνουν διάφορα μέτρα για να ενισχύσουν τις ΜμΕ στον αγώνα τους να ανταπεξέλθουν. Ως εκ τούτου με την ανάλυση της κάθε απειλής/πρόκλησης θα αναφέρονται μέτρα που έχουν ληφθεί από τα κράτη, από την ΕΕ και άλλους διεθνείς οργανισμούς καθώς και προτεινόμενα μέτρα χειρισμού που μπορούν να ληφθούν από τις ίδιες τις επιχειρήσεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Η πρόσβαση στη χρηματοδότηση αποτελούσε ανέκαθεν ένα από τα σοβαρότερα-αν όχι το κρίσιμότερο πρόβλημα που αντιμετώπιζαν οι ΜμΕ. Δυσκολότερα εξασφάλιζαν χρηματοδότηση σε σύγκριση με τις μεγάλες επιχειρήσεις και συνήθως βασίζονταν σε προσωπικά κεφάλαια για να λειτουργήσουν. Σύμφωνα με στοιχεία της Παγκόσμιας Τράπεζας το 50% των επίσημων ΜμΕ δεν έχουν πρόσβαση σε επίσημη πίστωση. Το χρηματοδοτικό χάσμα είναι ακόμα μεγαλύτερο αν ληφθούν υπόψη οι ΠΜΕ και οι ανεπίσημες επιχειρήσεις. Περίπου 70% από όλες τις ΠΜΕ στις αναδυόμενες οικονομίες δεν έχουν πρόσβαση σε πίστωση. Η κατάσταση επιδεινώθηκε με τη παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση, της οποίας δυστυχώς μια από τις επιπτώσεις είναι ακριβώς η αποφυγή από μέρους των χρηματοπιστωτικών οργανισμών να αναλάβουν ρίσκο. Με αυτόν τον τρόπο, οι παραδοσιακοί δίαυλοι χρηματοδότησης έκλεισαν για τις ΜμΕ. Ως εκ τούτου πολιτική προτεραιότητας πρέπει να είναι οι διευκολύνσεις για μείωση των πιστωτικών περιορισμών ώστε να αναζωογονηθούν οι ΜμΕ.

3.1.ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

Η εξωτερική χρηματοδότηση αποτελεί σημαντικό μέρος του μηχανισμού της αγοράς για την κατανομή πόρων στην οικονομία. Η εξωτερική χρηματοδότηση δίνει τη δυνατότητα σε νέες επιχειρήσεις με καινοτόμα προϊόντα ή πιο αποτελεσματικές διαδικασίες παραγωγής να εκτοπίσουν λιγότερο αποτελεσματικές επιχειρήσεις. Αυτό συμβάλλει στη βελτίωση της παραγωγικότητας και στη χρήση πόρων της οικονομίας που διαφορετικά παραμένουν αναξιοποίητοι.

Η πρόσβαση στη χρηματοδότηση είναι κρίσιμης σημασίας για τις ΜμΕ όπως ακριβώς και για τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις, καθώς είναι απαραίτητη πρώτα και κύρια για την δημιουργία τους / την εκκίνηση τους και στη συνέχεια για την ανάπτυξη τους. Από την άλλη η έλλειψη χρηματοδότησης πολύ συχνά περιορίζει τις ταμειακές ροές και παρεμποδίζει τις προοπτικές επιβίωσης των επιχειρήσεων.

Μελέτες και έρευνες δείχνουν ότι η πρόσβαση στη χρηματοδότηση έχει ευεργετικό αντίκτυπο στην εκκίνηση επιχειρήσεων και στην ανάπτυξη τόσο των νέων όσο και των υφιστάμενων επιχειρήσεων, και ως εκ τούτου δύναται να συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη. Σύμφωνα με την έρευνα της Nesta UK (2011) «*Η χρηματοδότηση είναι ένα δυσανάλογα σημαντικό εμπόδιο για επιχειρήσεις υψηλής ανάπτυξης σε σύγκριση με άλλες επιχειρήσεις. Το 18% των επιχειρήσεων υψηλής ανάπτυξης θεωρεί ότι η χρηματοδότηση, είτε ως βραχυπρόθεσμη ταμειακή ροή είτε ως μακροπρόθεσμη χρηματοδότηση αποτελεί το σημαντικότερο εμπόδιο που αντιμετωπίζουν για την ανάπτυξη, σε σύγκριση με μόλις 13 % των άλλων επιχειρήσεων. Τα ίδια συμπεράσματα προκύπτουν και από την εξέταση των αποτελεσμάτων που αφορούν ξεχωριστά τις ταμειακές ροές και την χρηματοδότηση ως ένα από τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν. Είναι πιο πιθανό να αναφερθούν ως σημαντικά*

εμπόδια από τις επιχειρήσεις υψηλής ανάπτυξης παρά από τις επιχειρήσεις με χαμηλότερη δυναμικότητα ανάπτυξης. Κάτι που δεν αποτελεί έκπληξη καθώς είναι εξαιρετικά δύσκολο να πετύχει μια επιχείρηση ταχεία επέκταση βασισμένη μόνο σε εσωτερικούς πόρους.»

Περαιτέρω οι Aghion et al (2007) διαπίστωσαν ότι «τόσο η ιδιωτική πίστωση όσο και η χρηματοπιστηριακή κεφαλαιοποίηση είναι σημαντικές για την προώθηση τόσο της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων όσο και για της μετέπειτα ανάπτυξης των επιχειρήσεων. Συνολικά, τα αποτελέσματα αυτά δείχνουν ότι, παρά τη σημαντική πρόοδο που σημειώθηκε κατά την τελευταία δεκαετία, πολλές χώρες, συμπεριλαμβανομένων εκείνων της ηπειρωτικής Ευρώπης, θα πρέπει να βελτιώσουν τις χρηματοπιστωτικές αγορές τους, ...ώστε να ενθαρρύνουν την είσοδο νέων (ιδιαίτερα μικρών) επιχειρήσεων αλλά και την ανάπτυξη των εταιρειών που ήδη δημιουργήθηκαν.»

Οι Ayyagari et al. (2006), πραγματοποίησαν έρευνα σε 80 χώρες, για να αξιολογήσουν ποια από τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματικού περιβάλλοντος είναι περισσότερο περιοριστικά για την σταθερή ανάπτυξη. Κατά την εξέταση παραγόντων όπως οι φόροι, οι κανονισμοί, η δικαστική αποτελεσματικότητα, η υποδομή, και οι αδυναμίες σε θέματα χρηματοδότησης που είχαν προσελκύσει σημαντική προσοχή στις μέχρι τότε έρευνες, διαφάνηκε ότι η πρόσβαση στη χρηματοδότηση χαρακτηρίζεται ως ο κύριος περιορισμός από το 30% περίπου των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, ποσοστό παρόμοιο με εκείνο που αφορούσε την οικονομική πολιτική, την αβεβαιότητα και τη διαφθορά. Επιπλέον, η χρηματοδότηση φάνηκε ότι είναι ένα από τα λίγα χαρακτηριστικά του επιχειρησιακού περιβάλλοντος που μαζί με το έγκλημα και την πολιτική αστάθεια, συνδέεται άμεσα με τη σταθερή ανάπτυξη ενώ τα άλλα χαρακτηριστικά έχουν ως επί το πλείστο μια έμμεση επίπτωση στη σταθερή ανάπτυξη.

Οι ΜμΕ είναι κινητήριες δυνάμεις της καινοτομίας, της ανάπτυξης, της δημιουργίας θέσεων απασχόληση και της κοινωνικής συνοχής. Ωστόσο για να καταφέρουν να φτάσουν στην πλήρη αξιοποίηση των δυνατοτήτων τους πρέπει να καταφέρουν να εξασφαλίσουν την απαιτούμενη χρηματοδότηση για την έναρξη και ανάπτυξη της επιχείρησής τους. Αδυναμία πρόσβασης στη χρηματοδότηση θα έχει σοβαρές επιπτώσεις στην οικονομία και στην κοινωνία γενικότερα.

3.2 ΕΜΠΟΔΙΑ ΚΑΙ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΗ ΤΗΣ

Η έλλειψη κατάλληλων μορφών χρηματοδότησης αποτελεί μακροχρόνιο εμπόδιο για τις ΜμΕ με διαφορετικό βαθμό σοβαρότητας στις δυσκολίες μεταξύ των διαφόρων χωρών. Οι ΜμΕ είναι συνήθως σε μειονεκτική θέση συγκρινόμενες με τις μεγάλες επιχειρήσεις στην πρόσβαση στη χρηματοδότηση λόγω της αδιαφάνειας, και της έλλειψης χρηματοοικονομικών δεξιοτήτων. Οι χρηματοδοτικές ανάγκες διαφέρουν μεταξύ των επιχειρήσεων και εξαρτώνται από το μέγεθος της κάθε μιας, το στάδιο ανάπτυξης της την ηλικία της και άλλους παράγοντες που σχετίζονται είτε με την ίδια είτε με το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται. Οι διαφορετικές χρηματοδοτικές ανάγκες καταδεικνύουν και

την ανάγκη ύπαρξης διαφορετικών τρόπων χρηματοδότησης. Συνήθως οι ΜμΕ επιβαρύνονται με υψηλότερα επιτόκια, αυστηρότερους όρους δανεισμού συγκρινόμενες με τις μεγαλύτερες εταιρείες. Ιδιαίτερες δυσκολίες αντιμετωπίζουν οι καινοτόμες και οι επιχειρήσεις που προσανατολίζονται στην γρήγορη ανάπτυξη. Σοβαρότερα προβλήματα βέβαια αντιμετωπίζουν οι ανεπίσημες επιχειρήσεις.

Από την έρευνα των Beck et al (2005) που διενεργήθηκε στα δεδομένα επιχειρήσεων 54 διαφορετικών χωρών, προέκυψε ότι τα εμπόδια στη χρηματοδότηση έχουν σχεδόν διπλάσια επίπτωση στην ανάπτυξη των ΜμΕ από αυτή που έχουν στην ανάπτυξη των μεγάλων επιχειρήσεων. Εμπόδια όπως απαιτήσεις εγγυήσεων, συμπλήρωση εγγράφων για τις τράπεζες, πληρωμές των επιτοκίων και έλλειψη τραπεζικών πόρων βρέθηκε να έχουν τουλάχιστον διπλάσια επίπτωση. Επίσης η έλλειψη πρόσβασης σε συγκεκριμένες μορφές χρηματοδότησης όπως για εξαγωγές, για μακροπρόθεσμη χρηματοδότηση βρέθηκαν σημαντικά πιο περιοριστικά για την ανάπτυξη των μικρών από ότι για την ανάπτυξη των μεγάλων επιχειρήσεων.

Ειδικότερα σε περιόδους οικονομικής ύφεσης οι χρηματοοικονομικές πηγές τείνουν να στενεύουν πιο γρήγορα για τις μικρές επιχειρήσεις απ' ότι για τις μεγάλες. Τα αυστηρότερα μέτρα που λαμβάνονται από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα μετά την οικονομική κρίση και η άρνηση χρηματοδότησης καθιστά μεγαλύτερες και εντονότερες τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης για αυτή τη μεγάλη κατηγορία επιχειρήσεων. Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα γίνονται πιο δυσμενή έναντι του κινδύνου και αρνούνται τη χρηματοδότηση όχι μόνο προς τις επιχειρήσεις που δεν είναι βιώσιμες αλλά και σε αυτές που θα ήταν δυνητικά βιώσιμες, με καταστροφικές συνέπειες για την οικονομική ανάπτυξη.

Περαιτέρω αυτή η κατάσταση δρα αποθαρρυντικά και αποτρέπει τις ΜμΕ από την ζήτηση χρηματοδότησης, καθώς θεωρούν αδύνατη την εξασφάλιση της. Επιπρόσθετα οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων είναι δυνατόν να μην γνωρίζουν τις ευκαιρίες χρηματοδότησης που είναι διαθέσιμες, είτε ακόμα λόγω έλλειψης χρηματοοικονομικών δεξιοτήτων, να μην είναι σε θέση να παρουσιάσουν τις επιχειρήσεις τους ως ευκαιρία επένδυσης για να προσελκύσουν επενδυτές.

3.3 ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ ΟΙ ΜΜΕ

Πρέπει να σημειωθεί ότι ενώ η πρόσβαση στη χρηματοδότηση είναι σημαντική, περίπου το 50% των ΜμΕ χρησιμοποιούν άλλες από τις επίσημες πηγές εξωτερικής χρηματοδότησης, όπως για παράδειγμα εμπορικές πιστώσεις από τους προμηθευτές. Οι περισσότερες από τις ΜμΕ που χρησιμοποιούν μια τουλάχιστον μορφή εξωτερικής χρηματοδότησης, συνήθως χρησιμοποιούν την τραπεζική χρηματοδότηση όπως δάνεια, πιστωτικές κάρτες, παρατραβήγματα. Μικρότερο ποσοστό χρησιμοποιεί μετοχικό κεφάλαιο είτε από επιχειρηματικούς εταίρους είτε από επιχειρηματικούς αγγέλους. Γενικά, λόγω του μεγέθους τους και των μικρών ποσών που αναζητούν, δεν έχουν πρόσβαση στις αγορές κεφαλαίων ή ομολόγων. Ορισμένες μικρότερες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν, επίσης, προσωπική

χρηματοδότηση για να χρηματοδοτήσουν επενδύσεις και ανάπτυξη ή αναζητούν χρηματοδότηση από άλλες πηγές όπως το οικογενειακό και φιλικό περιβάλλον.

3.3.1 Εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης που υπάρχουν διαθέσιμες

Σύμφωνα με τους Thorsten Beck και Asli Demirguc-Kunt (2006) η πρόσβαση στη χρηματοδότηση είναι ένας σημαντικό εμπόδιο ανάπτυξης για τις ΜμΕ το οποίο έχουν την δυνατότητα να περιορίσουν τα χρηματοπιστωτικά και νομικά θεσμικά όργανα. Ωστόσο διαπιστώνεται ότι εναλλακτικά καινοτόμα μέσα μπορούν να διευκολύνουν την χρηματοδότηση ακόμα και στην απουσία καλά αναπτυγμένων χρηματοπιστωτικών και νομικών θεσμικών οργάνων. Παρατίθενται πιο κάτω επιγραμματικά εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης που μπορούν να αξιοποιηθούν από τις ΜμΕ όπως παρουσιάζονται στις εκθέσεις του ΟΟΣΑ.

3.3.2 Χρηματοδότηση βασισμένη σε περιουσιακά στοιχεία- Asset - based finance

Διαφέρει από το παραδοσιακό τρόπο χρηματοδότησης καθώς μια επιχείρηση αποκτά δάνειο βασισμένη στην αξία συγκεκριμένων στοιχείων ενεργητικού και όχι στην ικανότητα της να το ξεφλήσει. Κεφάλαιο κίνησης και οι όροι χρηματοδότησης είναι εξασφαλισμένα από τα στοιχεία του ενεργητικού όπως εμπορικοί λογαριασμοί εισπρακτέοι, απόθεμα, μηχανήματα και ακίνητη περιουσία.

Το πλεονέκτημα αυτής της χρηματοδότησης είναι ότι οι εταιρείες μπορούν να αποκτήσουν πρόσβαση σε μετρητά γρηγορότερα και με πιο ελαστικούς όρους από ότι τα παραδοσιακά τραπεζικά δάνεια, ανεξαρτήτως των αποτελεσμάτων του οικονομικού ισολογισμού τους. Με αυτό τον τρόπο διευκολύνονται οι επιχειρήσεις που δεν έχουν ιστορικό δανειοδότησης, που αντιμετωπίζουν προσωρινές ζημιές ή που χρειάζονται χρηματοδότηση δεν απαιτείται η καταβολή οποιωνδήποτε προσωπικών εγγυήσεων από τον επιχειρηματία.

Μειονεκτήματα είναι το κόστος και η πολυπλοκότητα των διαδικασιών(εκτίμηση των περιουσιακών στοιχείων, έλεγχος και νομικά έξοδα), όπως επίσης και το ότι αφορά μικρότερα κεφάλαια από αυτά που παρέχει ο τραπεζικός δανεισμός.

3.3.3 Εναλλακτικό χρέος – Alternative Debt

Διαφέρει από τον παραδοσιακό δανεισμό στο ότι τα κεφάλαια προσφέρονται από επενδυτές στην αγορά κεφαλαίων, παρά από τις τράπεζες. Περιλαμβάνει εταιρικά ομόλογα, εξασφαλισμένα χρέη και ομόλογα.

Αυτά τα εργαλεία θεωρούνται καινοτόμοι μηχανισμοί χρηματοδότησης και έχουν πολύ λίγο χρησιμοποιηθεί από τις ΜμΕ .

3.3.4 Κεφάλαια από το πλήθος- Crowd funding

Πρόκειται για μια τεχνική συγκέντρωσης κεφαλαίων από ένα μεγάλο ακροατήριο, παρά από μια μικρή ομάδα επενδυτών (π.χ. τράπεζες, επιχειρηματικούς αγγέλους). τα άτομα προσφέρουν στην επιχείρηση χρηματοοικονομική βοήθεια. Διεξάγεται συνήθως μέσω κοινωνικών δικτύων, πλατφόρμων κλπ. όπου ο επιχειρηματίας παραχωρεί πληροφόρηση για τις επιχειρηματικές του δραστηριότητες και αντικείμενα, υπό τύπο επιχειρηματικού προγραμματισμού και ζητά χρηματοδότηση υπό συγκεκριμένους όρους και προϋποθέσεις. Δηλαδή ο επιχειρηματίας δεν χρειάζεται οποιονδήποτε μεσάζοντα στη διαδικασία της συλλογής κεφαλαίων.

Η χρηματοδότηση μπορεί να γίνεται στη μορφή α) **εισφορών** (κυρίως για αγαθοεργίες και μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς), **ανταμοιβών** (μικρό συμβολικό εκτίμησης ή δημόσια αναγνώριση), **προ πωλήσεων ή προ παραγγελιών** (π.χ. χρηματοδότηση για ένα νέο προϊόν από το οποίο θα λάβουν μια πρώτη έκδοση), **δανεισμού** (συμπεριλαμβανομένων και τόκων για συγκεκριμένη περίοδο), **μετοχικού κεφαλαίου** (μετοχές και πιθανόν δικαίωμα ψήφου)

3.3.5 Υβριδικά εργαλεία – Hybrid instruments

Τα υβριδικά εργαλεία βρίσκονται στη μέση του φάσματος ρίσκου/απόδοσης, συνδυάζοντας χαρακτηριστικά τόσο του δανείου όσο και της συμμετοχής στο κεφάλαιο. Διαφέρουν από το δάνειο στο γεγονός ότι ο επενδυτής παίρνει μεγαλύτερο μεριδίου ρίσκο αλλά και απόδοσης. Ο επενδυτής αποδέχεται μεγαλύτερο ρίσκο από ότι αυτός που παρέχει ένα δάνειο, αναμένοντας μια μεγαλύτερη απόδοση, κάτι που σημαίνει μεγαλύτερο κόστος χρηματοδότησης για την επιχείρηση. Ωστόσο το ρίσκο και η αναμενόμενη απόδοση είναι μικρότερα από ότι θα ήταν στην περίπτωση συμμετοχής στο κεφάλαιο της επιχείρησης κάτι που σημαίνει μικρότερο κόστος χρηματοδότησης για την επιχείρηση.

3.3.6 Συμμετοχή στο κεφάλαιο- Equity

Η χρηματοδότηση με συμμετοχή στο κεφάλαιο αναφέρεται για τις περιπτώσεις που προσφέρονται κεφάλαια σε αντάλλαγμα συμμετοχής στην ιδιοκτησία της εταιρείας. Οι επενδυτές συμμετέχουν στα κεφάλαια της επιχείρησης και δεν τους παρέχεται καμιά εγγύηση για τα κεφάλαια τους. Η απόδοση του κεφαλαίου τους καθορίζεται αποκλειστικά από την επιτυχία της επιχείρησης. Μπορούν βέβαια να πουλήσουν το μερίδιό τους αν υπάρχει δυνατότητα ή να πάρουν μερίδιο από τα κέρδη αν η εταιρεία πωληθεί. Σε αυτή την κατηγορία εντάσσονται τα επιχειρηματικά κεφάλαια και οι επιχειρηματικοί άγγελοι (**venture capital and angel investing**) που στοχεύουν κυρίως να υποστηρίξουν την εκκίνηση και τα πρώτα στάδια ανάπτυξης μιας επιχείρησης και συνήθως στοχεύουν σε επιχειρήσεις που έχουν δυναμική υψηλής ανάπτυξης με ικανότητα για υψηλές αποδόσεις σε σύντομο χρόνο. Οι επιχειρηματικοί άγγελοι είναι άτομοι επενδυτές που επενδύουν τα δικά τους κεφάλαια, εστιάζουν στα στάδια από την ανάπτυξη της ιδέας μέχρι τα πρώτα

βήματα, φέρνουν μέσα στην επιχείρηση τις δικές τους επιχειρηματικές δεξιότητες, εμπειρίες και δίκτυα, επενδύουν μικρότερα κεφάλαια ο καθένας και περιλαμβάνουν επιχειρήσεις που δεν είναι στον τομέα της υψηλής τεχνολογίας και βρίσκονται σε πιο διασκορπισμένα πεδία. Ενώ οι κάτοχοι επιχειρηματικών κεφαλαίων, επενδύουν κεφάλαια που συλλέγουν από επενδυτές, εστιάζουν σε κατοπινά στάδια και επενδύουν κυρίως στον τομέα της υψηλής τεχνολογίας ή σε τομείς που έχουν υψηλή δυνατότητα ανάπτυξης.

Πρέπει να σημειωθεί η σημασία που έχει η συνεισφορά των επιχειρηματικών αγγέλων στις ΜμΕ καθώς πέραν από κεφάλαια προσφέρουν διαχειριστική εμπειρία, γεγονός που αυξάνει τη πιθανότητα επιβίωσης των νέων επιχειρήσεων όπως αναφέρεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (ΕΚ, 2003).

3.4 ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ ΣΤΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΜΕ

Η ΕΕ με προγράμματα και επενδύσεις προσπαθεί να ενισχύσει τις ΜμΕ. Οι αναφορές σε σχέση με τα αποτελέσματα των ταμείων πολιτικής συνοχής 2007-2013 δείχνουν ότι κατανεμήθηκαν σχεδόν 70 δις για τη στήριξη επιχειρήσεων κυρίως ΜμΕ προκειμένου να γίνουν πιο καινοτόμες, να κάνουν περισσότερη χρήση των τεχνολογιών, να έχουν πρόσβαση σε δεξιότητες ή να εκσυγχρονίσουν τις πρακτικές τους. Η αντίστοιχη στήριξη για την περίοδο 2014-2020 αναμένεται να διπλασιαστεί στα 140 δις. Οι πρωτοβουλίες της ΕΕ περιλαμβάνουν σχέδια παροχής εγγυήσεων από τα κράτη για σκοπούς εξασφάλισης δανείων, δάνεια με μειωμένα επιτόκια μέσω Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων. Αναφέρεται σχετικά ότι οι στατιστικές έχουν δείξει ότι κατά μέσο όρο κάθε ΜμΕ στην οποία χορηγείται εγγυημένο δάνειο στην ΕΕ δημιουργεί 1,2 θέσεις εργασίας. Υπάρχουν διάφορα προγράμματα που προσφέρονται από την ΕΕ ειδικά για την ενίσχυση των ΜμΕ. Μεταξύ αυτών, υπάρχουν προγράμματα που στοχεύουν σε ιδιαίτερες ομάδες μικρομεσαίων όπως τη γυναικεία επιχειρηματικότητα (EQUAL, LEADER+, κ.α.), τη νεανική επιχειρηματικότητα, άλλα που στοχεύουν στις νεοϊδρυθείσες κυρίως επιχειρήσεις (JEREMIE) κ.α. Πρέπει να αναφερθεί ότι εκτός από τα προγράμματα που αποτελούν άμεσα μέτρα διευκόλυνσης της χρηματοδότησης, προωθούνται ρυθμίσεις που συνεισφέρουν έμμεσα στον ίδιο σκοπό όπως οδηγίες για έγκαιρη πληρωμή στις συναλλαγές, για ελάφρυνση του κόστους συμμετοχής σε δημόσιες συμβάσεις κ.α.

Περαιτέρω η Παγκόσμια Τράπεζα παρέχει συμβουλευτικές υπηρεσίες σε σχέση με τις υποδομές του χρηματοπιστωτικού τομέα κάθε χώρας π.χ. εξορθολογισμό των συστημάτων πληρωμών ώστε να υποστηρίζουν την πιο αποτελεσματική κίνηση του χρήματος σε ολόκληρη την οικονομία, εκσυγχρονισμό καθεστώτων αφερεγγυότητας για να βοηθηθεί η αναδιάρθρωση των βιώσιμων επιχειρήσεων κ.α. Ουσιαστικά η Παγκόσμια Τράπεζα με τις υπηρεσίες που παρέχει, μπορεί να βοηθήσει στη δημιουργία του νομικού και θεσμικού πλαισίου για τις υποδομές ισχυρών οικονομικών συστημάτων. Όσον αφορά ειδικά τις ΜμΕ προωθούνται παροχές δανείων με καλύτερους όρους από τους ισχύοντες στην αγορά, δηλαδή, με μεγαλύτερη διάρκεια αποπληρωμής, με επιχορηγημένα επιτόκια κλπ.

Μετά την οικονομική κρίση, η προσοχή επικεντρώθηκε κυρίως στην διατήρηση της παραδοσιακής τραπεζικής χρηματοδότησης. Είτε με την επέκταση και βελτίωση των υφιστάμενων σχεδίων είτε με την ανάπτυξη καινούργιων. Παρά το γεγονός ότι αυτές οι ενέργειες έδωσαν ανάσα σε πολλές ΜμΕ που χρειάζονταν χρηματοδότηση απεγνωσμένα, ουσιαστικά διαιώνισαν την υπερεξάρτηση των ΜμΕ από τον απευθείας δανεισμό. Εν τούτοις τα τελευταία χρόνια εισάγονται νέα μέτρα που ενδυναμώνουν άλλες μορφές χρηματοδότησης όπως φορολογικά κίνητρα για επενδύσεις σε ΜμΕ, εφαρμογή πιο αποτελεσματικών κανονισμών για κοινοπραξίες δημόσιου και ιδιωτικού τομέα σε συνεταιρισμούς και άλλα. Παρατίθεται πιο κάτω ένα ευρύ φάσμα μέτρων όπως τεκμηριώνεται από σχετικές εκθέσεις του ΟΟΣΑ και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής:

3.4.1 Φορολογικά κίνητρα

Η παροχή φορολογικών κινήτρων, συνήθως μέσω φορολογικής έκπτωσης των τόκων που πληρώνονται, είναι ένα εργαλείο που χρησιμοποιείται ήδη σε αρκετές χώρες ώστε να ενθαρρυνθούν οι επενδύσεις σε συμμετοχές στο κεφάλαιο των ΜμΕ.

Συγκεκριμένα σύμφωνα με την έκθεση του ΟΟΣΑ (2017) η κυβέρνηση της Πορτογαλίας εφάρμοσε ένα μέτρο φορολογικής ελάφρυνσης που επιτρέπει στους επιχειρηματικούς αγγέλους να αφαιρούν το 20% από το κεφάλαιο που επένδυσαν σε εκκινήσεις ΜμΕ με όριο το 15% του συνολικού φόρου εισοδήματος που οφείλει να πληρώσει ο επιχειρηματικός άγγελος. Η Αυστραλία έχει υιοθετήσει μια σειρά από φορολογικά κίνητρα και επιχειρηματικές πρωτοβουλίες ειδικά για επενδύσεις σε εκκινήσεις καινοτόμων ΜμΕ. Οι δικαιούχοι επενδυτές μπορούν να διεκδικήσουν ένα 20% φόρου μη επιστρέψιμου αλλά μεταφερόμενου στις επόμενες χρονιές. Το Βέλγιο έχει εισαγάγει ένα σχέδιο για τους τόκους που δίνουν τα δεκαετή κυβερνητικά ομόλογα, παραχωρώντας φορολογική έκπτωση μέχρι 3%.

3.4.2 Δημιουργία υποδομής πληροφόρησης αναφορικά με τις πιστώσεις και βελτίωση της διαφάνειας των ΜμΕ

Όπως αναφέρθηκε πιο πάνω, μια από τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι ΜμΕ στην εξασφάλιση χρηματοδότησης, είναι η έλλειψη πληροφόρησης. Οι ΜμΕ συχνά είναι αδιαφανείς, δεν έχουν ελεγμένους λογαριασμούς και δεν διαθέτουν άλλα δεδομένα που θα επέτρεπαν στους επενδυτές να αξιολογήσουν τα ρίσκα και τα πιθανά οφέλη από μια επένδυση στην επιχείρηση. Περαιτέρω τα δεδομένα που παρέχονται είναι δύσκολο να αξιολογηθούν με την εφαρμογή κάποιων δεικτών, με αποτέλεσμα η αξιολόγηση μιας επένδυσης να είναι χρονοβόρα και να μην είναι δυνατόν να εξακριβωθεί εύκολα και με βεβαιότητα, η πιστοληπτική ικανότητα μιας εταιρείας.

Επομένως η ανάπτυξη μιας υποδομής αξιολόγησης των ρίσκων χρηματοδότησης θα διαδραματίσει ένα καθοριστικό ρόλο για να υπερπηδηθούν οι υφιστάμενες ασυμμετρίες στην πληροφόρηση και να βελτιωθεί η διαφάνεια στις χρηματοοικονομικές αγορές των

ΜμΕ. Μητρώα πιστώσεων, πιστωτικά γραφεία, δίκτυα προμηθευτών θα μπορούσαν να προσφέρουν πληροφόρηση για την πιστοληπτική ικανότητα μιας επιχείρησης.

Ένα καλό παράδειγμα είναι η υπηρεσία FIBEN (Fichier bancaire des entreprises) της Τράπεζας της Γαλλίας, που συλλέγει και διατηρεί σχεδόν πλήρη δεδομένα για τις ΜμΕ. Η πλατφόρμα FIBEN ενσωματώνει όλη τη διαθέσιμη πληροφόρηση για κάθε ΜμΕ και δίνει ένα βαθμό έναντι κάποιου τέλους. Η υπηρεσία είναι διαθέσιμη σε όλες τις τράπεζες και ασφαλιστικές εταιρείες που λειτουργούν στη Γαλλία.

3.4.3 Ενδυνάμωση της πρόσβασης των ΜμΕ στη παραδοσιακή τραπεζική χρηματοδότηση

Καθώς η παραδοσιακή τραπεζική χρηματοδότηση αποτελεί βασική πηγή χρηματοδότησης των ΜμΕ, θα πρέπει να ενισχυθούν οι τράπεζες με σχέδια πρωτοβουλίες και κίνητρα ώστε να παρέχουν την απαιτούμενη χρηματοδότηση. Τόσο όσον αφορά τη μορφή και τους όρους της αλλά και όσον αφορά το συνολικό μέγεθος που χρειάζεται η οικονομία. Πολλαπλές και ανταγωνιστικές πηγές χρηματοδότησης για τις ΜμΕ πρέπει να υποστηριχθούν και πρέπει να καταβληθούν προσπάθειες για την αύξηση της ενημέρωσης των επιχειρηματιών σχετικά με τις διαθέσιμες επιλογές χρηματοδότησης μέσω στοχευμένων πρωτοβουλιών προβολής. Περαιτέρω η χρηματοδότηση με βάση τα περιουσιακά στοιχεία θα μπορούσε να ενθαρρυνθεί για να μπορέσουν οι νέες και οι μικρές επιχειρήσεις να έχουν πρόσβαση σε κεφάλαιο κίνησης με γρήγορους και ευέλικτους όρους, καθώς και την αλυσίδα εφοδιασμού και τη χρηματοδότηση του εμπορίου.

Υπάρχουν πρωτοβουλίες από κυβερνήσεις χωρών της ΕΕ αλλά και από την ίδια την ΕΕ για διευκόλυνση της παραχώρησης δανείων στις ΜμΕ. Η τυπική συνήθως παρέμβαση των κυβερνήσεων είναι η επιδότηση των τραπεζικών δανείων. Αυτή η στρατηγική αποδεικνύεται αποτελεσματική στην προσφορά βραχυπρόθεσμης υποστήριξης στις επιχειρήσεις αλλά αποτυγχάνει μακροπρόθεσμα όπου απαιτούνται περισσότερο πολύπλοκα εργαλεία. Μια ανάλυση που διενεργήθηκε από τον Federico Infelise (2014) σε 5 χώρες (Γερμανία, Γαλλία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ιταλία και Ισπανία) αναφορικά με τον τρόπο που υποστηρίζουν την πρόσβαση των ΜμΕ στη χρηματοδότηση φανερώνει ότι παρόλο που έχουν εφαρμοστεί αρκετές πρωτοβουλίες για την κάλυψη του ελλείμματος χρηματοδότησης των ΜμΕ σε αυτές τις πέντε χώρες, το συνολικό ποσό των δημόσιων δαπανών για τις ΜμΕ, παρέμεινε αρκετά κάτω από το 1% του ΑΕΠ. Στην έκθεση του, ο Federico Infelise υποδεικνύει ότι οι δημοσιονομικοί περιορισμοί που αντιμετωπίζουν οι κυβερνήσεις της ΕΕ, κάνουν πιο έντονη την ανάγκη για καλύτερη στόχευση αυτών των περιορισμένων πόρων, καθώς φαίνεται ότι κατακερματίζονται σε μια τεράστια ομάδα αόριστα καθορισμένων ΜμΕ.

3.4.4 Άμεσες επενδύσεις μέσω ταμείων, συν επενδύσεις ταμείων και κεφάλαια ταμείων

Φαίνεται να είναι αποδοτικοί και δημοφιλείς τρόποι ενίσχυσης της χρηματοδότησης ιδιαίτερα για εκκινήσεις επιχειρήσεων και για κεφάλαια στα πρώτα στάδια των επενδύσεων. Αυτές οι πρωτοβουλίες χρησιμοποιούνται ευρέως μετά τις συνέπειες της οικονομικής κρίσης που επέφερε στέγνωμα των ιδιωτικών πηγών χρηματοδότησης επενδύσεων. Έχουν την δυνατότητα να αυξήσουν την κλίμακα της αγοράς ΜμΕ, να ενδυναμώσουν δίκτυα και να λειτουργήσουν καταλυτικά για τις ιδιωτικές επενδύσεις που δεν θα πραγματοποιούνταν χωρίς τη συμμετοχή του δημοσίου. Φαίνεται ότι είναι περισσότερο αποδοτικά όταν τα υποστηριζόμενα από την κυβέρνηση σχέδια, λειτουργούν παράλληλα με ιδιώτες επενδυτές.

3.4.5 Ενίσχυση της ικανότητας των ΜμΕ για διεκδίκηση χρηματοδότησης

Σε αντίθεση με τις μεγάλες εταιρείες οι ΜμΕ πολλές φορές στερούνται τις ικανότητες για χειρισμό θεμάτων χρηματοδότησης και τους πόρους για αγορά τέτοιων υπηρεσιών. Φαίνεται ότι οι χρηματοοικονομικές γνώσεις και δεξιότητες των ιδιοκτητών ΜμΕ είναι περιορισμένες και πιθανόν αυτός να είναι ο λόγος που δημιουργείται η υπερεξάρτηση από τον παραδοσιακό τραπεζικό δανεισμό, τα παρατραβήγματα, τις βραχυπρόθεσμες πιστώσεις και τις πιστώσεις μέσω τραπεζικών καρτών. Ενώ υπάρχουν καταλληλότερα χρηματοοικονομικά εργαλεία που θα εξυπηρετούσαν καλύτερα τις ανάγκες τους και η χρήση τους θα ήταν λιγότερο δαπανηρή. Επίσης η έλλειψη αυτού του είδους των γνώσεων από τις ΜμΕ, λειτουργεί αποτρεπτικά στην αξιοποίηση της διαθέσιμης κυβερνητικής βοήθειας.

Ενώ πολλές χώρες έχουν συμπεριλάβει στρατηγικές για ενδυνάμωση των χρηματοδοτικών γνώσεων των ΜμΕ, λίγες είναι αυτές που έχουν λάβει συγκεκριμένα μέτρα. Χρειάζονται εκπαιδευτικά προγράμματα που θα βοηθήσουν τους μικρομεσαίους επιχειρηματίες να κατανοήσουν τα χρηματοοικονομικά δεδομένα των επιχειρήσεων τους, θα τους καταστήσουν ικανούς να τηρούν δεδομένα και να είναι σε θέση να τα χρησιμοποιήσουν για να αξιολογήσουν τις ανάγκες των επιχειρήσεων τους, να αναγνωρίζουν και να προσεγγίζουν πιθανούς επενδυτές.

3.4.6 Μη χρηματοδοτικές υπηρεσίες και μέτρα υποστήριξης

Η οικονομική στήριξη έχει καλύτερα αποτελέσματα όταν συνδυάζεται με μη χρηματοοικονομικά μέτρα όπως για παράδειγμα οι δικαιούχοι ενός προγράμματος οικονομικής στήριξης να επωφελούνται με παροχή συμβουλών, ή με δυνατότητες δικτύωσης.

Ο Mouque (2012) σε έρευνα που διεξήγαγε για την επίδραση της συμβουλευτικής στην επιβίωση νέων επιχειρήσεων έδειξε ότι η εκτεταμένη στήριξη στην εκκίνηση των επιχειρήσεων έχει θετικό αντίκτυπο στην ανάπτυξη τους. Συγκεκριμένα από την έρευνα διαφάνηκε ότι οι επιχειρήσεις που αξιοποίησαν όλες τις προσφερόμενες ώρες

συμβουλευτικής που τους παραχωρούσαν συγκεκριμένα προγράμματα χρηματοδότησης, είχαν καλύτερα αποτελέσματα. Και αυτό ίσχυσε μόνο για τις ΜμΕ και όχι για τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις.

Σε έρευνα που πραγματοποίησαν οι Rotger και Gørtz (2009) για το Ινστιτούτο Ερευνών της κυβέρνησης της Δανίας, αναφορικά με τον αντίκτυπο που έχουν 2 συμβουλευτικά προγράμματα που προσφέρει το NiN (επιχειρηματικό δίκτυο σε μια περιοχή της Δανίας) σε 1200 επιχειρηματίες και ΜμΕ κάθε χρόνο, διαφάνηκε ότι μόνο τέσσερις έως δώδεκα ώρες επιχειρηματικών συμβουλών (από μια ομάδα επαγγελματιών στον τομέα της χρηματοδότησης, του μάρκετινγκ, της νομοθεσίας και άλλων πρακτικών θεμάτων) συμβάλλουν στη μακροπρόθεσμη επιβίωση των νεοσύστατων επιχειρήσεων.

Η ανάγκη παροχής βοήθειας αυτού του είδους, είναι ακόμα μεγαλύτερη στις αναπτυσσόμενες χώρες όπου η έλλειψη γνώσεων του χρηματοοικονομικού συστήματος, η έλλειψη ικανοτήτων για την ετοιμασία ενός επιχειρηματικού σχεδίου ή ακόμα και για την απλή διατήρηση των βασικών στοιχείων των συναλλαγών μιας επιχείρησης είναι σοβαρά προβλήματα/ εμπόδια στην επιτυχή ανάπτυξη ΜμΕ.

3.4.7 Ενίσχυση της ετοιμότητας των ΜμΕ για προσέλκυση συμμετοχικών κεφαλαίων

Ο κεντρικός στόχος των προγραμμάτων ετοιμότητας επενδύσεων είναι η βελτίωση της ποιότητας των επενδυτικών ευκαιριών. Τούτο κρίνεται απαραίτητο καθώς τα εργαλεία χρηματοδότησης μετοχικού τύπου έχουν ένα ψηλότερο επίπεδο πολυπλοκότητας για τις επιχειρήσεις και τους ιδιοκτήτες τους που αναζητούν χρηματοδότηση με αυτό τον τρόπο. Αυτό συμβαίνει επειδή οι επαγγελματίες επενδυτές σε μετοχικού τύπου επενδύσεις, απαιτούν λεπτομερές επιχειρηματικό σχέδιο, σε βάθος οικονομική πληροφόρηση και αναζητούν επενδύσεις που συμμορφώνονται με τις δικές τους απαιτήσεις. Ως εκ τούτου οι ΜμΕ χρειάζονται ενίσχυση στην ικανότητα τους να ετοιμάσουν τα στοιχεία με τα οποία θα πείσουν τους εξωτερικούς επενδυτές να συμμετάσχουν με κεφάλαια στην επιχείρηση.

Στη μελέτη των Mason, C.M. and Kwok, Jennifer (2010) εξετάζεται ο τρόπος αντιμετώπισης της δυσκολίας στην εξασφάλιση χρηματοδότησης με συμμετοχικά κεφάλαια. Η δυσκολία αναλύεται σε 3 διαστάσεις όπως πιο κάτω:

1η διάσταση: αρνητική στάση από μέρους των ιδιοκτητών των ΜμΕ να παραχωρήσουν μέρος της ιδιοκτησίας και του ελέγχου με αποτέλεσμα πολλά δυνητικά επενδύσιμα έργα δεν παρουσιάζονται ποτέ να ψάχνουν χρηματοδότηση.

2η διάσταση: αρνητική επενδυσιμότητα, δηλαδή α) δεν ικανοποιούνται τα κριτήρια του επενδυτή όσον αφορά τις δικές του απαιτήσεις/προτιμήσεις (το έργο να εμπίπτει στους τομείς ενδιαφέροντος του) και β) τα στοιχεία της ΜμΕ δεν ικανοποιούν όσον αφορά την κατάσταση της ΜμΕ και του επιχειρηματία / ιδιοκτήτη της (μη επαρκής γνώση και εμπειρία για να μετατραπεί το προτεινόμενο σχέδιο σε μια βιώσιμη επιχείρηση, ποιοτικά

χαρακτηριστικά του ιδιοκτήτη, έλλειψη εντιμότητας, οράματος και δέσμευσης, ανεπαρκής ομάδα έργου, έλλειψη πειθαρχίας, ομαδικότητας και κερδοφορίας της επιχείρησης).

3η διάσταση: αποτυχία στην παρουσίαση των στοιχείων του σχεδίου. Δηλαδή δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που ενώ η πρόταση είναι καλή, η ΜμΕ αποτυγχάνει να εξασφαλίσει χρηματοδότηση επειδή το επιχειρηματικό σχέδιο δεν ετοιμάστηκε ούτε παρουσιάστηκε καλά. Μπορεί να οφείλεται σε ελλείψεις των επιχειρηματικών και άλλων στοιχείων που απευθύνονται στους επενδυτές καθώς και ελλείψεις παρουσίασης στα επενδυτικά φόρουμ. Είναι φυσικό οι επενδυτές να απογοητεύονται από την έλλειψη πληροφοριών στα επιχειρηματικά σχέδια.

Είναι φανερό πως και οι τρεις διαστάσεις της δυσκολίας των ΜμΕ, οφείλονται κατά κύριο λόγο στη έλλειψη πληροφόρησης και συμβουλευτικής για τα πλεονεκτήματα αυτού του τρόπου χρηματοδότησης και για τις απαιτήσεις που έχει η μετατροπή τους, σε κατάλληλες για επενδύσεις επιχειρήσεις.

Ως εκ τούτου τα προγράμματα ετοιμότητας επενδύσεων πρέπει να περιλαμβάνουν αντιμετώπιση και των τριών διαστάσεων της δυσκολίας που αναφέρθηκαν πιο πάνω δηλαδή: 1. Προσφορά σεμιναρίων που παρέχουν πληροφορίες για τους διαθέσιμους τύπους χρηματοδοτήσεων, 2.εργαστήρια για να καταλάβουν οι ΜμΕ τι ακριβώς αναζητούν οι επενδυτές, και 3. Εκπαίδευση σε δεξιότητες παρουσίασης και σύνδεσης με δυνητικούς επενδυτές.

3.4.8 Ενίσχυση των δικτύων , ενώσεων και διευκόλυνση των διασυνδέσεων μεταξύ των επιχειρηματιών και των επενδυτών

Σε συνέχεια του προηγούμενου μέτρου θα πρέπει να αναφερθεί ο σημαντικός ρόλος που διαδραματίζουν οι επιχειρηματικοί άγγελοι με την δημιουργία δικτύων για προώθηση των επενδύσεων, προσέλκυση επενδυτών και βοηθώντας τους ιδιοκτήτες των ΜμΕ να γίνουν περισσότερο επαγγελματίες. Στόχος πρέπει να είναι η περαιτέρω ενίσχυση των υφιστάμενων φόρουμ και η δημιουργία νέων ώστε να διευκολύνεται η προσφορά συμβουλών προς τις ΜμΕ, η διοργάνωση εκδηλώσεων για αλληλοενημέρωση και αλληλογνωριμία επενδυτών και ΜμΕ.

Η ενίσχυση αυτών των δικτύων είναι ένα καλό παράδειγμα μέτρου που στοχεύει και πάλι στην βελτίωση της πλευράς της ζήτησης επενδύσεων και θα διευκολύνει την παρουσίαση επιχειρήσεων υψηλής ποιότητας προς τους επενδυτές.

3.4.9 Άλλα μέτρα

Περαιτέρω μέτρα που μπορούν να ληφθούν από τις κυβερνήσεις αφορούν τον σχεδιασμό κανονισμών που θα υποστηρίξουν διάφορα χρηματοδοτικά εργαλεία για τις ΜμΕ διασφαλίζοντας ταυτόχρονα την οικονομική σταθερότητα και την προστασία του επενδυτή. Η ενθάρρυνση των έγκαιρων πληρωμών στις εμπορικές συναλλαγές και στις δημόσιες συμβάσεις είναι ένα μέτρο που όπου εφαρμόζεται ανακουφίζει τις επιχειρήσεις με περιορισμό του προβλήματος της ρευστότητας. Σχεδιασμός παρακολούθηση και

αξιολόγηση των δημοσίων προγραμμάτων για χρηματοδότηση των ΜμΕ που θα διασφαλίζουν, αποτελεσματικότητα και θα είναι φιλικά προς τον χρήστη μπορούν να ενδυναμώσουν την χρηματοδότηση των ΜμΕ.

3.5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Η δυσκολία πρόσβασης στη χρηματοδότηση αποτελεί το πιο κρίσιμο ίσως πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι ΜμΕ. Εξάλλου η ανάγκη χρηματοδότησης για μια επιχείρηση υφίσταται σε όλα τα στάδια της ανάπτυξης της, καθώς είναι απαραίτητη τόσο για την εκκίνηση νέων επιχειρήσεων όσο και για επέκταση/ ανάπτυξη των ήδη υφιστάμενων.

Τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι ΜμΕ στην εξασφάλιση χρηματοδότησης έγιναν εντονότερα με την οικονομική κρίση που οδήγησε τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα σε μεγαλύτερες απαιτήσεις εξασφαλίσεων και περισσότερες διατυπώσεις. Άλλα εμπόδια αφορούν, μεταξύ άλλων, την έλλειψη μορφών χρηματοδότησης που να είναι κατάλληλες και προσαρμοσμένες στις ανάγκες και τις ιδιαίτερες συνθήκες των ΜμΕ, την ελλιπή ενημέρωση για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης, την έλλειψη χρηματοπιστωτικών δεξιοτήτων αλλά και το γεγονός ότι κάποιες ΜμΕ είναι ανεπίσημες κάτι που αναπόφευκτα τους στερεί την πρόσβαση σε διευκολύνσεις και χρηματοδότηση.

Οι πηγές χρηματοδότησης που χρησιμοποιούν οι ΜμΕ είναι κυρίως δάνεια, πιστωτικές κάρτες και παρατραβήγματα. Άλλες εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης που μπορούν να αξιοποιηθούν από τις ΜμΕ είναι η βασισμένη σε περιουσιακά στοιχεία, το εναλλακτικό χρέος, τα κεφάλαια από το πλήθος (Crowd Funding), υβριδικά εργαλεία και συμμετοχή στο κεφάλαιο που περιλαμβάνει τους επιχειρηματικούς αγγέλους και τα επιχειρηματικά κεφάλαια.

Η λήψη μέτρων για τη διευκόλυνση της πρόσβασης των ΜμΕ στη χρηματοδότηση αποτελεί υψίστης σημασίας προτεραιότητα λόγω ακριβώς της σημασίας που έχουν οι ΜμΕ ως κινητήριες δυνάμεις της δημιουργίας θέσεων εργασίας, της καινοτομίας και της ανάπτυξης της οικονομίας γενικότερα. Τα μέτρα που λαμβάνονται είναι συνήθως φορολογικά κίνητρα, δημιουργία υποδομής πληροφόρησης για τις διαθέσιμες χρηματοδοτήσεις, ενδυνάμωση της πρόσβασης των ΜμΕ στη παραδοσιακή τραπεζική χρηματοδότηση, άμεσες επενδύσεις και συν επενδύσεις, ενίσχυση της ικανότητας των ΜμΕ για διεκδίκηση χρηματοδότησης αλλά και για προσέλκυση συμμετοχικών κεφαλαίων και η ενίσχυση των δικτύων και διευκόλυνση των διασυνδέσεων μεταξύ των επιχειρηματιών και των επενδυτών. Περαιτέρω η ενθάρρυνση των έγκαιρων πληρωμών στις εμπορικές συναλλαγές είναι ένα μέτρο που ανακουφίζει τις επιχειρήσεις περιορίζοντας το πρόβλημα της ρευστότητας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Ξένη :

- Aghion, Fally and Scarpetta, (2007), “Credit Constraints as a Barrier to the Entry and Post-Entry Growth of Firms” Economic Policy 22(52): 731-779.
- Beck Thorsten, Asli Demirguc, -Kuntand Vojislav Maksimovic, (2005), « Financial and Legal Constraints to Growth: Does Firm Size Matter? » - The Journal of Finance • Vol. LX, No. 1 February.
- Beck Thorsten, Asli Demirguc-Kunt, (2006), «Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint» Journal of Banking and Finance 2006.
- Mason, C.M. and Kwok, Jennifer, (2010), Investment readiness programmes and access to finance: a critical review of design issues. Local Economy, 25 (4). pp. 269-292.
- Rotger και Gørtz, (2009), «Evaluating the Effect of Soft Business Support to Entrepreneurs in North Jutland» AKF, Danish Institute of Governmental Research 2009

Διαδικτυακές Πηγές :

ΕΕ

- Daniel Mouqué 2012, DG for Regional and Urban Policy Evaluation and European Semester Unit «What are counterfactual impact evaluations teaching us about enterprise and innovation support? »
http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/focus/2012_02_counterfactual.pdf

OECD publications

- Fostering markets for sme finance: Matching business and investor needs” OECD 2017
http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/financing-smes-and-entrepreneurs-2017/fostering-markets-for-sme-finance-matching-business-and-investor-needs_fin_sme_ent-2017-6-en

World Bank Publications

- Meghana Ayyagari, Demirgüç Asli -Kunt Vojislav Maksimovic, (2006) “How Important Are Financing Constraints? The role of finance in the business environment”
<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/8998/WPS3820.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

OTHER

- NESTA (2011) “Barriers to Growth: The views of high growth and potential high growth businesses”
https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/barriers_to_growth_0.pdf

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

4.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Το θεσμικό και επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο οι επιχειρήσεις λειτουργούν είναι ένας σημαντικός παράγοντας οικονομικής ανάπτυξης. Το επιχειρηματικό περιβάλλον περιλαμβάνει - μεταξύ άλλων στοιχείων - σαφώς καθορισμένα δικαιώματα ιδιοκτησίας, τόσο μεταξύ ιδιωτών όσο και προστασία από κρατικές απαλλοτριώσεις, αποτελεσματική επιβολή της σύμβασης, ανταγωνιστικό προϊόν, εργατικό δυναμικό και ένα νομικό πλαίσιο που επιτρέπει σχετικά εύκολη είσοδο και έξοδο στις επιχειρήσεις. Οι Klapper, Laeven και Rajan (2006) έδειξαν πώς διάφορα στοιχεία του επιχειρηματικού περιβάλλοντος επηρεάζουν την οικονομική ανάπτυξη μέσω της εισόδου νέων επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, το υψηλό κόστος εγγραφής μιας επιχείρησης παρεμποδίζει τη δημιουργία και την ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων, ενώ η προστασία των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και οι κανονισμοί που προωθούν την πρόσβαση στη χρηματοδότηση συμβάλλουν στη δημιουργία και ανάπτυξη επιχειρήσεων. Περαιτέρω στην ίδια μελέτη υποστηρίζεται ότι η επίδραση των πολιτικών μπορεί επίσης να εξηγήσει την απουσία ισχυρής σχέσης μεταξύ του μεγέθους του τομέα των ΜμΕ και της ανάπτυξης, όπως δείχνει η σύγκριση μεταξύ Ιταλίας και Ηνωμένου Βασιλείου όπως ήταν τα δεδομένα την εποχή εκείνη. Από τη μία πλευρά, η Ιταλία είχε υψηλό κόστος καταχώρησης και πολλές παλιές, αναποτελεσματικές και αργά αναπτυσσόμενες ΜμΕ, ενώ το Ηνωμένο Βασίλειο με χαμηλά εμπόδια εισόδου είχε επιχειρήσεις που εισέρχονται σε χαμηλότερη κλίμακα από ό, τι στην Ιταλία, αλλά αναπτύσσονται ταχύτερα.

Γενικά η διάρθρωση της οικονομίας έχει σαφή προσανατολισμό υπέρ των επιχειρήσεων μεγάλης κλίμακας, είτε πρόκειται για την κρατική διοίκηση και μεγάλες κρατικές επιχειρήσεις, είτε για μεγάλες ιδιωτικές επιχειρήσεις. Περαιτέρω η δημόσια διοίκηση με τους συχνά ανεπαρκώς καταρτισμένους δημόσιους λειτουργούς, τα υπερβολικά διοικητικά βάρη και την έλλειψη διαφάνειας δημιουργούν ένα δύσκολο γραφειοκρατικό περιβάλλον για τις ΜμΕ.

Η διοικητική απλούστευση έχει γίνει προτεραιότητα σε πολλές χώρες που επιδιώκουν να βελτιώσουν την δημόσια διακυβέρνηση και την ποιότητα του ισχύοντος κανονιστικού πλαισίου τους.

4.2 ΣΗΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΠΛΟΥΣΤΕΥΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Ένας από τους κύριους ρόλους κάθε κυβέρνησης είναι η δημιουργία και διατήρηση ενός περιβάλλοντος που διευκολύνει τον οικονομικό ανταγωνισμό, ενισχύει την καινοτομία ενώ ταυτόχρονα φροντίζει να μη δυσκολεύει τη ζωή των πολιτών και των επιχειρήσεων της χώρας. Αντίθετα τα τελευταία χρόνια οι κυβερνήσεις στην προσπάθεια τους να αντιμετωπίσουν τις αυξανόμενες προκλήσεις του σύγχρονου περιβάλλοντος, οδηγούνται

σε πολλαπλασιασμό της γραφειοκρατίας με αποτέλεσμα να κατηγορούνται ότι δημιούργησαν πολλά αχρείαστα ρυθμιστικά εμπόδια και εισήγαγαν κανονισμούς που είναι πολύ δαπανηροί για τις επιχειρήσεις.

4.2.1 Περιορισμός των ξένων επενδύσεων

Τα υπερβολικά ρυθμιστικά βάρη, καθιστούν μια χώρα λιγότερο ελκυστική στις ξένες επενδύσεις και το εμπόριο. Ευρήματα από έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την Παγκόσμια Τράπεζα το 2012 υποστηρίζουν τον καθοριστικό ρόλο που διαδραματίζει το επιχειρηματικό περιβάλλον στην προσέλκυση ξένων επενδύσεων. Αναφέρεται σχετικά ότι η Παγκόσμια Τράπεζα αξιολογεί το επιχειρηματικό περιβάλλον των διαφόρων χωρών και το βαθμολογεί με ένα δείκτη που ονομάζεται «Επιχειρείν» (Doing business). Ο ψηλότερος δείκτης υποδηλώνει καλύτερες, απλούστερες ρυθμίσεις για τις επιχειρήσεις και ισχυρότερη προστασία των δικαιωμάτων ιδιοκτησίας. Σχετική έρευνα της Παγκόσμιας Τράπεζας αναφορικά με τη σχέση μεταξύ του δείκτη επιχειρηματικής δραστηριότητας και των άμεσων ξένων επενδύσεων υποστηρίζει ότι οι εισροές ξένων επενδύσεων είναι ψηλότερες στις οικονομίες που αποδίδουν καλύτερα στο δείκτη. Το αποτέλεσμα παραμένει το ίδιο ακόμα και αν ληφθούν υπόψη οι διαφορές μεταξύ των οικονομιών που θεωρούνται σημαντικές για τις άμεσες ξένες επενδύσεις. Περαιτέρω τα αποτελέσματα υποδηλώνουν ότι κατά μέσο όρο μεταξύ των οικονομιών, μια διαφορά της μιας ποσοστιαίας μονάδας στην κανονιστική ποιότητα, όπως μετράται από το δείκτη, συνδέεται με μια διαφορά στις ετήσιες εισροές άμεσων ξένων επενδύσεων ύψους 250-500 εκατομμυρίων δολαρίων. Αν και αυτή η συσχέτιση δεν συνεπάγεται αιτιώδη συνάφεια, τα στοιχεία δείχνουν ότι ο δείκτης «Επιχειρείν» αντικατοπτρίζει περισσότερο το συνολικό επενδυτικό κλίμα και δεν αφορά μόνο τις μικρές και μεσαίες εγχώριες επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα, τα ευρήματα αυτά υποστηρίζουν τον ισχυρισμό ότι οι οικονομίες που παρέχουν ένα καλό ρυθμιστικό περιβάλλον για τις εγχώριες επιχειρήσεις τείνουν επίσης να προσφέρουν ένα καλό για τις ξένες επιχειρήσεις.

4.2.2 Περιορισμός της επιχειρηματικότητας, των πρωτοβουλιών και της καινοτομίας

Το κόστος της γραφειοκρατίας λειτουργεί αποτρεπτικά για την εγγραφή νέων επιχειρήσεων. Περαιτέρω για τις υφιστάμενες επιχειρήσεις αποτελεί ένα βαρίδι στην ανάπτυξη τους, καθώς απορροφά τους περιορισμένους πόρους που διαθέτουν και θα μπορούσαν να διοχετεύσουν σε πιο παραγωγικές λειτουργίες. Αναφέρεται σχετική μελέτη των Klapper et al (2004) που στόχο είχε, ακριβώς, τη διερεύνηση των επιπτώσεων που έχουν οι κανονισμοί που διέπουν την είσοδο των επιχειρήσεων στην οικονομία. Τα ευρήματα υποστηρίζουν ότι οι επαχθείς κανονισμοί εισόδου εμποδίζουν την είσοδο, ειδικά σε βιομηχανίες που φυσιολογικά θα έπρεπε να έχουν υψηλή είσοδο. Επίσης, η προστιθέμενη αξία ανά εργαζόμενο σε αυτές τις ίδιες βιομηχανίες που θα έπρεπε να έχουν "υψηλή είσοδο" αυξάνεται με βραδύτερο ρυθμό στις χώρες που έχουν επαχθείς κανονισμούς για την είσοδο. Είναι ενδιαφέρον ότι όπως προκύπτει από τη μελέτη, οι

κανονιστικοί φραγμοί εισόδου δεν έχουν καμιά δυσμενή επίπτωση στην είσοδο των επιχειρήσεων σε διεφθαρμένες χώρες.

4.2.3 Πιθανότητες για διαφθορά

Σε συνέχεια των πιο πάνω συμπερασμάτων, αναφέρεται ότι τα υπερβολικά ρυθμιστικά βάρη δημιουργούν πιθανότητες για διαφθορά και ενθαρρύνουν ανάπτυξη της ανεπίσημης οικονομίας. Όσο πιο αυστηροί και πολύπλοκοι είναι οι κανονισμοί τόσο περισσότερες πιθανότητες υπάρχουν για τους δημόσιους υπαλλήλους από τη μια και τους εξειδικευμένους μεσάζοντες να βρουν τρόπους να παρακάμψουν τους κανονισμούς χρησιμοποιώντας μερικώς νόμιμους ή εντελώς παράνομους τρόπους.

4.2.4 Αποτελεσματικότερη δημόσια διακυβέρνηση

Η δημιουργία πιο απλών διαδικασιών θα βοηθήσει στην καλύτερη διακυβέρνηση μέσω των πιο αποτελεσματικών εργαλείων που θα είναι διαθέσιμα για εφαρμογή της πολιτικής. Το διοικητικό σύστημα πλαισιώνεται από θεσμούς, πολιτικές και εργαλεία που χρησιμοποιούνται από την κυβέρνηση. Κατά τη μείωση των διοικητικών φραγμών, αυτά τα στοιχεία βελτιώνονται και αντιμετωπίζονται οι προκλήσεις τους. Η μείωση της γραφειοκρατίας προϋποθέτει μια διαδικασία που περιλαμβάνει βελτίωση του πλαισίου του διοικητικού συστήματος, οργανωτική αναδιοργάνωση, χρήση πληροφοριών και επικοινωνίας, καλύτερη πληροφόρηση σχετικά με την παροχή υπηρεσιών και τις σχετικές διοικητικές απαιτήσεις καθώς και συντονισμό των πολλαπλών απαιτήσεων της διοίκησης. Όλα αυτά βελτιώνουν και καθιστούν αποτελεσματικότερο τον τρόπο που ασκείται η δημόσια διακυβέρνηση από το κράτος.

4.3 ΜΕΤΡΑ

Για τις ΜμΕ η μείωση της γραφειοκρατίας έχει ιδιαίτερα μεγάλη σημασία. Παρόλο που οι δαπάνες και τα οφέλη από τους διάφορους κανονισμούς και ρυθμίσεις τείνουν να είναι κατανομημένα εξίσου στις εταιρείες ανεξαρτήτως του μεγέθους τους, οι ΜμΕ ακριβώς λόγω του μεγέθους τους και των περιορισμένων πόρων που έχουν στη διάθεση τους, επηρεάζονται περισσότερο συγκριτικά με τους μεγαλύτερους ανταγωνιστές τους από το κόστος που προϋποθέτει η συμμόρφωση με τις διάφορες ρυθμίσεις. Ομάδα εμπειρογνομώνων της ΕΕ σε έκθεση τους υπολόγισαν ότι κατά μέσο όρο, όπου οι μεγάλες εταιρείες ξοδεύουν ένα ευρώ για κάθε υπάλληλο για να συμμορφωθούν με κάποια ρυθμιστική απαίτηση, οι μεσαίες επιχειρήσεις ξοδεύουν τέσσερα ευρώ και οι μικρές επιχειρήσεις μέχρι δέκα ευρώ.

Η ΕΕ αναγνωρίζοντας το πρόβλημα και στα πλαίσια του στόχου της να ενθαρρύνει τους ανθρώπους να γίνουν επιχειρηματίες και περαιτέρω να τους διευκολύνει να ιδρύσουν και να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους, έχει διαμορφώσει την πρωτοβουλία Small Business Act (SBA) για την Ευρώπη. Η πρωτοβουλία παρέχει ένα συνεκτικό πλαίσιο πολιτικής για τις

ΜμΕ, προωθεί την επιχειρηματικότητα και συνδέει την αρχή «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις» με τη χάραξη πολιτικής και την παραγωγή νομοθεσίας με σκοπό την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ. Η ελάφρυνση των διοικητικών φραγμών και βαρών, η υποστήριξη της χρήσης ηλεκτρονικών διοικητικών μέσων, η δημιουργία ηλεκτρονικών πυλών και θυρίδων ενημέρωσης, πρέπει να αποτελέσουν προτεραιότητα για τα κράτη μέλη ώστε να μπορέσουν να αναπτυχθούν οι ΜμΕ, τονίζει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στην Ανακοίνωση της για την πρωτοβουλία Small Business Act. Προτεινόμενα μέτρα μεταξύ άλλων είναι :

4.3.1 Έξυπνες νομοθεσίες

- **Άρση των διοικητικών εμποδίων στην διασυνοριακή επιχειρηματική δραστηριότητα**
 - Ηλεκτρονική τιμολόγηση και τα ηλεκτρονικά τιμολόγια να καθίστανται ισότιμα με τα έντυπα ώστε να διευκολύνεται η αποστολή τους και να επισπεύδεται η αποπληρωμή τους.
- **Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις**
 - Επιχειρήσεις με κύκλο μέχρι 2 εκατομμύρια να καταβάλλουν τον ΦΠΑ όταν τον πληρωθούν από τους πελάτες τους και όχι νωρίτερα.
 - Μείωση των τελών που απαιτούν οι διοικήσεις των κρατών μελών για την εγγραφή μιας επιχείρησης.
 - Μείωση του απαιτούμενου χρόνου για τη σύσταση επιχείρησης σε λιγότερο από μία εβδομάδα, και επιτάχυνση της έναρξης των εμπορικών δραστηριοτήτων των ΜμΕ μειώνοντας και απλοποιώντας τις άδειες άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας.
 - Υιοθέτηση της αρχής «υποβολή μια φορά» για την υποβολή των διαφόρων εγγράφων/πληροφοριών από τις ΜμΕ, ώστε να μη ζητούνται από τις ΜμΕ πληροφορίες τις οποίες έχει ήδη στη διάθεσή της η διοίκηση, εκτός εάν χρειάζονται επικαιροποίηση.
 - Ολοκλήρωση εντός ενός έτους, όλων των νομικών διαδικασιών για την εκκαθάριση επιχείρησης σε περίπτωση μη δόλιας πτώχευσης.
 - Παραχώρηση ικανοποιητικού χρόνου στις μικρές επιχειρήσεις για προσαρμογή σε νέες νομοθεσίες καθώς οι ΜμΕ έχουν περισσότερες δυσκολίες στην προετοιμασία, απορρόφηση και εφαρμογή των αλλαγών.
- **Επίσπευση των πληρωμών**

Για την καταπολέμηση των καθυστερήσεων στις πληρωμές εκδόθηκε οδηγία από την ΕΕ που καθόρισε στις 30 ημέρες το όριο για τις πληρωμές των δημοσίων αρχών προς τις επιχειρήσεις, μετά την πάροδο των οποίων στο οφειλόμενο πόσο υπολογίζονται τόκοι και στις 60 ημέρες, το όριο για τις συναλλαγές μεταξύ των επιχειρήσεων.

4.3.2 Δημόσιες Συμβάσεις

- **Υιοθέτηση κώδικα βέλτιστων πρακτικών**

Έχει τη δυνατότητα να διευκολύνει τη συμμετοχή των ΜμΕ στις διαδικασίες δημοσίων συμβάσεων. Για παράδειγμα τα διάφορα πιστοποιητικά για την προσωπική κατάσταση του προσφέροντα να υποβάλλονται μόνο από τον επιτυχόντα προσφέροντα και όχι από όλους τους συμμετέχοντες σε ένα διαγωνισμό. Βέβαια θα ήταν προτιμότερο να μην υπάρχει καθόλου υποβολή και όλα αυτά τα πιστοποιητικά να είναι στη διάθεση της Αναθέτουσας Αρχής απευθείας ηλεκτρονικά από τα αρμόδια τμήματα που αφορούν.

- **Δημιουργία ηλεκτρονικής πύλης**

Με τον τρόπο αυτό αυξάνεται η πρόσβαση στην πληροφόρηση για ευκαιρίες Δημοσίων Συμβάσεων και απαλλάσσονται οι επιχειρήσεις από το κόστος και την ταλαιπωρία να επισκεφτούν, τη συγκεκριμένη κάθε φορά Αναθέτουσα Αρχή, για να αγοράσουν τα έγγραφα ενός διαγωνισμού, που τελικά μετά την μελέτη των εγγράφων πιθανόν να ανακαλύψουν ότι δεν τους ενδιαφέρει.

- **Διάρθρωση των συμβολαίων σε μικρότερα μέρη και αποφυγή απαιτήσεων που είναι δυσανάλογες με το μέγεθος της σύμβασης**

Απαραίτητο μέτρο ώστε να διασφαλιστεί η δυνατότητα των ΜμΕ να συμμετέχουν και να επιτύχουν σε διαγωνισμούς του δημοσίου. Με τη διάρθρωση των συμβολαίων σε μικρότερα μέρη, οι απαιτήσεις σε τεχνική εμπειρία, οικονομική δυνατότητα καθώς και σε άλλες δυνατότητες περιορίζονται ανάλογα και ώστε να εμπίπτουν στα πλαίσια των δυνατοτήτων των μικρών επιχειρήσεων.

- **Απάλειψη της απαίτησης για υποβολή εγγύησης συμμετοχής σε διαγωνισμούς**

Με τον τρόπο αυτό ελαφρύνονται οι ΜμΕ από ένα ιδιαίτερος επαχθές κόστος αφού με την έκδοση μιας τραπεζικής εγγύησης, η επιχείρηση αφενός επωμίζεται το κόστος της έκδοσης της και αφετέρου περιορίζεται δραματικά η περιορισμένη της ρευστότητα εφόσον το ποσό της εγγύησης δεσμεύεται από την τράπεζα της.

- **Πληρωμή απευθείας του υπεργολάβου**

Είναι πρόνοια που αποτρέπει τον εγκλωβισμό του υπεργολάβου σε περίπτωση που ο κυρίως εργολάβος καθυστερεί τις πληρωμές του.

4.3.3 Εξυπηρέτηση από την Διοίκηση

- **Σημεία ενιαίας πληροφόρησης**

Τα κράτη μέλη πρέπει να φροντίσουν ώστε οι δημόσιες διοικήσεις να ανταποκρίνονται στις ανάγκες των ΜΜΕ και να διευκολύνουν όσο το δυνατόν περισσότερο τη λειτουργία τους, κυρίως με την προώθηση λύσεων όπως η ηλεκτρονική διακυβέρνηση και οι υπηρεσίες ενιαίας εξυπηρέτησης. Κάποιες χώρες έχουν ήδη θέσει σε λειτουργία σημεία ενιαίας εξυπηρέτησης (σημεία με έναν αρμόδιο επικοινωνίας). Έτσι, οι επιχειρήσεις μπορούν να διεκπεραιώνουν τις διοικητικές διατυπώσεις ηλεκτρονικά, όταν θέλουν να κάνουν δουλειές σε όλη την

Ευρώπη. Ένας σημαντικός αριθμός των χωρών αυτών έχουν ιστοσελίδα στα αγγλικά επιπλέον της εθνικής γλώσσας (Βέλγιο, Κύπρος, Τσεχική Δημοκρατία, Δανία, Εσθονία, Φινλανδία, Γερμανία, Ελλάδα, Ουγγαρία, Ιταλία, Λιθουανία, Κάτω Χώρες, Πορτογαλία, Ισπανία και Σουηδία).

- **One – stop - shop για τη δημιουργία νέας επιχείρησης**

Σε πολλές χώρες, η δημιουργία μιας νέας επιχείρησης απαιτεί αρκετές διοικητικές διαδικασίες, συχνά με πολλές δημόσιες διοικήσεις (π.χ. εγγραφή της επιχείρησης στο μητρώο επιχειρήσεων, καταχώριση του ΦΠΑ, Φόρου εισοδήματος και άλλων φόρων στην εφορία, υποβολή αιτήσεων για άδειες κ.λπ.). Για τους νέους επιχειρηματίες το να έχουν να ασχοληθούν με πολλές διαφορετικές διοικήσεις είναι χρονοβόρο και συχνά δαπανηρό. Περαιτέρω ειδικά για τους άπειρους επιχειρηματίες, η ανάγκη αντιμετώπισης πολλών δημόσιων φορέων μπορεί να προκαλέσει αβεβαιότητα, άγχος και ταλαιπωρία ως προς τα βήματα και τις διαδικασίες που πρέπει να ακολουθήσουν.

- **Παροχή εξατομικευμένης πληροφόρησης**

Η πληροφόρηση που παρέχεται στις επιχειρήσεις είναι καλό να προσαρμόζεται τουλάχιστον όσον αφορά τη γλώσσα στις ανάγκες των μικρών επιχειρήσεων.

- **Ηλεκτρονική αλληλεπίδραση**

Δυνατότητα προς όλες τις επιχειρήσεις για ηλεκτρονική αλληλεπίδραση με την κυβερνητικές υπηρεσίες και διεκπεραίωση των διαφόρων διοικητικών υποχρεώσεων ηλεκτρονικά.

4.4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Το επιχειρηματικό περιβάλλον επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την είσοδο νέων επιχειρήσεων στην οικονομία καθώς και την ανάπτυξη τόσο των νέων όσο και των υφιστάμενων. Τα υπερβολικά διοικητικά βάρη και η έλλειψη διαφάνειας δημιουργούν ιδιαίτερα προβλήματα στην οικονομία όπως περιορισμό των ξένων επενδύσεων, περιορισμό της επιχειρηματικότητας, των πρωτοβουλιών και της καινοτομίας. Επιπρόσθετα αυξάνουν τις πιθανότητες για διαφθορά.

Ειδικά οι ΜμΕ, λόγω του μεγέθους τους και των περιορισμένων πόρων που έχουν στη διάθεση τους, επηρεάζονται περισσότερο συγκριτικά με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Η ΕΕ λαμβάνει μέτρα προς την κατεύθυνση της διευκόλυνσης των ΜμΕ. Τα μέτρα που λαμβάνονται προωθούν την επιχειρηματικότητα που τη συνδέουν με την αρχή «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις». Συγκεκριμένα η πρωτοβουλία Small Business Act προωθεί τις έξυπνες νομοθεσίες που στοχεύουν α) στη διευκόλυνση της διασυνοριακής δραστηριότητας όπως η ηλεκτρονική τιμολόγηση, β) στη μείωση του διοικητικού φόρτου και γ) στη καταπολέμηση της καθυστέρησης των πληρωμών. Περαιτέρω προωθείται η διευκόλυνση της συμμετοχής των ΜμΕ σε διαδικασίες δημοσίων συμβάσεων, με μέτρα όπως η απάλειψη των δυσανάλογων απαιτήσεων, η διαίρεση των συμβολαίων σε μικρότερα μέρη και η δημιουργία ηλεκτρονικής πύλης πληροφόρησης. Στο τομέα της εξυπηρέτησης

από τη Διοίκηση προωθούνται λύσεις όπως η ηλεκτρονική διακυβέρνηση, η δυνατότητα για ηλεκτρονική αλληλεπίδραση και τα one-stop-shop για δημιουργία νέων επιχειρήσεων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Ξένη :

- Klapper Leora, Luc Laeven, and Raghuram Rajan, «Business Environment and Firm Entry: Evidence from International Data» National Bureau of Economic Research Working Paper 10380, March 2004.
- Klapper Leora, (2006), The Role of “Reverse Factoring” in Supplier Financing of Small and Medium Sized Enterprises,” Journal of Banking and Finance 30, 3111-30.

Διαδικτυακές Πηγές :

ΕΕ

- DG Enterprise and Industry (2007) «Models to reduce the disproportionate regulatory burden on SMEs»
[file:///C:/Users/user/Downloads/regmod_en%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/regmod_en%20(5).pdf)
- «Small Business Act» για την Ευρώπη» 2008
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52008DC0394>

OECD publications

- «Administrative Simplification in Poland» OECD 2011
http://www.oecd-ilibrary.org/governance/administrative-simplification-in-poland_9789264097261-en

World Bank Publications

- Anderson John and Adrian Gonzalez, (2012) “Does Doing Business matter for foreign direct investment?”
<http://www.doingbusiness.org/reports/thematic-reports/does-doing-business-matter-for-foreign-direct-investment>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5:ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ-ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΓΟΡΕΣ

5.1 ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Οι εξαγωγές ανέκαθεν θεωρούνταν η μεγαλύτερη διεθνής δραστηριότητα των επιχειρήσεων. Παραδοσιακά οι εξαγωγές θεωρούνταν ένας τρόπος να αναπτυχθεί μια επιχείρηση. Εξακολουθούν, βέβαια, να είναι σημαντικές, ωστόσο, κατά τη διάρκεια των τελευταίων χρόνων, οι επιχειρήσεις εστιάζουν σε διαφορετικές επιχειρηματικές δραστηριότητες για την διεθνοποίηση τους οι οποίες θεωρούνται εξίσου σημαντικές για την εξασφάλιση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Συνεταιρισμοί με εταιρείες του εξωτερικού, συμμετοχή σε στρατηγικές συμμαχίες, συνεργασίες και διασυνοριακά δίκτυα, διεθνείς επενδύσεις, είναι τρόποι διείσδυσης μιας επιχείρησης στο διεθνές οικονομικό περιβάλλον. Οι αλλαγές/εξελίξεις, που σημειώθηκαν τα τελευταία χρόνια, διευκολύνουν την πρόσβαση και ενεργή συμμετοχή των ΜμΕ στη παγκόσμια οικονομία και η τάση για διεθνή δραστηριότητα των ΜμΕ παρουσιάζει ανοδική πορεία. Η πρόοδος στον τομέα της τεχνολογίας, και ειδικότερα το διαδίκτυο, ήταν ένας σημαντικός παράγοντας που διευκόλυνε τη ροή των πληροφοριών και την επέκταση της αγοράς των μικρότερων επιχειρήσεων. Οι κυβερνήσεις έχουν κάνει προσπάθειες για τη μείωση των εμποδίων στις διεθνείς επιχειρηματικές δραστηριότητες, σε παγκόσμιο και ιδιαίτερα σε περιφερειακό επίπεδο όπως η ΕΕ εντούτοις αυτές εξακολουθούν να υπό- εκπροσωπούνται στη διεθνή οικονομική σκηνή. Τα στοιχεία δείχνουν ότι η συμβολή τους στη διεθνή οικονομία είναι μικρή συγκρινόμενη με τη συμβολή τους στις τοπικές και εθνικές οικονομίες.

Οι λόγοι για την συγκριτικά μικρή συμβολή των ΜμΕ στην διεθνή οικονομία είναι πολλοί. Οι διεθνείς δραστηριότητες εκθέτουν τις επιχειρήσεις σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον ιδιαίτερα πολύπλοκο και αδιαμφισβήτητο πιο ριψοκίνδυνο. Σε αυτό το ριψοκίνδυνο περιβάλλον οι ΜμΕ μπαίνουν απροετοίμαστες συγκριτικά με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις και έχοντας λιγότερους πόρους στη διάθεση τους λόγω μεγέθους. Ασφαλώς κάποια από αυτά τα ρίσκα μπορούν να αντιμετωπιστούν από τις κυβερνήσεις καθώς είναι αποτέλεσμα των διαφορών που οι ίδιες οι κυβερνήσεις δημιουργούν στο επιχειρηματικό περιβάλλον των χωρών τους με τις ρυθμίσεις, τις διαχειριστικές απαιτήσεις και τις πολιτικές που εφαρμόζουν.

5.2 ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΕΘΝΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΜΜΕ

Η δραστηριοποίηση των ΜμΕ στις διεθνείς αγορές είναι ζωτικής σημασίας τόσο α)για τις χώρες προέλευσης τους, όσο και β) για τις ίδιες τις ΜμΕ, εφόσον αποτελεί το εργαλείο για την ανταγωνιστικότητα και την περαιτέρω ανάπτυξη και των δυο.

Σε μακροοικονομικό επίπεδο, για τις ίδιες τις χώρες, οι Ali and Swiercz σε έρευνα τους το 1991, έχουν καταδείξει ότι οι ΜμΕ των Ηνωμένων Πολιτειών διαδραματίζουν ένα σημαντικό

ρόλο στη μελλοντική ανταγωνιστικότητα της χώρας. Έχουν περαιτέρω επισημάνει την συνεισφορά των ΜμΕ που είναι δραστηριοποιημένες διεθνώς σε χώρες με ψηλή ανταγωνιστικότητα όπως είναι η Γερμανία και η Ιαπωνία καθώς σε αυτές τις χώρες πετυχαίνουν να έχουν ψηλό μερίδιο εξαγωγών. Οι Edmunds and Khoury, το 1986 υποστήριξαν ότι η αύξηση των εξαγωγών των μικρών επιχειρήσεων δημιουργεί πλατιά οφέλη διαρκείας, όχι μόνο για τις ίδιες αλλά και για την οικονομία γενικότερα. Περαιτέρω σε άλλες έρευνες διαφαίνεται ότι οι ΜμΕ που εξαγουν, δημιουργούν πολύ περισσότερες θέσεις εργασίας από ότι οι ΜμΕ που δεν έχουν εξαγωγική δραστηριότητα.

Σε μικροοικονομικό επίπεδο η διεθνής δραστηριότητα προσφέρει στις ΜμΕ πολλαπλά πλεονεκτήματα. Μεταξύ άλλων :

- γίνονται πιο ανταγωνιστικές μέσω προμηθειών ή ανάθεση υπεργολαβιών πέραν των εθνικών συνόρων
- είναι σε καλύτερη θέση να αντιμετωπίσουν απειλές και να εκμεταλλευτούν ευκαιρίες
- εξασφαλίζουν οικονομίες κλίμακας
- μπορούν να βρουν αγορές του εξωτερικού που προσφέρουν μεγαλύτερο ποσοστό κέρδους
- είναι δυνατόν να επεκταθεί ο κύκλος ζωής ενός προϊόντος μέσω της ανάπτυξης της αγοράς του εξωτερικού
- είναι σε θέση να καθιερώσουν στρατηγικές συμμαχίες για να καταφέρουν να δημιουργήσουν το δυναμικό που απαιτείται για έρευνα και ανάπτυξη, περιορίζοντας συνάμα το κόστος, το οποίο θα επιμερίζεται στους διάφορους συμμάχους/συνεργάτες.
- προσφέρεται η δυνατότητα για αξιοποίηση πέραν των οικονομιών κλίμακας, της μεγαλύτερης έκτασης καθώς και του τεχνολογικού πλεονεκτήματος,
- επιτυγχάνεται καλύτερη κατανομή των κινδύνων καθώς δεν τοποθετούνται όλα τα αυγά στο καλάθι της εγχώριας αγοράς,
- παρέχονται ευκαιρίες για αναβάθμιση της τεχνολογικής ικανότητας,

Όσον αφορά τα οφέλη από τη διεθνή δραστηριότητα των ΜμΕ αναφέρεται καταληκτικά ότι σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ, οι έρευνες φανερώνουν σύνδεση μεταξύ των επιχειρήσεων μεγάλης ανάπτυξης με την εξαγωγική τους δραστηριότητα και φανερώνουν ακόμα ότι οι εξαγωγές δεν είναι το τέλος μιας σκληρής διαδικασίας ανάπτυξης αλλά μάλλον περισσότερο είναι το αρχικό σημείο που υπηρετεί την διαδικασία ανάπτυξης.

5.3 ΕΜΠΟΔΙΑ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΜΜΕ

Αδιαμφισβήτητα εκτός από ευκαιρίες η διεθνοποίηση θέτει προκλήσεις και απειλές για τις ΜμΕ. Η έκθεση τους στον οξύ διεθνή ανταγωνισμό από ξένες εταιρείες και οι σχετικές προσαρμογές και το κόστος εξόδου που συνεπάγεται, ζητήματα συμβατότητας και προτύπων, πνευματικής ιδιοκτησίας, πολιτικά καθώς και νομικά ζητήματα είναι μερικές μόνο από τις απειλές που έχουν να διαχειριστούν οι ΜμΕ σε ένα διεθνές οικονομικό

περιβάλλον. Οι εγγενείς αδυναμίες τους, απόρροια του μεγέθους τους δεν τους επιτρέπει να μπουν στο στίβο του διεθνούς ανταγωνισμού, προετοιμασμένες στον ίδιο βαθμό όπως και οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις.

Επειδή, όπως έχει αναπτυχθεί η διεθνοποίηση και η διεθνής επιχειρηματικότητα των ΜμΕ δεν αποτελεί μόνο μια πρόκληση για τις ίδιες αλλά και ένα πολύ κρίσιμο ζήτημα για την οικονομική ανάπτυξη σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο, καθίσταται ζωτικής σημασίας, η αναγνώριση των εμποδίων που αντιμετωπίζουν οι ΜμΕ στη προσπάθεια τους για διεθνοποίηση. Χωρίς την αναγνώριση των εμποδίων δεν θα μπορέσουν να εξευρεθούν οι τρόποι περιορισμού τους και να προσδιοριστούν τα κατάλληλα κίνητρα και η βοήθεια που πρέπει να παρασχεθεί από τις κυβερνήσεις, την ΕΕ και άλλους διεθνείς οργανισμούς.

Τα εμπόδια στη διεθνοποίηση των ΜμΕ ταξινομούνται με διαφορετικούς τρόπους από τα διάφορα διεθνή όργανα ή/και τις διάφορες χώρες. Στη συνέχεια τα εμπόδια παρατίθενται ταξινομημένα σε δυο βασικές κατηγορίες α) τα Εσωτερικά Εμπόδια και β) τα Εξωτερικά Εμπόδια σύμφωνα με τη διάκριση που γίνεται από τον ΟΟΣΑ με περαιτέρω τεκμηρίωση βασισμένη σε έρευνες που διενεργήθηκαν και υπάρχουν διαθέσιμες στη βιβλιογραφία. Ακολούθως θα γίνει ιεράρχηση των εμποδίων βάσει και πάλι των μελετών που υπάρχουν διαθέσιμες στις βάσεις δεδομένων που έγινε η έρευνα.

5.3.1 Εσωτερικά Εμπόδια

Εσωτερικά Εμπόδια είναι τα εγγενή εμπόδια των ΜμΕ που πηγάζουν από τη στενότητα των πόρων και των δυνατοτήτων τους καθώς και από τη προσέγγιση τους στο ζήτημα της επέκτασης των εργασιών τους στο εξωτερικό. Αφορούν :

1. Περιορισμένη πληροφόρηση
2. Εμπόδια ανθρώπινου δυναμικού
3. Χρηματοοικονομικά εμπόδια
4. Εμπόδια για το προϊόν και την τιμή του
5. Εμπόδια Διανομής, Υλικοτεχνικού Συντονισμού/Υποστήριξης και Προώθησης

I. Περιορισμένη πληροφόρηση

Η περιορισμένη πληροφόρηση είναι ένα κρίσιμο εμπόδιο, στην προσπάθεια των ΜμΕ να προσεγγίσουν νέες αγορές του εξωτερικού. Σύμφωνα με την έκθεση του UK Trade & Investment (2012), η δυσκολία στον εντοπισμό πρώτων επαφών σε ξένες αγορές και η δημιουργία ενός αρχικού διαλόγου με τους υποψήφιους πελάτες ή συνεργάτες σε αυτές τις αγορές αποτελεί ένα από τα βασικότερα εμπόδια στη διεθνοποίηση των εργασιών των ΜμΕ.

- **Εντοπισμός των πληροφοριών**

Εμπόδια λόγω περιορισμένης πληροφόρησης είναι τα εμπόδια στην αναγνώριση, επιλογή και επαφή με άλλες ξένες αγορές. Αφορούν τη δυσκολία των επιχειρήσεων να εντοπίσουν τις εθνικές και διεθνείς πηγές πληροφόρησης, ώστε να αναζητήσουν

ενημέρωση με στόχο να μειώσουν τους κινδύνους της αβεβαιότητας των νέων αγορών.

- **Αξιοπιστία των πληροφοριών**
Αφορά προβλήματα που σχετίζονται με την αξιοπιστία της πληροφόρησης που έχουν στη διάθεση τους. Αφορά τις πηγές, την ποιότητα και τη σύγκριση των διαθέσιμων πληροφοριών που θα χρησιμοποιήσουν στην προσπάθειά τους να κατανοήσουν τις νέες αγορές.
- **Αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών στο εξωτερικό**
Υπάρχουν εμπόδια στον καταρτισμό στρατηγικής και στον προληπτικό εντοπισμό των ευκαιριών που γεννιούνται στις αγορές του εξωτερικού.
- **Αδυναμία επικοινωνίας με πελάτες του εξωτερικού.** Η γεωγραφική απόσταση, οι διαφορετικές ζώνες της ώρας, η ελλιπής έρευνα που γίνεται από την εταιρεία για τον εντοπισμό των ξένων πελατών και η περιορισμένη πρόσβαση σε βάσεις δεδομένων που θα μπορούσαν να τους εφοδιάσουν με λίστες δυνητικών πελατών είναι περαιτέρω προβλήματα που δημιουργούνται από την περιορισμένη πληροφόρηση.

II. Εμπόδια ανθρώπινου δυναμικού

Τα εμπόδια ανθρώπινου δυναμικού σε κάποιες μελέτες/έρευνες διαχωρίζονται σε εμπόδια που δημιουργούνται από έλλειψη χρόνου και ικανοτήτων της διευθυντικής ομάδας/διοίκησης και σε εμπόδια από στενότητα κατάλληλου και καταρτισμένου προσωπικού. Οι Bostjan Antoncic, Hisrich και Kopecnik (2007) έχουν αποδείξει στη μελέτη τους ότι το ανθρώπινο κεφάλαιο μιας επιχείρησης σχετίζεται θετικά και άμεσα με το βαθμό της διεθνοποίησης της επιχείρησης. Περαιτέρω αξίζει να σημειωθεί ότι οι Reuber και Fischer (1997) υποστηρίζουν σε σχετική μελέτη τους πως οι επιχειρήσεις με διευθυντικό προσωπικό που διαθέτει διεθνή εμπειρία έχουν μεγαλύτερη τάση να δημιουργούν ξένους στρατηγικούς εταίρους και αποκτούν πωλήσεις στο εξωτερικό πιο γρήγορα μετά την εκκίνηση των εργασιών τους. Περαιτέρω η εν λόγω έρευνα καταλήγει ότι αυτές οι συμπεριφορές σχετίζονται με υψηλότερο βαθμό διεθνοποίησης. Περαιτέρω ο ανεπαρκής αριθμός προσωπικού ή/και το προσωπικό με έλλειψη εκπαίδευσης στη διεθνοποίηση αξιολογείται από τις χώρες μέλη του ΟΟΣΑ σε έρευνα του 2008 ως το σοβαρότερο εμπόδιο στη διεθνοποίηση των ΜμΕ. Τα εμπόδια που σχετίζονται με το ανθρώπινο δυναμικό διακρίνονται μεταξύ άλλων στα πιο κάτω:

- **Έλλειψη χρόνου από πλευράς της διεύθυνσης** της ΜμΕ να ασχοληθεί με την επιχειρηματική επέκταση στο εξωτερικό. Να αφιερώσει δηλαδή χρόνο, πόρους και ενέργεια για να επιλέξει την ένταξη και την επέκταση σε αγορές του εξωτερικού, σχεδιασμό στρατηγικών μάρκετινγκ και τη διεξαγωγή επιχειρήσεων με πελάτες του εξωτερικού.

- **Ανεπαρκής αριθμός προσωπικού ή / και έλλειψη κατάλληλα εκπαιδευμένου, στη διεθνή επιχειρηματική δραστηριότητα, προσωπικού.** Αφορά προβλήματα που συνδέονται με τον ανεπαρκή αριθμό προσωπικού για να χειριστεί την αύξηση του φόρτου εργασίας που απαιτείται για τις διεθνείς δραστηριότητες. Πρόκειται περαιτέρω για προβλήματα που προκύπτουν από την έλλειψη εξειδικευμένης γνώσης και εμπειρογνωμοσύνης εντός της επιχείρησης και αφορούν χειρισμό τεκμηρίωσης, υλικοτεχνικές ρυθμίσεις και επικοινωνία με πελάτες του εξωτερικού. Η επικοινωνία περιλαμβάνει γνώση ξένων γλωσσών και ξένων πολιτισμών ώστε η επιχείρηση να είναι σε θέση να προσαρμόζει την προσέγγιση της στην κουλτούρα της νέας αγοράς.
- **Δυσκολία στη διοίκηση των ξένων εργαζομένων.** Ανυπαρξία διεύθυνσης που να είναι σε θέση να εργοδοτήσει και να διευθύνει εργαζομένους του εξωτερικού για να ασχοληθούν π.χ. με τη λειτουργία γραφείων στις αγορές του εξωτερικού.

III. Χρηματοοικονομικά εμπόδια

Τα χρηματοοικονομικά εμπόδια αφορούν κυρίως την έλλειψη ή / και ανεπάρκεια της χρηματοδότησης που είναι απαραίτητη για τη διεθνοποίηση μιας ΜμΕ. Σύμφωνα με την ίδια έρευνα του ΟΟΣΑ 2008 που αναφέρθηκε πιο πάνω, η έλλειψη κεφαλαίου κίνησης για χρηματοδότηση των εξαγωγών αξιολογείται από τις ίδιες τις ΜμΕ ως το σοβαρότερο εμπόδιο στην προσπάθεια τους για διεθνοποίηση των εργασιών τους. Τα χρηματοοικονομικά εμπόδια διακρίνονται στα πιο κάτω:

- **Έλλειψη κεφαλαίων για χρηματοδότηση κεφαλαίου κίνησης για διεθνοποίηση.** Αφορά στη δυσκολία στη διάθεση πόρων για την έρευνα σχετικά με τις αγορές του εξωτερικού, για την επίσκεψη σε δυνητικούς πελάτες του εξωτερικού και για υιοθέτηση διεθνής στρατηγικής μάρκετινγκ.
- **Έλλειψη κεφαλαίων για τη χρηματοδότηση των επενδύσεων για την επέκταση στις εξωτερικές αγορές.** Δυσκολία στην κατανομή και στη δικαιολόγηση των απαραίτητων δαπανών για να ξεκινήσει η επέκταση.
- **Δυσκολίες στην ασφάλιση** των προϊόντων στις ξένες αγορές όπως και των στοιχείων ενεργητικού της εταιρείας που βρίσκονται στο εξωτερικό.

IV. Εμπόδια για το προϊόν και την τιμή του

Πρόκειται για τις δυσκολίες που δημιουργούνται από τις πιέσεις που δέχεται το προϊόν από εξωτερικές δυνάμεις και αναγκάζουν την επιχείρηση να προσαρμόσει τη στρατηγική προϊόντων και τιμών της.

- **Δυσκολία στην ανάπτυξη νέων προϊόντων για τις ξένες αγορές.** Ύπαρξη αδυναμίας, δυσκολίας ή απροθυμίας για την ανάπτυξη εντελώς νέων προϊόντων για ικανοποίηση συγκεκριμένων αναγκών που απαιτεί η ξένη αγορά.

- **Δυσκολία στην προσαρμογή του σχεδιασμού του προϊόντος / στυλ.** Ύπαρξη αδυναμίας, δυσκολίας ή απροθυμίας να προσαρμοστεί ο σχεδιασμός των προϊόντων της εταιρείας ή το στυλ στις ιδιαιτερότητες της κάθε ξένης αγοράς (π.χ. διαφορετικές συνθήκες χρήσης, οι μεταβολές της αγοραστικής δύναμης, ανόμοιες προτιμήσεις των καταναλωτών, διαφορετικό κοινωνικό-πολιτισμικό περιβάλλον).
- **Δυσκολία στην επίτευξη της ποιότητας που απαιτείται για τα προϊόντα στις ξένες αγορές.** Πρόκειται για δυσκολία που προκύπτει κυρίως λόγω προτύπων και προδιαγραφών. Ασφαλώς δεν πρέπει να αποκλειστεί η απροθυμία προσαρμογής των προϊόντων για να συμμορφωθούν με τις προδιαγραφές ποιότητας και τις προτιμήσεις των αγορών του εξωτερικού. Εντούτοις πρέπει να σημειωθεί ότι η συμμόρφωση με πρότυπα και η πιστοποίηση προϋποθέτουν ένα σημαντικό κόστος.
- **Δυσκολία στο να προσφέρει ικανοποιητικές τιμές για τους πελάτες.** Η αδυναμία να προσφέρει στους ξένους πελάτες ικανοποιητικές τιμές λόγω υψηλότερου κόστους ανά μονάδα εξαιτίας των μικρών γραμμών παραγωγής, επιπλέον κόστους που συνεπάγεται η τροποποίηση του προϊόντος, της συσκευασίας ή / και των υπηρεσιών, υψηλότερων διοικητικών, λειτουργικών και μεταφορικών εξόδων, επιβολής επιπρόσθετων φόρων και τελών και ασφαλώς λόγω του υψηλότερου κόστους μάρκετινγκ και διανομής που προϋποθέτει η νέα απομακρυσμένη αγορά.
- **Δυσκολία στην αντιστοιχία των τιμών με τους ανταγωνιστές.** Η έλλειψη ανταγωνιστικότητας των τιμών οφείλεται σε παράγοντες που α) μπορούν να ελεγχθούν όπως για παράδειγμα, η αυστηρή υιοθέτηση τιμών κόστους συν περιθώριο κέρδους και β) που δεν μπορούν να ελεγχθούν όπως για παράδειγμα, ύπαρξη δυσμενών συναλλαγματικών ισοτιμιών, διαφορές μεταξύ των χωρών στη διάρθρωση του κόστους παραγωγής και διανομής, υιοθέτηση πρακτικών ντάμπινγκ από τους ανταγωνιστές, και πιθανή κυβερνητική πολιτική για την επιδότηση της τοπικής βιομηχανίας.
- **Δυσκολία στη χορήγηση πιστωτικών διευκολύνσεων σε πελάτες του εξωτερικού.** Πρόκειται για προβλήματα που προκύπτουν λόγω έλλειψης πόρων που θα επέτρεπαν τη διατήρηση της παροχής πιστωτικών διευκολύνσεων σε πελάτες του εξωτερικού ή / και λόγω του φόβου ότι τα χρέη δεν θα μπορούν να ανακτηθούν από πελάτες που βρίσκονται πολύ μακριά, με τους οποίους δεν έχουν καμία προηγούμενη εμπειρία, είτε ακόμα λόγω του ασταθούς πολιτικό-οικονομικού περιβάλλοντος της χώρας από την οποία προέρχονται.
- **Έλλειψη πλεονάζουσας παραγωγικής ικανότητας για τις ξένες αγορές.** Συχνά λόγω μεγέθους είναι πιθανόν να μην υπάρχει πλεόνασμα παραγωγής, πέραν

από αυτό που απαιτείται για την ικανοποίηση της εγχώριας αγοράς, ή να είναι δύσκολη η δημιουργία του, που θα επέτρεπε την επέκταση των εξαγωγικών της επιχειρήσεων.

V. Εμπόδια Διανομής, Υλικοτεχνικού Συντονισμού/Υποστήριξης και Προώθησης

Πρόκειται για εμπόδια που σχετίζονται με τη διανομή, τον υλικοτεχνικό συντονισμό και υποστήριξη καθώς και θέματα που αφορούν την προώθηση στις αγορές του εξωτερικού. Αξίζει να αναφερθεί ότι τα αποτελέσματα της έρευνας των Info & Martins (2010), στις επιχειρήσεις της Πορτογαλίας, έδειξαν ότι οι ΜμΕ που ήταν ήδη εξαγωγείς, αναγνώριζαν ως σοβαρότερο εμπόδιο στη διεθνοποίηση τους, την αποθήκευση και τον έλεγχο της ροής του προϊόντος στην αγορά-στόχο σε αντίθεση με τις ΜμΕ που δεν είχαν εμπειρία στη διεθνοποίηση και κατέτασσαν ως σοβαρότερα άλλα εμπόδια όπως την έλλειψη γνώσης των δυνητικών αγορών, την έλλειψη εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού, το βαθμό ανταγωνισμού στον τομέα καθώς και την έλλειψη χρηματοοικονομικής βοήθειας. Περαιτέρω η δυσκολία εξασφάλισης αξιόπιστης εκπροσώπησης στο εξωτερικό υποστηρίζεται από την μελέτη του ΟΟΣΑ τα αποτελέσματα της οποίας παρατίθενται στον Πίνακα 2. Τα εμπόδια που κατατάσσονται σε αυτή την κατηγορία είναι:

- **Δυσκολία στην ίδρυση / χρήση καναλιών διανομής σε ξένες αγορές.** Αφορούν προβλήματα που συνδέονται με την προσαρμογή των μεθόδων διανομής ανάλογα με το περιβάλλον των ξένων αγορών, τις παραλλαγές και τις ιδιοσυγκρασίες του (π.χ. εύρος και ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται), ή / και τα προβλήματα που συνδέονται με την πρόσβαση στα κανάλια διανομής στις αγορές του εξωτερικού (συμπεριλαμβανομένων των καναλιών που ήδη βρίσκονται στα χέρια των ανταγωνιστών, το κόστος διαχείρισης του καναλιού).
- **Δυσκολία στην απόκτηση αξιόπιστης αντιπροσώπευσης στο εξωτερικό.** Η δυσκολία αυτή, κρίνεται ως ένα από τα βασικότερα εμπόδια στην διεθνοποίηση των ΜμΕ. Αναφέρεται σχετικά ότι οι Kneller και Pisu (2007) διαπίστωσαν ότι η εύρεση του κατάλληλου συνεργάτη στη ξένη αγορά αποτελεί βασικό εμπόδιο για τη διεθνοποίηση των ΜμΕ. Ουσιαστικά η δυσκολία δημιουργείται από την ανάγκη η αντιπροσώπευση αυτή, να πληροί κάποιες προϋποθέσεις, τις απαιτήσεις του εξαγωγέα και να μην έχει ήδη δεσμευτεί με έναν από τους ανταγωνιστές. Οι απαιτήσεις αυτές συνήθως είναι : δομικές (εδαφική κάλυψη, οικονομική ισχύ, συγκεκριμένες εγκαταστάσεις), λειτουργικές (ποικιλία προϊόντων, υλικοτεχνικές ρυθμίσεις, αποθήκες), και της συμπεριφοράς (φήμη στην αγορά, συνεργάσιμη στάση).
- **Δυσκολία στην διατήρηση αποθεμάτων στο εξωτερικό.** Τα προβλήματα που συνδέονται με τον εκ νέου εφοδιασμό των ξένων αγορών, και περιλαμβάνουν

πιθανές καθυστερήσεις της μεταφοράς, διακυμάνσεις της ζήτησης, και απροσδόκητα γεγονότα που δημιουργούν ελλείψεις των προϊόντων της εταιρείας στο εξωτερικό.

- **Υπερβολικό κόστος μεταφοράς / ασφάλισης.** Η επιδείνωση του κόστους μεταφοράς, λόγω των μεγάλων αποστάσεων προς τις ξένες αγορές αλλά και μέσα σε αυτές, των κακών υποδομών, της περιορισμένης διαθεσιμότητας των μεταφορών, και των καθυστερήσεων στην παράδοση των προϊόντων, αλλά και των εξόδων ασφάλισης λόγω των υψηλότερων κινδύνων που συνδέονται με την πώληση προϊόντων στο εξωτερικό.
- **Δυσκολία στην παροχή τεχνικής εξυπηρέτησης μετά την πώληση.** Είναι προβλήματα που συνδέονται με την παροχή τεχνικής εξυπηρέτησης μετά την πώληση και περιλαμβάνει τις καθυστερήσεις και την αύξηση του κόστους που συνδέεται με: τη γεωγραφική απόσταση μεταξύ της εταιρείας και της ξένης αγοράς, τη δημιουργία επιχειρήσεων συντήρησης σε στρατηγικά σημεία, διατήρηση μεγάλων ποσοτήτων ανταλλακτικών σε διάφορα σημεία, προσαρμογή της προσέγγισης για την εξυπηρέτηση στις συνθήκες χρήσης της χώρας και στις πρακτικές των ανταγωνιστών που λειτουργούν στην αγορά.
- **Δυσκολία στην προσαρμογή των προωθητικών ενεργειών για την ξένη αγορά.** Είναι οι δυσκολίες που προκύπτουν από την ανάγκη για προσαρμογή των προωθητικών ενεργειών λόγω των διαφορών της ξένης χώρας όσον αφορά τα μοτίβα αγοράς, τα κίνητρα, τα καταναλωτικά πρότυπα και τους κανονισμούς της κυβέρνησης. Συμπεριλαμβάνουν μεταξύ άλλων μεταβολές στη σύνθεση του κοινού-στόχου, ακατάλληλο περιεχόμενο του διαφημιστικού μηνύματος λόγω διαφορετικής κουλτούρας, μη διαθεσιμότητα ή διαφορετική χρήση των διαφημιστικών μέσων, οι περιορισμοί στη συχνότητα / διάρκεια της διαφήμισης, και ανεπαρκή μέσα για την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης σε όλες τις χώρες.

5.3.2 Εξωτερικά Εμπόδια

Πρόκειται για εμπόδια που απορρέουν από το περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση και αφορούν τόσο το περιβάλλον της χώρας καταγωγής της επιχείρησης όσο και το περιβάλλον της χώρας υποδοχής. Είναι οι διοικητικές και άλλες δυσκολίες που αποθαρρύνουν την επέκταση. Αφορούν:

1. Διαδικαστικά εμπόδια
2. Εμπόδια που τίθενται από την Κυβέρνηση
3. Εμπόδια από τους πελάτες και τους ανταγωνιστές του εξωτερικού
4. Εμπόδια που προκύπτουν από το Επιχειρηματικό Περιβάλλον
5. Δασμολογικά και μη δασμολογικά εμπόδια

I. Διαδικαστικά εμπόδια

Πρόκειται για τα εμπόδια που σχετίζονται με τις πτυχές λειτουργίας των συναλλαγών με πελάτες του εξωτερικού.

- **Άγνωστες διαδικασίες / άγνωστα έγγραφα εξαγωγών.** Δυσκολία στην κατανόηση ή / και τη διαχείριση των τελωνειακών εγγράφων, των ναυτιλιακών ρυθμίσεων και άλλων διαδικασιών εξαγωγής.
- **Δυσκολία στην επικοινωνία με πελάτες του εξωτερικού.** Ανεπαρκής ή / και σπάνια επικοινωνία με τους πελάτες λόγω των μεγάλων γεωγραφικών και ψυχολογικών αποστάσεων μεταξύ των αγοραστών και των πωλητών αλλά και λόγω των κακών υποδομών επικοινωνίας.
- **Αργή συλλογή των πληρωμών από το εξωτερικό.** Δυσκολία να επιτευχθεί έγκαιρη είσπραξη των πληρωμών από το εξωτερικό, λόγω της μη ύπαρξης ικανοποιητικής επαφής με τις αγορές του εξωτερικού. Οι ξένοι αγοραστές δυνατόν να ζητούν περισσότερες πιστωτικές διευκολύνσεις, παρουσιάζεται η ανάγκη για χρήση μεσαζόντων ώστε να εισέλθει σε μία ξένη αγορά, και πιθανοί αυστηροί νομισματικοί περιορισμοί που επιβάλλονται από την κεντρική τράπεζα της ξένης αγοράς.
- **Δυσκολία στην εφαρμογή συμβάσεων και στην επίλυση διαφορών.** Είναι προβλήματα που προκύπτουν στην εφαρμογή/εκτέλεση των συμβάσεων λόγω κακής ποιότητας (π.χ. μη-επαληθεύσιμες πληροφορίες, ασάφεια, έλλειψη αμοιβαίας αποδοχής, και πιθανόν αδικαιολόγητο εύρος της σύμβασης), ή λόγω ασαφών προσδοκιών, παρερμηνείας, «κακής πίστης» και / ή απροθυμίας του συμβαλλόμενου να επικυρώσει τη σύμβαση. Προβλήματα στην επίλυση των διαφορών, πιθανόν να προκύπτουν λόγω των ανύπαρκτων μηχανισμών, του χρόνου και του κόστους πρόσβασης σε ξένα νομικά συστήματα, της έλλειψης γνώσης των ξένων νόμων και την απροθυμία των εταίρων να συμμετέχουν σε μηχανισμούς επίλυσης διαφορών.

II. Εμπόδια που τίθενται από την Κυβέρνηση

Είναι τα εμπόδια που σχετίζονται με τις ενέργειες ή την αδράνεια της κυβέρνησης της χώρας προέλευσης αλλά και των χωρών υποδοχής των επιχειρήσεων.

- **Η έλλειψη κρατικής υποστήριξης / παραχώρησης κινήτρων από τη χώρα προέλευσης.** Η υποστήριξη και η ενθάρρυνση από τις κυβερνητικές υπηρεσίες προς τις ΜμΕ για εξαγωγές και διεθνοποίηση των δραστηριοτήτων τους πολλές φορές είναι ανύπαρκτες.

- **Δυσμενείς κανονισμοί στη χώρα προέλευσης.** Οι εξαγωγές περιορίζονται, κάποιες φορές από τους ελέγχους που επιβάλλονται από την κυβέρνηση της χώρας προέλευσης, συμπεριλαμβανομένων των περιορισμών στις εξαγωγές, που αφορούν συστατικά ή τελικά προϊόντα σε ορισμένες χώρες, που θεωρούνται εχθρικές.
- **Περιορισμοί στην κατοχή ιδιοκτησίας σε ξένη χώρα.** Οι ξένες επιχειρήσεις δυνατόν να έχουν περιορισμούς στο ποσοστό ιδιοκτησίας που δικαιούνται να κατέχουν σε μια χώρα.
- **Περιορισμοί στην κυκλοφορία των προσώπων / επιχειρηματιών.** Είναι προβλήματα που αφορούν για παράδειγμα τη χορήγηση θεωρήσεων, ποσοτώσεων και το περιορισμό της διάρκειας παραμονής. Περαιτέρω σε κάποιες χώρες υπάρχουν περιορισμοί της δραστηριοποίησης προσώπων σε συγκεκριμένες υπηρεσίες όπως υπηρεσίες συναφείς με την πληροφορική και τη νομική.
- **Δυσμενής μεταχείριση σε σύγκριση με τις εγχώριες επιχειρήσεις σε θέματα φορολογίας ή δικαιώματος συμμετοχής.** Οι ξένες εταιρείες δυνατόν να αντιμετωπίζονται λιγότερο ευνοϊκά από τις ντόπιες, όσον αφορά τους άμεσους αλλά και έμμεσους φόρους.
- **Δυσμενής μεταχείριση σε σύγκριση με τις εγχώριες επιχειρήσεις στις δημόσιες συμβάσεις.** Οι ξένες εταιρείες δυνατόν να αντιμετωπίζονται λιγότερο ευνοϊκά όσον αφορά τη συμμετοχή στις δημόσιες συμβάσεις, συμπεριλαμβανομένων των διακρίσεων κατά την εφαρμογή των οικονομικών και τεχνικών κριτηρίων για ένα έργο.
- **Δυσμενής μεταχείριση σε σύγκριση με τις εγχώριες επιχειρήσεις στη ρύθμιση του ανταγωνισμού.** Οι ξένες επιχειρήσεις δυνατόν να αντιμετωπίζονται λιγότερο ευνοϊκά από τις εγχώριες εταιρείες όσον αφορά τον ανταγωνισμό, συμπεριλαμβανομένης και της περίπτωσης που δημόσια ελεγχόμενες επιχειρήσεις υπόκεινται σε εξαίρεση είτε πλήρη ή μερική απαλλαγή, από την εφαρμογή της γενικής νομοθεσίας περί ανταγωνισμού.
- **Οι νόμοι και οι κανονισμοί δεν είναι διαφανείς στην ξένη χώρα.** Πιθανή κανονιστική ανεπάρκεια συμπεριλαμβανομένης της δυσκολίας στην εξεύρεση των απαραίτητων πληροφοριών στους νόμους και τους κανονισμούς ή ακόμα και το κόστος για την εξασφάλιση των απαραίτητων πληροφοριών. Όπως επίσης και ο χρόνος που χρειάζεται για την απόκτηση των αναγκαίων αδειών και εγκρίσεων λειτουργεί αποθαρρυντικά.

III. Εμπόδια από τους πελάτες και τους ανταγωνιστές του εξωτερικού.

Πρόκειται για εμπόδια που σχετίζονται με τους πελάτες και τους ανταγωνιστές της εταιρείας στις αγορές του εξωτερικού, τα οποία δυνατόν να έχουν άμεση επίδραση στις εξαγωγικές δραστηριότητες των ΜμΕ.

- **Διαφορετικές συνήθειες και στάσεις ξένων πελατών.** Δυσκολία στην προσαρμογή της στρατηγικής της εταιρείας στις συνήθειες των καταναλωτών και στις συμπεριφορές τους που προκαλούνται από διαφορετικές τοπογραφικές και κλιματικές συνθήκες, διαφορετικά οικιακά μεγέθη και δομές, διαφορετικό επίπεδο τεχνικής κατανόησης, διαφορετικό επίπεδο και κατανομή του εισοδήματος, καθώς και διαφορετικά ήθη.
- **Έντονος ανταγωνισμός στις αγορές του εξωτερικού.** Δυσκολία στη διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στις αγορές του εξωτερικού λόγω των πιο περίπλοκων και εντατικών ανταγωνιστικών καταστάσεων (π.χ. ανταγωνισμός που προκύπτει από πολλές πηγές, διαφορετικές ανταγωνιστικές στρατηγικές και προστασίας)

IV. Εμπόδια που προκύπτουν από το Επιχειρηματικό Περιβάλλον.

Πρόκειται για εμπόδια που σχετίζονται με το οικονομικό, πολιτικό, νομικό και κοινωνικό-πολιτισμικό περιβάλλον της ξένης αγοράς μέσα στο οποίο η εταιρεία δραστηριοποιείται ή σκοπεύει να δραστηριοποιηθεί. Οι Rahman, Uddin και Lodorfos στη μελέτη τους για τα κοινωνικό-οικονομικά εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι ΜμΕ στην επέκταση σε ξένες αγορές και ειδικότερα σε χώρες με αναδυόμενη οικονομία, υποστηρίζουν την ιδιαίτερη σημασία που έχουν η διαφορά της γλώσσας, οι διαφορετικές κοινωνικές προσεγγίσεις, η πολιτική αστάθεια, η διαφθορά και η πολυπλοκότητα του νομικού συστήματος στη χώρα / πατρίδα των ΜμΕ αλλά και οι ανεπαρκείς επενδύσεις στην Έρευνα και Ανάπτυξη και η απουσία υποδομών όπως υπηρεσιών ταχείας εξυπηρέτησης.

- **Κακές οικονομικές συνθήκες στο εξωτερικό** - Οι οικονομικές επιπτώσεις προκαλούν την απρόβλεπτη συμπεριφορά των καταναλωτών. Τα μεγάλα εξωτερικά χρέη, τα υψηλά ποσοστά πληθωρισμού, καθώς και τα υψηλά επίπεδα ανεργίας στις αγορές του εξωτερικού, διαβρώνουν την αγοραστική δύναμη των πολιτών και έχουν επιπτώσεις στις καταναλωτικές τους συνήθειες.
- **Κίνδυνοι συναλλάγματος** - Είναι οι κίνδυνοι που προκύπτουν από την αστάθεια των συναλλαγματικών ισοτιμιών και οδηγούν σε διακυμάνσεις των τιμών εξαγωγής στο εξωτερικό. Άλλος κίνδυνος είναι η ανατίμηση του νομίσματος του εξαγωγέα με αποτέλεσμα λιγότερο ευνοϊκές τιμές για τους τελικούς χρήστες.

- **Άγνωστες ξένες επιχειρηματικές πρακτικές** - Οι επιχειρηματικές πρακτικές είναι διαφορετικές από χώρα σε χώρα, κάτι που μπορεί να προκαλέσει σύγχυση ή να στείλει διαστρεβλωμένα μηνύματα σε επιχειρήσεις που δεν είναι εξοικειωμένες με τις τυπικές και άτυπες διαδικασίες που εκτελούνται σε μια αγορά του εξωτερικού.
- **Διαφορετικά κοινωνικό-πολιτιστικά χαρακτηριστικά** - Είναι προκλήσεις που απορρέουν από τις διαφορές από χώρα σε χώρα στη θρησκεία, τις αξίες, τις στάσεις, τα ήθη, τα έθιμα, την εκπαίδευση και την κοινωνική οργάνωση. Ουσιαστικά πρόκειται για την κατανόηση των επιπτώσεων που μπορεί να έχουν τα πιο πάνω στη συμπεριφορά των καταναλωτών και την κατάλληλη διαχείριση τους με προσαρμογή των προγραμμάτων μάρκετινγκ κλπ.
- **Λεκτικές / μη λεκτικές διαφορές γλώσσας** - Αφορούν προκλήσεις που συνδέονται με την κατανόηση των προφορικών και γραπτών πτυχών της ξένης γλώσσας και τα μη λεκτικά χαρακτηριστικά της, όπως η γλώσσα του σώματος και η αντίληψη του χρόνου, ώστε να επικοινωνούν λεκτικά και μη-λεκτικά μέσω του μάρκετινγκ, της διαφήμισης και της συσκευασίας του προϊόντος.
- **Ανεπάρκεια των υποδομών για το ηλεκτρονικό εμπόριο** - Πρόκειται για προβλήματα στις υποδομές τόσο στη χώρα εγκατάστασης όσο και στη χώρα που επιχειρείται η επέκταση. Μπορεί οι υποδομές να υπάρχουν αλλά να περιορίζονται στις βασικές ή ακόμα να είναι εντελώς ανύπαρκτες (π.χ. υλικό, λογισμικό, ασφάλεια, και ευρυζωνικές συνδέσεις) έτσι που να μην είναι σε θέση να υποστηρίξουν τη διανομή, πώληση, αγορά, εμπορία και συντήρηση των προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω ηλεκτρονικών συστημάτων, όπως το Διαδίκτυο.
- **Πολιτική αστάθεια στις αγορές του εξωτερικού** - Δυσκολία στην έναρξη ή διατήρηση εργασιών στο εξωτερικό λόγω παραγόντων α) οικονομικών όπως χαμηλά εισοδήματα των νοικοκυριών, πληθωριστικές τάσεις, μεγάλο εξωτερικό χρέος, β) κοινωνικών όπως θρησκευτικός φονταμενταλισμός, εθνικές εντάσεις, υψηλός βαθμός διαφθοράς, ή/και γ) πολιτικών όπως αυταρχικών καθεστώτων, συγκρούσεων.

V. Δασμολογικά και μη δασμολογικά εμπόδια

Αφορούν εμπόδια και περιορισμούς που επιβάλλονται από τις κυβερνητικές πολιτικές και τους κανονισμούς που ισχύουν στις ξένες αγορές. Πρόκειται για περιορισμούς που επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την απόφαση μιας επιχείρησης για επέκταση των εργασιών της σε μια χώρα.

- **Υψηλά δασμολογικά εμπόδια** - Αφορούν τους υπερβολικούς φόρους που σε κάποιες χώρες επιβάλλονται στα εισαγόμενα εμπορεύματα, ώστε να διογκωθούν τεχνητά οι τιμές τους για σκοπούς προστασίας των εγχώριων βιομηχανιών από τον ξένο ανταγωνισμό.

- **Ανεπαρκής προστασία της ιδιοκτησίας π.χ. πνευματική ιδιοκτησία** - Είναι δυσκολίες που προκύπτουν από τις ανεπάρκειες του νομικού πλαισίου για την προστασία της ιδιοκτησίας, της χρήσης, της μεταβίβασης και της πώλησης υλικών και άυλων περιουσιακών στοιχείων ειδικά πνευματικής ιδιοκτησίας (πνευματικά δικαιώματα, διπλώματα ευρεσιτεχνίας, εμπορικά σήματα κλπ.).
- **Τεχνικά πρότυπα, πρότυπα ασφαλείας και υγείας που λειτουργούν περιοριστικά** Πρόκειται για δυσκολίες στην συμμόρφωση με πρότυπα και προδιαγραφές πολύ υψηλές, μη διαφανείς, χωρίς συνέπεια, ή με απαιτήσεις που εισάγουν διακρίσεις υπέρ των ντόπιων προϊόντων. Δυνατό να περιλαμβάνουν υγειονομικές και φυτοϋγειονομικές απαιτήσεις, βιομηχανικά και περιβαλλοντικά πρότυπα προστασίας, διαδικασίες αξιολόγησης της συμμόρφωσης (δοκιμές και εκ νέου δοκιμές, ελέγχους, επιθεωρήσεις και πιστοποιήσεις) και τεχνικά πρότυπα (π.χ. προετοιμασία, έγκριση και εφαρμογή διαφορετικών προτύπων για ειδικά χαρακτηριστικά ενός προϊόντος).
- **Αυθαίρετες δασμολογικές κατατάξεις και ανακατατάξεις** - Προβλήματα και κόστος που προκύπτει από τις τελωνειακές κατατάξεις των προϊόντων που δυνατόν να μην γίνονται βάσει διεθνών αποδεκτών κανόνων και αρχών δασμολογικής κατάταξης
- **Δυσμενείς ποσοτώσεις ή / και αποκλεισμοί** - Ύπαρξη παράλογων απαγορεύσεων εμπορίου με μια συγκεκριμένη χώρα ή αδικαιολόγητοι περιορισμοί στην ποσότητα των συγκεκριμένων προϊόντων που εισάγονται σε ορισμένες χώρες.

5.3.3 Ιεράρχηση των εμποδίων με βάση το βαθμό που επηρεάζουν την διεθνοποίηση

Σε έρευνα που πραγματοποίησαν οι SVETLIČIĆ et al. σε 180 εταιρείες, διαπίστωσαν ότι οι ΜμΕ έχουν ομοιότητες με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις στον τρόπο που αντιμετωπίζουν τις εξαγωγές, με τη διαφορά ότι οι ΜμΕ αντιμετωπίζουν περισσότερους οικονομικούς περιορισμούς και περιορισμούς που σχετίζονται με τη δυναμικότητα τους. Από την άλλη στην ίδια μελέτη αναγνωρίζεται το πλεονέκτημα της ευκινησίας, που διαθέτουν οι ΜμΕ έναντι των μεγαλύτερων επιχειρήσεων, που είναι απαραίτητη για ταχεία και αποτελεσματική είσοδο σε μια αγορά. Περαιτέρω στην ίδια μελέτη διαπιστώνεται ως ευεργετικό πλεονέκτημα το γεγονός ότι οι ΜμΕ, συχνά, απευθύνονται σε εξειδικευμένα τμήματα της αγοράς όπου κύρια ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα τους είναι η τεχνολογική τεχνογνωσία, η οργανωσιακή ελαστικότητα και οι στενότερες σχέσεις με τους πελάτες ενώ οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις στηρίζονται στο μάρκετινγκ και στις οικονομίες κλίμακας.

Σύμφωνα με την μελέτη των Freitas Mundim, Rossi Alessandro, Andrea Stocchetti (2000) σε μια άκρως ολοκληρωμένη παγκόσμια αγορά, οι ΜμΕ πάσχουν από το δίπτυχο πρόβλημα: από τη μια τα περιορισμένα περιουσιακά στοιχεία και οι περιορισμένοι άλλοι κρίσιμοι πόροι εμποδίζουν την επέκταση στο εξωτερικό και από την άλλη έχουν να αντιμετωπίσουν τις επιθέσεις που δέχεται η ντόπια αγορά από τον ισχυρό διεθνή ανταγωνισμό. Βέβαια όπως αναφέρουν οι Şebnem Ensaria , Melisa Erdilek Karabayb, (2014) δεν πρέπει να παραβλεφθούν τα πλεονεκτήματα του μικρού μεγέθους, όπως η ευελιξία και η δυνατότητα ταχείας ανταπόκρισης στις αλλαγές, που παρέχουν στις ΜμΕ διαφορετικά μονοπάτια για την ένταξη τους στη φάση της διεθνοποίησης και της συμμετοχής τους στις διεθνείς αγορές.

Οι Ahmed et al (2004) στη μελέτη τους δείχνουν ότι οι περισσότερες ΜμΕ αντιλαμβάνονται ως σοβαρότερα εμπόδια στην διεθνοποίηση των εργασιών τους :την έλλειψη κρατικής υποστήριξης, τον ανταγωνισμό στις αγορές του εξωτερικού, το γεγονός ότι πρέπει να τροποποιήσουν τις πολιτικές τιμολόγησης και προώθησης, τους υψηλούς δασμούς του εξωτερικού, και την έλλειψη κεφαλαίων για τη χρηματοδότηση της επέκτασης.

Σύμφωνα με έρευνα του 2008 του ΟΟΣΑ τα κορυφαία εμπόδια όπως αναγνωρίζονται από τις ίδιες τις ΜμΕ φαίνονται στον Πίνακα 2, ενώ τα κορυφαία εμπόδια όπως αναγνωρίζονται από τις χώρες/πατρίδες των ΜμΕ φαίνονται στο Πίνακα 3 , κατά σειρά βαρύτητας:

ΠΙΝΑΚΑΣ 2: Εμπόδια στη διεθνοποίηση των ΜμΕ με σειρά προτεραιότητας όπως κατατάσσονται από τις ίδιες

Σειρά προτεραιότητας	Εμπόδιο
1	Έλλειψη κεφαλαίου κίνησης για τη χρηματοδότηση των εξαγωγών
2	Αναγνώριση / Προσδιορισμός των ξένων επιχειρηματικών ευκαιριών
3	Περιορισμένες πληροφορίες για τον εντοπισμό / ανάλυση των αγορών
4	Αδυναμία επικοινωνίας με πιθανούς πελάτες στο εξωτερικό
5	Εξασφάλιση αξιόπιστης εκπροσώπησης στο εξωτερικό
6	Έλλειψη χρόνου από πλευράς της διοίκησης για να ασχοληθεί με τη διεθνοποίηση
7	Ανεπαρκής αριθμός προσωπικού ή και προσωπικό χωρίς εκπαίδευση στη διεθνοποίηση
8	Δυσκολία αντιστοίχισης με τις τιμές των ανταγωνιστών
9	Η έλλειψη βοήθειας και κινήτρων από την κυβέρνηση
10	Υπερβολικό κόστος μεταφοράς

ΠΙΝΑΚΑΣ 2: Εμπόδια στη διεθνοποίηση των ΜμΕ με σειρά προτεραιότητας όπως κατατάσσονται από τα κράτη μέλη του ΟΟΣΑ

Σειρά προτεραιότητας	Εμπόδιο
1	Ανεπαρκής αριθμός προσωπικού ή και προσωπικό χωρίς εκπαίδευση στη διεθνοποίηση
2	Έλλειψη κεφαλαίου κίνησης για τη χρηματοδότηση των εξαγωγών
3	Περιορισμένες πληροφορίες για τον εντοπισμό / ανάλυση των αγορών
4	Αναγνώριση / Προσδιορισμός των ξένων επιχειρηματικών ευκαιριών
5	Έλλειψη χρόνου από πλευράς της διοίκησης για να ασχοληθεί με τη διεθνοποίηση
6	Αδυναμία επικοινωνίας με πιθανούς πελάτες στο εξωτερικό
7	Ανάπτυξη νέων προϊόντων για τις αγορές του εξωτερικού
8	Άγνωστες εμπορικές πρακτικές του εξωτερικού
9	Άγνωστες διαδικασίες εξαγωγών και γραφειοκρατία
10	Αδυναμία στην Ικανοποίηση της ποιότητας/των προτύπων/προδιαγραφών των εξαγομένων προϊόντων

Πηγή:OECD-APEC 2007 (<http://www.oecd.org/cfe/smes/43357832.pdf>)

5.4 ΚΙΝΗΤΡΑ ΓΙΑ ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ

Ένα σημαντικό ζήτημα που τίθεται στην παρούσα φάση, είναι τα κίνητρα, οι λόγοι δηλαδή που ωθούν τις ΜμΕ να επιδιώξουν τη διεθνοποίηση υπερβαίνοντας τα ρίσκα και τη πληθώρα των εμποδίων που λειτουργούν αποτρεπτικά. Μια ανασκόπηση των διαθέσιμων μελετών και στοιχείων επί του θέματος, αποκαλύπτει την ύπαρξη βασικών παραγόντων που δρουν ως κίνητρα για τη διεθνοποίηση των ΜμΕ. Σε αυτά περιλαμβάνονται κίνητρα ανάπτυξης, κίνητρα που σχετίζονται με τη γνώση, με εγχώριους και περιφερειακούς παράγοντες της αγοράς καθώς και με τα δίκτυα και τους κοινωνικούς δεσμούς που αναπτύσσει μια επιχείρηση.

Κίνητρα ανάπτυξης: Οι αποφάσεις των επιχειρήσεων για δραστηριοποίηση στο εξωτερικό φαίνεται να υποκινούνται από την ανάγκη για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων, για αύξηση κερδών, για αύξηση του μεγέθους της αγοράς, για μια ισχυρότερη θέση στην αγορά, και για να μειωθεί η εξάρτηση από μία μόνο αγορά. Σε πολλές πρόσφατες μελέτες,

οι ευκαιρίες ανάπτυξης μέσω των διεθνών αγορών προσδιορίστηκαν ως βασική κινητήρια δύναμη για τη διεθνοποίηση μιας εταιρείας.

Κίνητρα που σχετίζονται με τη γνώση: Η προσπάθεια να αποκτήσουν περιουσιακά στοιχεία της γνώσης οδηγεί στην δραστηριοποίηση των ΜμΕ στις διεθνείς αγορές. Παράγοντες που ωθούν προς τη διεθνοποίηση φαίνεται να είναι: η προηγούμενη διεθνής εμπειρία των Διευθυντικών στελεχών μιας ΜμΕ, οι γλωσσικές δεξιότητες, η δυνατότητα της επιχείρησης για Έρευνα και Ανάπτυξη, για καινοτομία κ.α.

Προσπάθειες για ανεύρεση πόρων: Η προσπάθεια για εξεύρεση νέων πόρων οδηγεί σε έρευνα α) για φυσικούς πόρους κυρίως σε χώρες που διαθέτουν άφθονα και χαμηλού κόστους ορυκτά και γεωργικά προϊόντα αλλά και β) για χαμηλού κόστους εργατικά.

Κίνητρα που σχετίζονται με τα δίκτυα: Οι διασυνδέσεις, συνδέσεις στην αλυσίδα εφοδιασμού, κοινωνικοί δεσμοί, συνδέσεις με μετανάστες, βελτιωμένες εμπορικές υποδομές φαίνεται ότι ενισχύουν τη διεθνοποίηση. Πρόκειται ουσιαστικά για ταύλαστοιχείαενεργητικούμιαςεπιχείρησηςόπωςτοκοινωνικόκαιδιαδικτυακόκεφάλαιο που λειτουργούν υπέρ της τάσης για επέκταση των δραστηριοτήτων στο εξωτερικό.

Κίνητρα που σχετίζονται με την εγχώρια αγορά: Υποστηρίζεται επίσης ότι υπάρχει τάση για διεθνή δραστηριότητα στις ΜμΕ που βρίσκονται σε λιγότερο ευνοϊκές εγχώριες αγορές και οι κυβερνήσεις δίνουν κίνητρα για εξαγωγές και διαθέτουν μια ικανοποιητική υποδομή για αυτή τη δραστηριότητα.

Κίνητρα που σχετίζονται με τις ξένες αγορές: Η ύπαρξη ευκαιριών και ζήτησης αγαθών και υπηρεσιών σε ξένες αγορές λειτουργεί ως κίνητρο για επέκταση των εργασιών στις αγορές αυτές.

5.5 ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΕ ΑΓΟΡΕΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ

Στην έρευνα του ολλανδικού EIM Business & Policy Research που υιοθετήθηκε και εκδόθηκε από την ΕΕ, καταδεικνύεται ότι η δημόσια υποστήριξη δύναται πράγματι να διαδραματίσει έναν πολύ σημαντικό ρόλο στην προώθηση της διεθνοποίησης. Το 11% των ΜΜΕ που χρησιμοποιούν τα μέτρα δημόσιας στήριξης παραδέχονται ότι δεν θα είχαν διεθνοποιηθεί χωρίς αυτά. Συνολικά το 55% των εσωτερικά ενεργών ΜμΕ αναφέρουν τουλάχιστον μία από τις τέσσερις θετικές επιλογές:

- α. δεν θα είχαν διεθνοποιηθεί χωρίς την υποστήριξη
- β. διεθνοποιήθηκαν νωρίτερα λόγω της υποστήριξης
- γ. ανέπτυξαν περισσότερες διεθνείς δραστηριότητες λόγω της υποστήριξης
- δ. απέκτησαν καλύτερη εικόνα των δυνατοτήτων τους στις ξένες αγορές λόγω της υποστήριξης.

Στη συνέχεια θα παρατεθούν 1) προτεινόμενα μέτρα που μπορούν να ληφθούν από το κράτος και άλλους θεσμούς για υποστήριξη της διεθνοποίησης όπως προκύπτουν από μελέτες και ακολούθως θα εξεταστούν ξεχωριστά 2 βασικά ζητήματα της διεθνοποίησης που αφορούν 2) η ανάγκη για τυποποίηση των προϊόντων/υπηρεσιών τους, ώστε να μην τίθεται υπό αμφισβήτηση η ποιότητα τους, και 3) η δυνατότητα ανάπτυξης συνεργασιών που θα βοηθήσουν τη συμμετοχή τους σε μεγαλύτερα έργα.

5.5.1 Μέτρα που πρέπει να ληφθούν από το κράτος και άλλους θεσμούς για προώθηση της διεθνοποίησης των ΜμΕ

Σύμφωνα με την έρευνα των EIM Business & Policy Research που αναφέρθηκε πιο πάνω, οι πολιτικές υποστήριξης πρέπει να περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων:

- **Βελτίωση της ενημέρωσης**

Ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο έχουν οι μεγάλες εκστρατείες ενημέρωσης καθώς μέσω αυτών, οι επιχειρήσεις μαθαίνουν τα πλεονεκτήματα της διεθνοποίησης και ενημερώνονται για την στήριξη που τους παρέχεται από το δημόσιο τομέα της χώρας τους. Η στόχευση των εκστρατειών ενημέρωσης είναι ιδιαίτερης σημασίας. Για παράδειγμα θα πρέπει να ενισχυθούν οι εκστρατείες ενημέρωσης και παροχής συμβουλών που απευθύνονται στις ΜμΕ που μπορούν δυνητικά να διεθνοποιήσουν τις εργασίες τους. Χρειάζεται μεγαλύτερη έμφαση στο ξεκαθάρισμα των παρανοήσεων που πιθανόν να έχουν δημιουργηθεί σε σχέση με τα εμπόδια και η υποστήριξη να προσαρμόζεται ανάλογα με το στάδιο της διεθνούς ανάπτυξης που βρίσκονται οι επιχειρήσεις-στόχος της κάθε εκστρατείας.

- **Διευκόλυνση της πρόσβασης στη χρηματοδότηση**

Οι κυβερνήσεις θα πρέπει να βελτιώσουν την πρόσβαση των πολύ μικρών και μικρών ΜμΕ στους υφιστάμενους χρηματοοικονομικούς μηχανισμούς και στη σχετική πληροφόρηση. Τα αποτελέσματα των ερευνών δείχνουν ότι η έλλειψη κεφαλαίων κατέχει εξέχουσα θέση ανάμεσα στα εμπόδια για τη διεθνοποίηση των ΜμΕ. Περαιτέρω οι έρευνες δείχνουν ότι όσο πιο μικρή είναι η ΜμΕ τόσο λιγότερο ενήμερη είναι, σε σχέση με τα προγράμματα στήριξης. Ενώ ακριβώς αυτές οι εταιρείες έχουν συνήθως τη μεγαλύτερη ανάγκη για οικονομική στήριξη.

- **Συνδυασμός της καινοτομίας και της διεθνοποίησης**

Τα ευρήματα για τη σχέση μεταξύ της καινοτομίας και της διεθνοποίησης προτείνουν το σχεδιασμό μέτρων στήριξης που να συνδυάζουν την τόνωση της καινοτομίας και της διεθνοποίησης αντί ξεχωριστών μέτρων για την κάθε μια. Οι δημόσιοι φορείς θα πρέπει να εξετάσουν την ενοποιημένη προσέγγιση στα δύο ζητήματα καθώς οι ίδιες οι επιχειρήσεις φαίνεται ότι αντιμετωπίζουν την καινοτομία από τη μια ως απαραίτητη

προϋπόθεση για να εισέλθουν στις ξένες αγορές και από την άλλη ως αποτέλεσμα των διεθνών δραστηριοτήτων τους.

- **Παράλληλη διευκόλυνση και των εισαγωγών**

Τα εργαλεία για προώθηση της διεθνούς δραστηριότητας δεν πρέπει να περιορίζονται μόνο στους πιθανούς εξαγωγείς αλλά και στους πιθανούς εισαγωγείς. Παρόλο που οι πολιτικές εστιάζουν στις εξαγωγές, πρέπει να γίνει αντιληπτό ότι και οι εισαγωγές είναι τουλάχιστον εξίσου χρήσιμες. Μπορεί οι εξαγωγές να φέρνουν στην οικονομία ξένο χρήμα αλλά για πολλούς βασικούς οικονομικούς τομείς, η πρόσβαση στις απαιτούμενες εισαγωγές είναι παράγοντας ζωτικής σημασίας για την επιβίωση τους.

- **Πολιτικές για διευκόλυνση του ηλεκτρονικού εμπορίου**

Οι πολιτικές πρέπει να αναπτυχθούν για να υποστηρίξουν μεγαλύτερη χρήση του διαδικτύου από τις ΜμΕ και ειδικά του ηλεκτρονικού εμπορίου καθώς αυτό μειώνει τα εμπόδια για τη διεθνοποίηση των εργασιών των μικρών επιχειρήσεων. Για παράδειγμα θα ήταν εξαιρετικά υποβοηθητική η ανάπτυξη προγραμμάτων προς τον σκοπό αυτό και η παροχή τους στις ΜμΕ καθώς και η έγκριση κανονισμών και νομοθεσιών που θα ενισχύσουν τη χρήση των ηλεκτρονικών υπογραφών.

- **Βελτίωση της αποτελεσματικότητας στη συλλογή πληροφοριών για τις αγορές**

Πολλοί φορείς προώθησης, σε πολλές χώρες αποκτούν και αναλύουν μεγάλο όγκο πληροφοριών που σχετίζεται με την ανάπτυξη, τις εξελίξεις στο νομικό και θεσμικό περιβάλλον μιας σειράς ξένων αγορών. Πολλά οφέλη θα μπορούσαν να προκύψουν αν η εργασία αυτή συλλέγεται και οργανώνεται σε επίπεδο ΕΕ ώστε να αποφεύγεται η διπλή εργασία και οι τοπικοί φορείς προώθησης να διασφαλίζουν απλώς την επαρκή διασύνδεση τους με τις εγχώριες επιχειρήσεις.

5.5.2 Τυποποίηση /Υιοθέτηση Προτύπων για διευκόλυνση της διεθνοποίησης

- **Σκοπός των προτύπων**

Τα πρότυπα καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα αντικειμένων και θεμάτων από τις κατασκευές μέχρι τη νανοτεχνολογία, από τη διαχείριση ενέργειας μέχρι την υγεία και την ασφάλεια, από τις μπάλες του ποδοσφαίρου μέχρι τα δίκτυα των τερμάτων. Μπορούν να είναι συγκεκριμένα και να αφορούν ένα συγκεκριμένο τύπο προϊόντος ή να είναι γενικά όπως οι πρακτικές διαχείρισης.

Ο σκοπός του προτύπου είναι να παρέχει μια αξιόπιστη βάση για τους ανθρώπους ώστε να μοιράζονται τις ίδιες προσδοκίες σχετικά με ένα προϊόν ή μια υπηρεσία. Αυτό

διευκολύνει το εμπόριο, παρέχει ένα πλαίσιο για την επίτευξη οικονομίας, αποτελεσματικότητας και διαλειτουργικότητας, ενισχύει την προστασία των καταναλωτών καθώς και την εμπιστοσύνη τους.

Περαιτέρω ένα πρότυπο διαχείρισης ποιότητας βοηθά σε πιο αποτελεσματική εργασία και μειώνει τις αποτυχίες του προϊόντος. Ένα πρότυπο περιβαλλοντικής διαχείρισης βοηθά στη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων, τη μείωση των αποβλήτων και στην αειφορία. Ένα πρότυπο για την υγεία και την ασφάλεια βοηθά στη μείωση των ατυχημάτων στο χώρο εργασίας. Ένα πρότυπο ασφαλείας IT βοηθά να κρατηθούν ασφαλείς ευαίσθητες πληροφορίες. Ένα πρότυπο κατασκευής βοηθά στην οικοδόμηση ενός σπιτιού. Ένα πρότυπο διαχείρισης ενέργειας βοηθά στη μείωση της κατανάλωσης ενέργειας. Ένα πρότυπο ασφαλείας τροφίμων βοηθά στην πρόληψη της μόλυνσης των τροφίμων. Ένα πρότυπο προσβασιμότητας βοηθά να γίνουν τα κτίρια προσβάσιμα σε χρήστες με ειδικές ανάγκες. Ένα πρότυπο διαλειτουργικότητας εξασφαλίζει ότι οι τραπεζικές και πιστωτικές κάρτες ταιριάζουν σε όλες τις ATM ώστε να μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε όλο τον κόσμο.

• Τα οφέλη των ΜμΕ από τη χρησιμοποίηση προτύπων

Η τυποποίηση διευκολύνει το διεθνές εμπόριο, τον ανταγωνισμό και την αποδοχή των καινοτομιών από τις αγορές. Ειδικά για τι ΜμΕ τα πρότυπα μειώνουν τα εμπόδια για το εμπόριο, μειώνουν τα κόστη και τους επιτρέπουν να εισαχθούν και να επεκταθούν στο διεθνές περιβάλλον. Σύμφωνα με τον Οδηγό που εξέδωσε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αναφορικά με τη χρήση προτύπων για να υποστηριχθεί η ανάπτυξη, ο ανταγωνισμός και η καινοτομία τα *Πρότυπα προσφέρουν ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις ΜΜΕ καθώς αφαιρούν πολλά από τα εμπόδια που θα μπορούσαν διαφορετικά να παρεμποδίσουν την είσοδο των ΜμΕ στη διεθνή αγορά^{xiii}*. Μερικά από τα κύρια οφέλη που επισημαίνονται, παρατίθενται στη συνέχεια :

- Βελτίωση της ποιότητας του προσφερόμενου προϊόντος ή υπηρεσίας,
- Δυνατότητα να αποδειχθεί η ποιότητα των προϊόντων ή των υπηρεσιών,
- Αυξημένη εμπιστοσύνη στην επιχείρηση και τα προϊόντα της,
- Βελτίωση στην εικόνα της εταιρείας,
- Ικανότητα συνεργασίας και εμπορικής συναλλαγής με τη χρησιμοποίηση μιας κοινής «γλώσσας»,
- Διαλειτουργικότητα μεταξύ διαφορετικών προϊόντων και συστημάτων,
- Μεγαλύτερη ευχέρεια διασυννοριακών συναλλαγών και εξαγωγών,
- Βελτίωση της ικανότητας τήρησης των νομοθετικών και κανονιστικών απαιτήσεων,
- Βελτίωση της πρόσβασης και επιτυχίας σε δημόσιες συμβάσεις,
- Βελτίωση της πρόσβασης στην τεχνολογία αιχμής,
- Βελτίωση της διαχείρισης εσωτερικού κινδύνου και προγραμματισμού,

- Μείωση κόστους,
- Αύξηση της ανταγωνιστικότητας.

Με την υιοθέτηση προτύπων οι ΜμΕ μπορούν να παρακολουθήσουν και να βελτιώσουν την ποιότητα του προϊόντος ή της υπηρεσίας τους κάτι που θα οδηγήσει στην ικανοποίηση του πελάτη, στην επανάληψη της συναλλαγής και στην μετατροπή του σε πιστό πελάτη, όπως επίσης και στη προσέλκυση νέων πελατών. Περαιτέρω η τήρηση προτύπων βοηθά τις ΜμΕ να αποδείξουν την ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών τους, γεγονός που οδηγεί στη διατήρηση των πελατών τους και στην προσέλκυση νέων. Τα πρότυπα ουσιαστικά παρέχουν διαβεβαίωση ότι τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρονται στον καταναλωτή καλύπτουν τις τελευταίες προδιαγραφές, γεγονός που προσδίδει αξιοπιστία στην κάθε επιχείρηση και αποδεικνύει την προσήλωση της σε ζητήματα ποιότητας ασφάλειας αξιοπιστίας συνέπειας.

- **Βιβλιογραφική τεκμηρίωση για τα οφέλη των προτύπων:**

Η μελέτη των Santow et al σε σχέση με τις ΜμΕ στην Πορτογαλία καταδεικνύει τα πιο κάτω οφέλη ως τα σημαντικότερα που αποκομίζουν οι ΜμΕ μετά την πιστοποίηση συστημάτων διοίκησης ποιότητας:

1.Βελτίωση των συνθηκών εργασίας,

2.Διασφάλιση συμμόρφωσης με τη νομοθεσία.

3.Καλύτερη εσωτερική επικοινωνία σε σχέση με τα ρίσκα και τους κινδύνους γεγονός που οδήγησε σε μείωση των ατυχημάτων και του κόστους που απορρέει από αυτά και σαν αποτέλεσμα ντόμινο βελτιώνει την εικόνα της επιχείρησης ανάμεσα στους πελάτες της, γεγονός που με τη σειρά του οδηγεί σε αυξημένη κερδοφορία. Το γεγονός ότι υπήρξε μείωση των κατά συνήθεια απουσιών και των επαγγελματικών ασθενειών θεωρήθηκε μικρότερο όφελος.

Περαιτέρω ανέδειξε τα πιο κάτω εμπόδια που λειτουργούν αποτρεπτικά για υιοθέτηση των συστημάτων ποιότητας από τις ΜμΕ 1.Το ψηλό κόστος, 2.Ελλειψη κινήτρων από το προσωπικό, 3.Δυσκολίες να αλλάξει η κουλτούρα της επιχείρησης, 4.Αυξημένη γραφειοκρατία.

Οι Ψωμάς, Φωτόπουλος και Καφετζόπουλος^{xv} με την έρευνα τους σε ελληνικές ΜμΕ ανέδειξαν τα πιο κάτω «κρυμμένα» εμπόδια στην εισαγωγή συστημάτων ποιότητας και ειδικότερα του ISO 9001: 1.Εσωτερικά κίνητρα της εταιρείας,2.Χαρακτηριστικά της εταιρείας, 3.Χαρακτηριστικά των εργαζομένων, 4.Απαιτήσεις του συστήματος ποιότητας και5.ιδιότητες του εξωτερικού περιβάλλοντος.

Ο Salaheldin (2009) στην έρευνα του σε μεγάλο αριθμό ΜμΕ στο Κατάρ κατόπιν εμπειρικής ανάλυσης καταδεικνύει ότι υπάρχει μια σημαντική θετική επίδραση από την εφαρμογή TQM τόσο στην επιχειρησιακή όσο και στην οργανωτική απόδοση των εταιρειών αυτών.

Οι Esin Sadikoglu και Hilal Olcay (2014) στην έρευνα που πραγματοποίησαν σε 242 ΜμΕ στην Τουρκία ανέδειξαν ότι διαφορετικές πρακτικές Διοίκησης Ολικής Ποιότητας επηρεάζουν σημαντικά διαφορετικά τα αποτελέσματα απόδοσης. Περαιτέρω όσον αφορά τα κύρια εμπόδια στην εφαρμογή των Συστημάτων Ολικής Ποιότητας αποκαλύφθηκε ότι ήταν 1.η έλλειψη της συμμετοχής των εργαζομένων, 2.η ευαισθητοποίηση και η δέσμευση των εργαζομένων, 3.η ακατάλληλη δομή των επιχειρήσεων και 4. η έλλειψη πόρων.

Εντούτοις οι A. J. Thomas και D. Webb (2003) στην έρευνα τους που κάλυψε πληθυσμό 500 Μικρομεσαίων στην Νότια Ουαλία, προτείνουν ότι ειδικά για τα Συστήματα Ολικής Ποιότητας, πέραν από τα κοινά διαδεδομένα επιχειρήματα για την περιορισμένη εφαρμογή τους στις ΜμΕ, υπάρχει η ανάγκη δημιουργίας ενός μοντέλου που να ανταποκρίνεται στο μέγεθος των εταιρειών αυτών.

Από τις πιο πάνω μελέτες προκύπτει ότι οι επιχειρήσεις έχουν πολλαπλά οφέλη από την εφαρμογή προτύπων. Θα πρέπει να βελτιώσουν τις αδυναμίες ώστε να διασφαλίσουν ενεργή συμμετοχή και δέσμευση των εργαζομένων, να ενισχύσουν τις δομές των επιχειρήσεων τους, να διαχειριστούν την αλλαγή κουλτούρας και να διαθέσουν πόρους.

Επιπρόσθετα η ίδια η πολιτική της ΕΕ για ενθάρρυνση της τυποποίησης και της πιστοποίησης συμμόρφωσης με πρότυπα καταδεικνύει ότι ο ευεργετικός ρόλος της υιοθέτησης προτύπων έχει αναγνωρισθεί. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι με την οικονομική στήριξη της ΕΕ διορίστηκαν εμπειρογνώμονες που εκπροσωπούν τα συμφέροντα των ΜμΕ σε τεχνικές επιτροπές και συμβούλια που καταρτίζουν ευρωπαϊκά πρότυπα. Το τελευταίο δίνει την ευκαιρία στις ΜμΕ να έχουν φωνή στις συμβουλευτικές επιτροπές που καταρτίζουν τα πρότυπα ώστε να λαμβάνονται υπόψη οι ιδιαιτερότητες τους και οι εγγενείς αδυναμίες τους, κάτι που θα οδηγήσει στην κατάρτιση προτύπων που η τήρηση τους θα είναι εφικτή και προ βάσιμη για τα δικά τους μεγέθη.

5.5.3 Ανάγκη για συνεργασίες

Πριν την διερεύνηση του ρόλου των συνεργασιών, θα πρέπει να εξεταστούν οι ορισμοί της Δικτύωσης και των Πλατφόρμων Συνεργασίας που αποτελούν βασικά εργαλεία για την προώθηση της διεθνοποίησης των ΜμΕ.

- **Δικτύωση** είναι η οικοδόμηση αμοιβαία επωφελών σχέσεων με άλλους ανθρώπους-επιχειρήσεις στην προκειμένη περίπτωση. Η δικτύωση δεν περιορίζεται στις ώρες

εργασίας και χρειάζεται χρόνο για να δώσει αποτελέσματα. Αποζημιώνει όμως με πολλαπλά οφέλη. Είναι ουσιαστικά, ένας τρόπος με τον οποίο εμπλουτίζονται και πολλαπλασιάζονται οι ευκαιρίες για μια επιχείρηση. Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία υπάρχουν διάφοροι ορισμοί και διακρίσεις όσον αφορά τους τύπους δικτύωσης. Κάποιοι εστιάζουν στις διαστάσεις της ανταλλαγής μεταξύ δυο ή περισσότερων οργανισμών, άλλοι επικεντρώνονται στους δεσμούς και στις χαλαρές κοινωνικές σχέσεις μεταξύ των οργανισμών. Ένας τρίτος ορισμός περιγράφει το δίκτυο ως σύνολο μοτίβων μεταξύ μιας ομάδας οργανισμών, επιχειρήσεων κλπ. που αναγνωρίζουν ότι ο καλύτερος τρόπος για να πετύχουν τους κοινούς στόχους είναι να συντονίσουν τα επιχειρησιακά τους συστήματα με ένα προσαρμοστικό τρόπο, όπως διαπιστώνουν οι Ghauri et al. (2003). Ένας άλλος βασικός τρόπος διάκρισης είναι η κάθετη δικτύωση(δικτύωση υπεργολαβιών) και η οριζόντια δικτύωση (δικτύωση ομαδοποίησης εξαγωγών).

- **Πλατφόρμες συνεργασίας**

Οι πλατφόρμες συνεργασίας προσφέρουν ένα σύνολο από προγράμματα λογισμικού και υπηρεσιών, που επιτρέπουν στους χρήστες να επικοινωνούν, να διαμοιράζονται πληροφορίες και να δουλεύουν μαζί για να επιτύχουν κοινούς στόχους. Τα κύρια συστατικά μίας πλατφόρμας συνεργασίας είναι οι υπηρεσίες επικοινωνίας (ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, ημερολόγιο και πρόγραμμα, επαφές), η ομαδική επικοινωνία (συγχρονισμός αρχείων, προβολή ιδεών και σημειώσεων σε μία βάση δεδομένων, διαχείριση εργασιών, εύρεση σε όλο το κείμενο) και η επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο (π.χ. παρουσία, άμεσα μηνύματα, διαδικτυακές διαβουλεύσεις, διαμοιρασμός εφαρμογών, απομακρυσμένη πρόσβαση και επικοινωνία, παρουσιάσεις πολυμέσων).

Πολύ συχνά οι ΜμΕ αδυνατούν να αδράξουν ευκαιρίες για υποβολή προτάσεων για μεγάλα συμβόλαια καθώς δεν ικανοποιούν από μόνες τους τα κριτήρια συμμετοχής, χρηματοοικονομικά και τεχνικά, αφού υπολείπονται σε ικανότητες, δυνατότητες, προηγούμενη εμπειρία σε μεγάλα έργα κλπ. Αυτές οι ευκαιρίες μπορούν να αξιοποιηθούν αν οι ΜμΕ ενώσουν δυνάμεις για να ικανοποιήσουν αυτές τις προϋποθέσεις. Νέες μορφές συνεργασίας κάνουν την εμφάνιση τους συμπεριλαμβανομένης της συνεργασίας επιχειρήσεων που είναι εγκατεστημένες σε διαφορετικές περιοχές και χώρες. Οι συνεργατικοί σχηματισμοί και τα επιχειρηματικά δίκτυα δίνουν τη δυνατότητα στις ΜμΕ να συνενώσουν τις προσπάθειες τους για να φέρουν εις πέρας μια συγκεκριμένη εργασία ή πολλές χωρίς όμως να χάνουν την ανεξαρτησία τους. Σύμφωνα με την Jolanda Hessels (2005) *«είναι πρόκληση για τις ΜμΕ η μεγαλύτερη συμμετοχή τους σε διεθνή δίκτυα. Τα δίκτυα είναι απαραίτητα : δίκτυα υπεργολάβων, δίκτυα καταναλωτών και συνεργατών κ.α.»* Η Δικτύωση η οποία ως σημειωθεί περιλαμβάνεται στις συστάσεις της ΕΕ για διευκόλυνση των ΜμΕ, επιτρέπει στις ΜμΕ να συνδυάζουν τα πλεονεκτήματα της ευελιξίας του μικρού μεγέθους και να απολαμβάνουν τα οφέλη των οικονομιών κλίμακας των μεγαλύτερων

εταιρειών. Σήμερα η ανεύρεση ξένων εταιρών/συνεργατών έχει καταστεί ευκολότερη με τη χρήση των εργαλείων που παρέχουν οι νέες μορφές επικοινωνίας καθώς και με την παρακολούθηση και εγγραφή στις διάφορες ηλεκτρονικές πύλες που έχουν δημιουργηθεί για το σκοπό αυτό. Οι συνεργασίες μέσω των Δικτύων βασίζονται στο αμοιβαίο όφελος των ανεξάρτητων εταιρών, στην αποφυγή άνιση κατανομής εργασίας και κόστους, στον ξεκάθαρο διαχωρισμό των αρμοδιοτήτων κάθε εταιρού και στην προθυμία για προσαρμογή τους όπου απαιτείται από τη συνεργασία, στις ευέλικτες σχέσεις μεταξύ των εταιρών και στο χρόνο που χρειάζεται η παρακολούθηση της συνεργασίας. Σαν αποτέλεσμα όλο και περισσότερες ΜμΕ συμμετέχουν σε διεθνείς στρατηγικές συμμαχίες και κοινοπραξίες. Εξάλλου πολλές είναι οι πολυεθνικές που συνεργάζονται με τις μικρότερες επιχειρήσεις. Ας σημειωθεί ότι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στην *Ανακοίνωση* της σε σχέση με την ανασκόπηση της πρωτοβουλίας «Small Business Act» καλεί τα κράτη μέλη « - να στηρίξουν τη δικτύωση των ΜμΕ σύμφωνα με τους κανόνες για τις κρατικές ενισχύσεις και τον ανταγωνισμό –να ενθαρρύνουν τις ΜμΕ να μισθώσουν ή να αγοράσουν εμπειρογνωμοσύνη από ειδικούς που θα βοηθήσει την ανάπτυξη των εταιρειών, την καινοτομία και τη διεθνοποίηση των δραστηριοτήτων τους».

5.6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Παρά το γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια η τάση για διεθνή δραστηριότητα των ΜμΕ είναι ανοδική, η συμβολή τους στη διεθνή οικονομία είναι πολύ μικρή συγκρινόμενη με τη συμβολή τους στις τοπικές και εθνικές οικονομίες. Τα εμπόδια που παρεμβάλλονται στη διεθνή δραστηριότητα των ΜμΕ διακρίνονται σε α) εσωτερικά που αφορούν αδυναμίες που πηγάζουν από τις ίδιες της ΜμΕ και σχετίζονται με την στενότητα των πόρων και δυνατοτήτων τους και β)εξωτερικά που απορρέουν από το περιβάλλον της χώρας προέλευσης και της χώρας υποδοχής. Στα εσωτερικά εμπόδια περιλαμβάνονται η περιορισμένη πληροφόρηση, τα εμπόδια ανθρώπινου δυναμικού, τα χρηματοοικονομικά εμπόδια, τα εμπόδια που σχετίζονται με τις πιέσεις που δέχεται το ίδιο το προϊόν και η τιμή του, τα εμπόδια διανομής, υλικοτεχνικού συντονισμού/υποστήριξης και προώθησης που αφορούν κυρίως τη δημιουργία καναλιών διανομής σε ξένες αγορές. Στα εξωτερικά εμπόδια περιλαμβάνονται ανάμεσα σε άλλα, τα διαδικαστικά εμπόδια που σχετίζονται με τη λειτουργία των συναλλαγών με πελάτες του εξωτερικού, τα εμπόδια που αφορούν κανονισμούς, φορολογία και άλλους περιορισμούς που τίθενται από την κυβέρνηση της χώρας προέλευσης και των χωρών υποδοχής, τα εμπόδια που σχετίζονται με τους πελάτες και ανταγωνιστές του εξωτερικού, τα δασμολογικά και τα εμπόδια του επιχειρηματικού περιβάλλοντος γενικότερα.

Όσον αφορά τους λόγους που ωθούν τις ΜμΕ στη διεθνοποίηση είναι κυρίως κίνητρα ανάπτυξης, υπάρχουν όμως και άλλα όπως αυτά που σχετίζονται με τη γνώση, τα δίκτυα και τις προσπάθειες ανεύρεσης πόρων.

Τα μέτρα για υποστήριξη της επέκτασης των ΜμΕ σε αγορές του εξωτερικού περιλαμβάνουν τη βελτίωση της ενημέρωσης, τη διευκόλυνση της πρόσβασης στη χρηματοδότηση, το συνδυασμό της καινοτομίας και της διεθνοποίησης και άλλα. Ιδιαίτερης σημασίας για τη διευκόλυνση της διεθνοποίησης είναι η τυποποίηση με την υιοθέτηση προτύπων και η ανάπτυξη συνεργασιών. Η πιστοποιημένη συμμόρφωση με πρότυπα φαίνεται ότι αποτελεί τα διαπιστευτήρια ενός προϊόντος στις αγορές του εξωτερικού. Όσον αφορά τις συνεργασίες είναι ιδιαίτερης σημασίας καθώς είναι ο τρόπος για να ενώσουν οι ΜμΕ δυνάμεις όπου χρειάζεται ώστε να μπορέσουν να ικανοποιήσουν τις προϋποθέσεις για διεκδίκηση μεγαλύτερων έργων. Επιπρόσθετα οι συνεργασίες επιτρέπουν στις ΜμΕ να διατηρούν τα πλεονεκτήματα της ευελιξίας που τους προσφέρει το μικρό μέγεθος αλλά ταυτόχρονα να απολαμβάνουν τα οφέλη των οικονομιών κλίμακας των μεγαλύτερων εταιρειών.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Ξένα :

- Bostjan Antoncic, Hisrich and Konecnik, (2007), «Human Capital and SME Internationalization: A Structural Equation Modeling Study» Canadian Journal of Administrative Sciences 24:15-29 ,2007.
- Edmunds, S. E., and Khoury, S.J. (1986), “Exports: A Necessary Ingredient in the Growth of Small Business Firms”, Journal of Small Business Management,
- Ensaria M.Şebnem , Melisa ErdilekKarabayb, (2014), “What Helps to Make SMEs Successful in Global Markets?” , Social and Behavioral Sciences 150 (2014) 192 – 201
- Ghauri Pervez, Clemens Lutz, Goitom Tesfom, (2003), “Using networks to solve export-marketing problems of small-and medium-sized firms from developing countries” European Journal of Marketing,2003
- Kneller, R., & Pisu, M. (2007), Industrial Linkages and Export Spillovers from FDI. The World Economy, 2007.
- Mundim Ana Paula Freitas, Rossi Alessandro, Andrea Stocchetti, (2000), “SMEs in Global Market: Challenges, Opportunities and Threats” BEJ 2000.

- Pinho José Carlos & Lurdes Martins, (2010), «Exporting barriers: Insights from Portuguese small- and medium-sized exporters and non-exporters», Springer Science Journal International Entreprises (2010) 8: 254–272
- Psomas Evangelos L., Christos V. Fotopoulos Dimitrios P. Kafetzopoulos, (2010), «Critical factors for effective implementation of ISO 9001 in SME service companies» Managing Service Quality: An International Journal 2010
- Reuber A. Rebecca and Eileen Fischer (1997) «The Influence of the Management Team's International Experience on the Internationalization Behaviors of SMEs» Journal of International Business Studies, Vol. 28, No. 4 (4th Qtr., 1997)
- Sadikoglu Esin and Hilal Olcay, (2014) «The Effects of Total Quality Management Practices on Performance and the Reasons of and the Barriers to TQM Practices in Turkey” Advances in Decision Sciences Volume 2014,
- Salaheldin Ismail Salaheldin, (2009) “Critical Success Factors for TQM implementation and their impact on performance of SMEs” International Journal of Productivity and Performance management, 2009
- Santow Gilberto, Siria Barros, Fatima Mendes, Nuno Lopes, (2012) “The main benefits associated with health and safety management systems certification in Portuguese small and medium enterprises post quality management system certification” Safety Science, Elsevier 2012
- Svetličič Marian, Andreja Jaklič, and Anže Burger, (2007) Internationalization of Small and Medium-Size Enterprises from Selected Central European Economies, Eastern European Economics, Vol. 45, 2007
- Thomas A J and D Webb, (2003), “Quality systems implementation in Welsh small-to medium-sized enterprises: a global comparison and a model for change” Institute of Mech. Engineers 2003
- Zafar U. Ahmed, Craig C. Julian, Imad Baalbaki, Tamar V. Hadidian, (2004), «Export Barriers and Firm Internationalisation: A Study of Lebanese Entrepreneurs» JOURNAL OF MANAGEMENT & WORLD BUSINESS RESEARCH, Vol 1, No 1, 2004

Διαδικτυακές Πηγές :

ΕΕ

- Ανακοίνωση Ευρωπαϊκής Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών «Ανασκόπηση της πρωτοβουλίας Small Business Act για την Ευρώπη» 23/2/2011
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52011DC0078>

- DG Enterprise and Industry (2010) «Internationalisation of European SMEs» EIM Business & Policy Research, Entrepreneurship Unit,file:///C:/Users/user/Downloads/internationalisation_of_european_smes_final_en.pdf
- DG for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, (2012) “Using standards to support growth, competitiveness and innovation”
<http://www.iosre.org/wp-content/uploads/2014/03/Using-standards-to-support-growth-competitiveness-innovation.pdf>

OECD publications

- “Top Barriers and Drivers to SME Internationalisation”, Report by the OECD Working Party on SMEs and Entrepreneurship, OECD 2009,
<https://www.oecd.org/cfe/smes/43357832.pdf>

OTHER

- Rahman, Uddin και Lodorfos, 2014 «Barriers to Enter into Foreign Markets: Evidence from SMEs in an Emerging Economy» Leeds Business School
<http://eprints.lincoln.ac.uk/18925/7/Barriers%20to%20Enter%20into%20Foreign%20Markets%20IMR.pdf>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6:ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

6.1 ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Η καινοτομία έχει τη δυνατότητα να ενισχύσει την ανάπτυξη και το δυναμισμό όλων των οικονομιών. Σε πολλές χώρες του ΟΟΣΑ, οι επιχειρήσεις επενδύουν σε ενεργητικό της γνώσης που οδηγεί στη καινοτομία όπως λογισμικά, βάσεις δεδομένων, έρευνα και ανάπτυξη (E&A) και σε συγκεκριμένες δεξιότητες στον ίδιο βαθμό που επενδύουν σε φυσικό κεφάλαιο όπως μηχανήματα, εξοπλισμό και κτήρια. Περαιτέρω δισεκατομμύρια άνθρωποι σε όλο το κόσμο, έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο και είναι συνδεδεμένοι ο ένας με τον άλλο, διευκολύνοντας τη διάχυση της γνώσης και τη δημιουργία επιπρόσθετων καινοτομιών. Τεχνολογικές καινοτομίες σε τομείς όπως η βιοτεχνολογία, η ναυτοτεχνολογία και άλλους, φαίνεται πως οδηγούν σε μετεξέλιξη της φύσης της απασχόλησης, της παραγωγής και της οικονομικής δραστηριότητας.

Σήμερα μετά την οικονομική κρίση που οδήγησε σε μείωση της δυναμικής αύξησης της ανάπτυξης, σε αύξηση της ανεργίας και σε διόγκωση του δημόσιου χρέους, είναι απαραίτητο όπως βρεθούν νέες βιώσιμες πηγές ανάπτυξης. Η αναζήτηση νέων πηγών ανάπτυξης έρχεται σε μια εποχή που πολλές χώρες έχουν στασιμότητα ή μείωση πληθυσμών και μικρές αποδόσεις από τις μειωμένες εισροές εργασίας και επενδύσεων. Ως εκ τούτου η μελλοντική ανάπτυξη θα πρέπει να επιτευχθεί από την αύξηση της παραγωγικότητας μέσω της καινοτομίας. Το κλειδί, δηλαδή, για την ενίσχυση της παραγωγικότητας είναι η καινοτομία. Η καινοτομία ενός νέου ή σημαντικά βελτιωμένου προϊόντος, μιας διαδικασίας ή μιας μεθόδου. Περαιτέρω η καινοτομία θεωρείται ένα αποδοτικό μέσο για την αντιμετώπιση των μεγάλων κοινωνικών προκλήσεων όπως η κλιματική αλλαγή και η αποδοτική χρησιμοποίηση των πόρων, η υγεία και η γήρανση του πληθυσμού.

Ζωτικής σημασίας για μια κουλτούρα καινοτομίας είναι οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ), οι οποίες τα τελευταία χρόνια όπως ήδη αναφέραμε πολλές φορές, αποδείχθηκαν ότι είναι οι κινητήρες της οικονομικής ανάπτυξης, καθώς και οι κύριες πηγές νέων θέσεων απασχόλησης. Οι ΜμΕ αποτελώντας πάνω από το 99% του συνόλου των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων, παρέχουν τα κανάλια κατά μήκος των οποίων οι νέες τεχνολογίες μπορούν να αναπτυχθούν. Στην πραγματικότητα, σε τομείς όπως η βιοτεχνολογία, η τεχνολογία των πληροφοριών, οι ΜμΕ αποτελούν τους βασικούς προμηθευτές των νέων τεχνολογιών. Αυτό οφείλεται κυρίως στην ικανότητα τους να αξιοποιούν τις νέες τεχνολογίες, και να ανταποκρίνονται γρήγορα στις ανάγκες των μεταβαλλόμενων συνθηκών της αγοράς.

Εντούτοις πέραν από το πλεονέκτημα της ευελιξίας που τους επιτρέπει να υιοθετήσουν γρήγορα νέες μεθόδους, τεχνολογίες για να προσαρμοστούν στις απαιτήσεις των αγορών, το μέγεθος τους δημιουργεί σημαντικά εμπόδια στην περαιτέρω απόδοση τους στην καινοτομία. Δηλαδή, όσο μικρότερη είναι η επιχείρηση τόσο μεγαλύτερα εμπόδια αντιμετωπίζει για την δημιουργία καινοτομίας αλλά και για την εμπορευματοποίηση της. Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΕ το 63% των επιχειρήσεων με 1 έως 9 εργαζόμενους είχε δηλώσει ότι είχε εισάγει τουλάχιστον μία καινοτομία από το 2011, σε σύγκριση με το 85% των επιχειρήσεων με 500 ή περισσότερους εργαζόμενους. Περαιτέρω το 71% των επιχειρήσεων με 1 έως 9 εργαζόμενους αντιμετώπισε δυσκολίες στην εμπορευματοποίηση των καινοτομιών τους, λόγω της έλλειψης οικονομικών πόρων, σε σύγκριση με το 48% των επιχειρήσεων με 500 ή περισσότερους εργαζόμενους.

6.2 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΩΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΑΝΑΚΑΜΨΗΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Παρά την αναγκαιότητα ενθάρρυνσης της καινοτομίας και παρά το γεγονός ότι οι κυβερνήσεις το αντιλαμβάνονται, το σημερινό οικονομικό περιβάλλον τις παρασύρει σε αποφάσεις πολιτικής και προϋπολογισμού που βλάπτουν την καινοτομία και την μακροπρόθεσμη ευημερία. Πρέπει ωστόσο η καινοτομία να είναι μια συνεχής προτεραιότητα στις προσπάθειες για αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης εφόσον η μείωση των δαπανών για την καινοτομία μπορεί να βελτιώνει τους τρέχοντες δείκτες όμως βλάπτει ανεπανόρθωτα τη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη. Επίσης η ανάπτυξη που ελαύνεται από την καινοτομία, δίνει την ευκαιρία στις κυβερνήσεις να κάνουν τις απαραίτητες επενδύσεις και παρεμβάσεις σε θέματα πολιτικών ώστε να αντιμετωπιστούν πολλές από τις παγκόσμιες προκλήσεις που αντιμετωπίζει η κοινωνία.

Ακόμα και κράτη με περιορισμένα δημόσια οικονομικά μπορούν να πάρουν μέτρα για να ενισχύσουν την καινοτομία. Οι κυβερνήσεις διαδραματίζουν ένα θεμελιώδη ρόλο στον προσδιορισμό των απαιτούμενων πολιτικών που μπορούν να επηρεάσουν θετικά την καινοτομία. Όπως για παράδειγμα στην εισαγωγή έξυπνων κανονισμών και προτύπων, στην εκπαίδευση των καταναλωτών, στη φορολογία και στις δημόσιες συμβάσεις. Αυτές ακριβώς είναι που καθιερώνουν πλαίσια, κανονισμούς και τις αγορές που θα καταστήσουν τις ΜμΕ ικανές να συμμετάσχουν στην καινοτομία. Μπορούν να βελτιώσουν το περιβάλλον για την καινοτομία με δομικές μεταρρυθμίσεις στην εκπαίδευση και στις πολιτικές εκπαίδευσης, στις πολιτικές επιχειρηματικότητας, στις αγορές προϊόντων και εργασίας, στα δημόσια ερευνητικά ιδρύματα και σε πολιτικές που βοηθούν την ανάπτυξη δικτύων και αγορών της γνώσης.

6.3 ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Απαιτείται ενθάρρυνση και διευκόλυνση της δημιουργίας και ανάπτυξης καινοτόμων ΜμΕ ώστε να μπορέσει η ευρωπαϊκή οικονομία να αξιοποιήσει πλήρως το δυναμικό των νεοσύστατων επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας.

Οι πολιτικές για την τόνωση της καινοτομίας πρέπει να λάβουν υπόψη τις αλλαγές στην παγκόσμια οικονομία και τον μετασχηματισμό των διαδικασιών καινοτομίας. Για να μετατραπεί μια εφεύρεση σε καινοτομία απαιτείται μια σειρά συμπληρωματικών δραστηριοτήτων εξίσου κρίσιμων. Όπως για παράδειγμα, οργανωτικές αλλαγές, κατάρτιση σε επίπεδο επιχείρησης, έλεγχος, μάρκετινγκ και σχεδιασμός. Στις μέρες μας η καινοτομία περιλαμβάνει πολύ περισσότερα από ό, τι η έρευνα και ανάπτυξη (E&A). Εντούτοις η E & A εξακολουθεί να είναι ζωτικής σημασίας. Η καινοτομία σπάνια εμφανίζεται σε περιβάλλον απομόνωσης. Είναι μια άκρως διαδραστική διαδικασία συνεργασίας σε ένα αυξανόμενο και ποικίλο δίκτυο των ενδιαφερόμενων μερών, ιδρυμάτων και των χρηστών. Επιπλέον, η εμφάνιση νέων και σημαντικών παικτών έχει προστεθεί στο πολύπλοκο και πολύπλευρο διεθνές τοπίο της καινοτομίας.

6.4 ΑΡΧΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Από τον ΟΑΣΑ προτείνονται οι πιο κάτω αρχές για την πολιτική προώθησης της καινοτομίας. Οι αρχές αυτές είναι απαραίτητο να ληφθούν υπόψη ώστε να μπορέσει η καινοτομία να προχωρήσει πέραν από την E&A σε μια πιο συστηματική προσέγγιση που να λαμβάνει υπόψη τους πολλούς παράγοντες και τους εμπλεκόμενους που επηρεάζουν την απόδοση της καινοτομίας. Το αντικείμενο της πολιτικής δεν πρέπει να είναι η καινοτομία αυτή καθαυτή, αλλά ο τρόπος με τον οποίο η εφαρμογή της θα κάνει τη ζωή ευκολότερη για τους ανθρώπους και τις κοινωνίες στο σύνολο τους. Αυτό δεν είναι ένα εύκολο εγχείρημα ειδικά όταν ο σκοπός για την καινοτομία μεγαλώνει τόσο ευρέως. Μαζί με τις προτεινόμενες αρχές που παρουσιάζονται πιο κάτω, γίνεται αναφορά σε σχετικές έρευνες και μελέτες που έχουν διεξαχθεί και μελετήθηκαν κατά την ετοιμασία της εργασίας αυτής.

6.4.1 Ενθάρρυνση των ανθρώπων για καινοτομία

- Τα συστήματα εκπαίδευσης και κατάρτισης πρέπει να εφοδιάζουν τους ανθρώπους με τις βάσεις για να μάθουν και να αναπτύξουν το ευρύ φάσμα των δεξιοτήτων που απαιτούνται για την καινοτομία σε όλες τις μορφές της. Όπως επίσης και με την ευελιξία να αναβαθμίζουν αυτές τις δεξιότητες ώστε να μπορούν να προσαρμόζονται στις διαρκώς μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς. Οι πολιτικές εργοδότησης πρέπει να διευκολύνουν αποτελεσματικά την αλλαγή. Πανεπιστήμια, κολέγια και κέντρα επαγγελματικής κατάρτισης είναι απαραίτητοι κόμβοι στο σύστημα της καινοτομίας τόσο για την παραγωγή όσο και για την προσέλκυση του ανθρώπινου κεφαλαίου που απαιτείται για την καινοτομία. Τα ιδρύματα αυτά ενεργούν ως απαραίτητες γέφυρες μεταξύ των παικτών (επιχειρήσεων, κυβερνήσεων και χωρών) σε ευρύτερα και πιο ανοικτά συστήματα καινοτομίας. Η μεγάλη πρόκληση πολιτικής είναι να αναγνωριστεί ο σημαντικός ρόλος των πανεπιστημίων στην επιχειρηματική καινοτομία ώστε να πάψουν να θεωρούνται απλοί φορείς παροχής βασικών δημόσιων αγαθών. Αυτό απαιτεί μια μεγαλύτερη εστίαση των φορέων χάραξης πολιτικής για να διασφαλιστεί η ανεξαρτησία, ο ανταγωνισμός, η αριστεία, το επιχειρηματικό πνεύμα και η ευελιξία στα πανεπιστήμια.

- Ενεργοποίηση των καταναλωτών να συμμετέχουν ενεργά στη διαδικασία της καινοτομίας. Οι άνθρωποι συμμετέχουν στην καινοτομία, όχι μόνο με τη δημιουργία, τη διάχυση ή την προσαρμογή των τεχνολογιών στο χώρο εργασίας, αλλά και ως καταναλωτές. Το πλαίσιο πολιτικής για τους καταναλωτές και η εκπαίδευση των καταναλωτών μπορούν να βελτιώσουν σημαντικά τη λειτουργία των αγορών, ώστε να μπορούν να καταστήσουν τους καταναλωτές ικανούς να συμμετέχουν ενεργά στη διαδικασία της καινοτομίας και να τους επιτρέψει να κάνουν συνειδητές επιλογές. Αυτό έχει το πρόσθετο πλεονέκτημα της ενίσχυσης του ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων. Είναι απαραίτητο να διασφαλιστεί ότι οι πληροφορίες που παρέχονται στους καταναλωτές είναι εύκολα κατανοητές και λαμβάνουν υπόψη τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι επεξεργάζονται τις πληροφορίες.
- Ενίσχυση της επιχειρηματικής κουλτούρας με την ενστάλαξη των δεξιοτήτων και στάσεων που απαιτούνται για τη δημιουργική επιχείρηση. Οι επιχειρηματίες είναι ιδιαίτερα σημαντικοί παράγοντες στον τομέα της καινοτομίας, καθώς βοηθούν ώστε οι ιδέες να μετατραπούν σε εμπορικές εφαρμογές. Ωστόσο, μόνο ένα μικρό μέρος του πληθυσμού των επιχειρηματιών λαμβάνει επιχειρηματικής εκπαίδευσης. Οι πολιτικές εκπαίδευσης και κατάρτισης θα πρέπει να συμβάλλουν στην προώθηση μιας επιχειρηματικής κουλτούρας.

6.4.2 Κινητικότητα των εργαζομένων

- Η κινητικότητα των εργαζομένων είναι ένας παράγοντας που έχει άμεση θετική επίδραση στην ανάπτυξη της καινοτομίας. Η ενθάρρυνση και η διευκόλυνση της διεθνούς κινητικότητας των ταλέντων αλλά και των απλών εργαζομένων συμβάλλει στη δημιουργία και τη διάδοση της γνώσης. Για να ενθαρρυνθεί η κυκλοφορία της γνώσης, οι κυβερνήσεις θα πρέπει να οικοδομήσουν την ικανότητα απορρόφησης, το άνοιγμα των αγορών εργασίας σε ξένους φοιτητές, και να εξασφαλίσουν ότι το φορολογικό καθεστώς δεν τιμωρεί τους ειδικευμένους εργαζόμενους που επιδιώκουν να μετακινούνται σε άλλες οικονομίες. Από την πλευρά τους, οι χώρες αποστολής θα πρέπει να εφαρμόσουν πολιτικές που θα δίνουν τις ευκαιρίες στους απόδημους ερευνητές να εισέλθουν εκ νέου στην εγχώρια αγορά εργασίας. Τα καθεστώτα μετανάστευσης για τους υψηλά εξειδικευμένους θα πρέπει να είναι αποτελεσματικά, διαφανή και απλά ώστε να διευκολύνουν την κινητικότητα. Σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τους Liu et al (2010) εξετάστηκε κατά η σχέση μεταξύ της εμπειρογνωμοσύνης που αποκτήθηκε από προηγούμενη εργασία σε πολυεθνικές επιχειρήσεις στην Ευρώπη, με την καινοτομία σε ΜμΕ υψηλής τεχνολογίας στην Κίνα. Τα αποτελέσματα καταδεικνύουν ότι η ανθρώπινη κινητικότητα και η επαγγελματική εμπειρία που αποκτάται πέραν από τα εθνικά σύνορα, διευκολύνουν τη διάδοση της γνώσης. Βρέθηκε συγκεκριμένα ότι οι ΜμΕ που ιδρύονται από τους επαναπατριζόμενους είναι πιο καινοτόμες από τις άλλες τοπικές επιχειρήσεις του τομέα. Περαιτέρω διαπιστώθηκε ότι αυτές οι επιχειρήσεις έχουν άμεση επίδραση επί της καινοτομίας των άλλων, των τοπικών δηλαδή επιχειρήσεων και λειτουργούν ως δίαυλος μεταφοράς των τεχνολογικών γνώσεων.

6.4.3 Απεγκλωβισμός της καινοτομίας

- Οι συνθήκες του πλαισίου που διέπει τη λειτουργία των ΜμΕ πρέπει να είναι υγιείς και υποστηρικτικές του ανταγωνισμού. Η καινοτομία πρέπει να ευνοείται αλλά και οι διάφορες ρυθμίσεις να αλληλοενισχύονται προς αυτόν τον σκοπό. Οι επιχειρήσεις είναι απαραίτητες αφού αυτές μετατρέπουν τις καλές ιδέες σε θέσεις εργασίας και πλούτο. Οι νέες επιχειρήσεις είναι ιδιαίτερα σημαντικές, δεδομένου ότι συχνά εκμεταλλεύονται τις τεχνολογικές ή εμπορικές ευκαιρίες που έχουν παραμεληθεί από τις περισσότερο καθιερωμένες εταιρείες. Γι' αυτό το λόγο τόσο η είσοδος στην αγορά όσο και η έξοδος πρέπει να διευκολύνονται καθώς είναι απαραίτητες για τον πειραματισμό που οδηγεί στην ανάπτυξη νέων τεχνολογιών και αγορών. Απλοποίηση και μείωση των κανονισμών εκκίνησης και των διοικητικών επιβαρύνσεων μπορούν να μειώσουν τα εμπόδια εισόδου στην αγορά. Η πτωχευτική νομοθεσία πρέπει να είναι λιγότερο τιμωρητική για τους επιχειρηματίες και θα πρέπει να προσφέρονται ευνοϊκότεροι όροι για την αναδιάρθρωση των προβληματικών επιχειρήσεων.
- Η ανακατανομή των πόρων σε πιο αποτελεσματικές και καινοτόμες επιχειρήσεις είναι ζωτικής σημασίας για την καινοτομία και την οικονομική ανάπτυξη. Όπως προκύπτει από στοιχεία της ΕΕ ένα μεγάλο ποσοστό νέων επιχειρήσεων μεταξύ 20% και 40% , αποτυγχάνουν μέσα στα πρώτα δύο χρόνια. Οι πολιτικές στην αγορά εργασίας θα πρέπει να παρέχουν την ευελιξία που απαιτείται ώστε οι πόροι των επιχειρήσεων που φθίνουν να ανακατανέμονται και να διοχετεύονται στις καινοτόμες επιχειρήσεις, παράλληλα με τη στήριξη για τη δια βίου μάθηση και την επανεκπαίδευση των εργαζομένων. Το φορολογικό κλίμα για τους επιχειρηματίες θα πρέπει να γίνει πιο ουδέτερο. Επίσης δυνητικοί επιχειρηματίες είναι πιθανόν να αποθαρρύνονται από το να εγκαταλείψουν την τρέχουσα εργασία τους λόγω του οικονομικού κόστους που θα προκύψει αφού θα απωλέσει τα δικαιώματα ασφάλισης υγείας και τις εργοδοτικές εισφορές στις κοινωνικές ασφαλίσεις. Όπου είναι δυνατόν, θα πρέπει να επιτρέπεται η δυνατότητα μεταφοράς των παροχών αυτών και η μείωση των επιπρόσθετων βαρών για τους νέους επιχειρηματίες.
- Η ανάπτυξη των επιχειρήσεων είναι μια ιδιαίτερη πρόκληση σε πολλές χώρες. Μειωμένα ρυθμιστικά εμπόδια μπορεί να συμβάλουν ώστε οι εταιρείες υψηλής ανάπτυξης να μην ξοδεύουν τα κεφάλαια που χρειάζονται για την ανάπτυξη τους , προσπαθώντας να υπερπηδήσουν γραφειοκρατικά εμπόδια. Διοικητικές, κοινωνικές και φορολογικές απαιτήσεις που αυξάνονται με το μέγεθος της επιχείρησης θα πρέπει να αναθεωρηθούν καθώς αυξάνουν το κόστος της ανάπτυξης.
- Η ιδιωτική χρηματοδότηση για την καινοτομία πρέπει να ενισχυθεί. Προς τον σκοπό αυτό πρέπει να ενθαρρυνθεί η εύρυθμη λειτουργία των χρηματοπιστωτικών αγορών και να διευκολυνθεί η πρόσβαση στη χρηματοδότηση για τις νέες επιχειρήσεις, ιδίως για τα πρώτα στάδια της καινοτομίας. Περαιτέρω είναι αναγκαία η διάδοση βέλτιστων πρακτικών στην καταγραφή άυλων επενδύσεων και η ανάπτυξη φιλικών προσεγγίσεων για τη στήριξη της καινοτομίας. Η πρόσβαση στη χρηματοδότηση αποτελεί βασικό εμπόδιο για την καινοτομία

των επιχειρήσεων, η οποία καινοτομία εμπεριέχει ρίσκα και δυνατόν να απαιτεί ένα μακροπρόθεσμο ορίζοντα. Ως εκ τούτου η αποκατάσταση της υγείας του χρηματοπιστωτικού συστήματος πρέπει να αποτελέσει προτεραιότητα. Η εύρυθμη λειτουργία των αγορών επιχειρηματικών κεφαλαίων και η τιτλοποίηση των περιουσιακών στοιχείων που σχετίζονται με την καινοτομία (π.χ. πνευματική ιδιοκτησία) είναι βασικές πηγές χρηματοδότησης για πολλές καινοτόμες νεοσύστατες επιχειρήσεις και πρέπει να αναπτυχθούν περαιτέρω. Οι χρηματοπιστωτικές αγορές θα πρέπει να συνεχίσουν να παρέχουν επαρκή χώρο για την υγιή ανάληψη κινδύνων, για τις μακροπρόθεσμες επενδύσεις και για την επιχειρηματικότητα. Για όλα αυτά δηλαδή που αποτελούν βασικές κινητήριες δυνάμεις της καινοτομίας, εξασφαλίζοντας παράλληλα εγγυήσεις σε περίπτωση αποτυχίας.

- Απαραίτητη είναι η ενίσχυση των ανοικτών αγορών, του ανταγωνιστικού και δυναμικού επιχειρηματικού τομέα και μιας κουλτούρας για υγιή ανάληψη ρίσκου και δημιουργική δραστηριότητα.

6.4.4 Η δημιουργία και εφαρμογή της γνώσης

- Πρέπει να υπάρξουν επαρκείς επενδύσεις σε ένα αποτελεσματικό σύστημα δημόσιας έρευνας, όπως επίσης και βελτίωση της διακυβέρνησης των διαφόρων υφιστάμενων ερευνητικών ιδρυμάτων. Επίσης θα πρέπει να εξασφαλιστεί η συνοχή μεταξύ των πηγών χρηματοδότησης για την E & A. Η δημιουργία, τη διάδοση και την εφαρμογή της γνώσης είναι ουσιαστικής σημασίας για την ικανότητα των επιχειρήσεων και των κρατών να καινοτομούν και να ευδοκίμουν σε μια όλο και πιο ανταγωνιστική παγκόσμια οικονομία. Η επιστήμη εξακολουθεί να είναι στο επίκεντρο της καινοτομίας και τα δημόσια ερευνητικά ιδρύματα σε πολλές χώρες του ευρωπαϊκού χώρου, χρειάζονται μεταρρυθμίσεις, προκειμένου να διατηρήσουν την αριστεία και να βελτιώσουν τη συνεργασία με τον τομέα των επιχειρήσεων. Σήμερα, υψηλής ταχύτητας δίκτυα επικοινωνίας υποστηρίζουν την καινοτομία. Οι κυβερνήσεις πρέπει να ενθαρρύνουν τις τεχνολογίες πληροφορίας και επικοινωνιών, ιδίως τα ευρυζωνικά δίκτυα, ώστε να γίνουν πλατφόρμες της καινοτομίας επικυρώνοντας την ανοικτή, ελεύθερη, αποκεντρωμένη και δυναμική φύση του Διαδικτύου.
- Επιβεβαίωση ότι υπάρχει μια σύγχρονη και αξιόπιστη υποδομή της γνώσης που υποστηρίζει την καινοτομία, και συνοδεύεται από ρυθμιστικά πλαίσια που υποστηρίζουν την ανοικτή πρόσβαση σε δίκτυα και στον ανταγωνισμό της αγοράς. Εκτός από το υλικό και το λογισμικό, η υποδομή των τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνιών περιλαμβάνει πληροφορίες που παράγονται ή χρηματοδοτούνται από το δημόσιο. Η παροχή των πληροφοριών αυτών με μηδενικό ή πολύ χαμηλό κόστος μπορεί να τονώσει την καινοτομία και τη βελτίωση της διαφάνειας και της αποτελεσματικότητας της κυβέρνησης. Τα εμπόδια που εμποδίζουν την εμπορική ή/και τη μη εμπορική περαιτέρω χρήση των πληροφοριών του δημόσιου τομέα θα πρέπει να αντιμετωπιστούν. Το ίδιο και οι περιοριστικοί και ασαφείς κανόνες που διέπουν την πρόσβαση και τις προϋποθέσεις της επαναχρησιμοποίησης, η

ασαφής και ασυνεπής τιμολόγηση των πληροφοριών, όταν η επαναχρησιμοποίηση απαιτείται και οι πολύπλοκες και χρονοβόρες διαδικασίες αδειοδότησης. Σε γενικές γραμμές, η ενημέρωση του κοινού θα πρέπει να παραμείνει ανοιχτή έτσι ώστε να εξαλειφθούν οι αποκλειστικές συμφωνίες και να επιτραπεί η οι καινοτόμος εμπορική και μη εμπορική περαιτέρω χρήση των πληροφοριών και δεδομένων.

- Διευκόλυνση της αποτελεσματικής ροής των γνώσεων και ανάπτυξη των δικτύων και των αγορών που επιτρέπουν τη δημιουργία, την κυκλοφορία και τη διάδοση της γνώσης, μαζί με ένα αποτελεσματικό σύστημα για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας.

- Προώθηση της καινοτομίας στο δημόσιο τομέα σε όλα τα επίπεδα της κυβέρνησης για την ενίσχυση της παροχής δημόσιων υπηρεσιών, τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας, και της δικαιοσύνης, και να δημιουργήσει θετικές εξωτερικότητες στην υπόλοιπη οικονομία.

6.4.5 Εφαρμογή της καινοτομίας για την αντιμετώπιση των παγκόσμιων προβλημάτων και των κοινωνικών προκλήσεων

Η καινοτομία είναι η κινητήρια δύναμη που βελτιώνει το βιοτικό επίπεδο των ανθρώπων. Είναι ουσιαστικά το βασικό μέρος της λύσης όταν πρόκειται για την αντιμετώπιση κοινωνικών προκλήσεων τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Για παράδειγμα το φαινόμενο του θερμοκηπίου είναι παγκόσμιο, έτσι οι καινοτομίες που μειώνουν τις εκπομπές αερίων ωφελούν ολόκληρο τον πλανήτη, όλες τις χώρες, ανεξάρτητα από ποια χώρα προέρχονται. Άλλα προβλήματα μπορεί να απαιτούν συλλογική δράση σε παγκόσμιο επίπεδο μα να είναι περισσότερο τοπικά όπως για παράδειγμα πολλές από τις θανατηφόρες μολυσματικές ασθένειες. Το γεγονός, όμως, ότι τα σημερινά προβλήματα της ανθρωπότητας είναι τέτοια, που απαιτούν συλλογική δράση μέσα από πολυμερείς συνεργασίες είναι αδιαμφισβήτητο. Οι σημερινές προκλήσεις χρειάζονται μεγαλύτερο συντονισμό ώστε η ανάπτυξη και η διάδοση της τεχνολογίας να δώσει καινοτομίες στην αγορά. Πρέπει να εφαρμοστούν οι πολιτικές εκείνες που θα επιτρέψουν στον ιδιωτικό τομέα να εντοπίσει τα ελπιδοφόρα μέσα και καινοτομώντας να αντιμετωπίσει τα παγκόσμια προβλήματα. Πολιτικές που προτείνονται από τον ΟΟΣΑ είναι:

- Βελτίωση της διεθνούς επιστημονικής και τεχνολογικής συνεργασίας καθώς και της μεταφοράς τεχνολογίας, μέσω της ανάπτυξης διεθνών μηχανισμών για τη χρηματοδότηση του κόστους της καινοτομίας και πληρωμή μεριδίων.

- Ευελιξία και κίνητρα για την αντιμετώπιση των παγκόσμιων προκλήσεων μέσω της καινοτομίας στις αναπτυγμένες και τις αναπτυσσόμενες χώρες ώστε να ενθαρρύνεται η εφεύρεση και η υιοθέτηση οικονομικά αποδοτικών τεχνολογιών.

- Προώθηση της καινοτομίας ως εργαλείου για την ανάπτυξη και ενίσχυση των βάσεων για την καινοτομία σε φτωχές χώρες. Διευκόλυνση για προσιτή πρόσβαση στις σύγχρονες

τεχνολογίες. Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας σε ολόκληρη την οικονομία, και δυνατότητα στους επιχειρηματίες να πειραματιστούν, να επενδύσουν και να επεκτείνουν τις δημιουργικές οικονομικές δραστηριότητες, ιδιαίτερα γύρω από τη γεωργία.

6.4.6 Βελτίωση της διακυβέρνησης και της μέτρησης των πολιτικών για την καινοτομία

- Διασφάλιση της συνοχής των πολιτικών με τη χρησιμοποίηση της καινοτομίας ως κεντρικού στοιχείου των κυβερνητικών πολιτικών. Ενεργοποίηση των περιφερειακών και τοπικών φορέων για την προώθηση της καινοτομίας, με παράλληλη εξασφάλιση του συντονισμού μεταξύ των περιφερειών και των εθνικών προσπαθειών .
- Ενθάρρυνση ώστε να λαμβάνονται τεκμηριωμένες αποφάσεις και να αξιολογούνται τα αποτελέσματα των πολιτικών.
- Συνολική προσέγγιση των πολιτικών για την καινοτομία επειδή ακριβώς ο ρόλος της είναι ιδιαίτερα σημαντικός στην προσπάθεια να υλοποιηθούν οικονομικοί και κοινωνικοί στόχοι, απαιτείται από το κάθε κράτος μια συνολική προσέγγιση των πολιτικών για την καινοτομία.
- Δημιουργία σταθερών πλατφόρμων που θα συντονίζουν τις δράσεις και θα εστιάζουν στις πολιτικές με μεσοπρόθεσμη και μακροπρόθεσμη προοπτική.
- Δυνατή ηγεσία από αυτούς που χαράζουν πολιτική στο πιο ψηλό επίπεδο.
- Συμμετοχή των φορέων στη χάραξη πολιτικής ώστε να συμβάλει στην ανάπτυξη ενός κοινού οράματός και να κάνει τις πολιτικές πιο αποτελεσματικές στην επίτευξη κοινωνικών στόχων.
- Ύπαρξη συνοχής και η αλληλοσυμπληρωματικότητα των τοπικών, περιφερειακών, εθνικών και διεθνών επιπέδων θα έχει ευεργετικό ρόλο.
- Αξιολόγηση ασφαλώς είναι απαραίτητη για να ενισχυθεί η αποτελεσματικότητα και η αποδοτικότητα των πολιτικών για την προώθηση της καινοτομίας και για την επίτευξη της κοινωνικής πρόνοιας. Απαιτούνται βέβαια νέα βελτιωμένα μέσα αξιολόγησης ώστε να μπορέσει να αποτυπωθεί η διεύρυνση της καινοτομίας. Επίσης η αξιολόγηση πρέπει να ανατροφοδοτεί τη διαδικασία λήψης αποφάσεων. Αδιαμφισβήτητα για να είναι ολοκληρωμένη η μέτρηση/αξιολόγηση της καινοτομίας πρέπει να περιλαμβάνει τα αποτελέσματα και τις επιπτώσεις της τόσο στον οικονομικό όσο και στον κοινωνικό τομέα.

6.5 ΜΕΤΡΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Η ΕΕ, αναγνωρίζοντας τη σημασία της καινοτομίας για την ανάπτυξη, την ανταγωνιστικότητα και την δυνατότητα της να δημιουργήσει θέσεις εργασίας, την έχει θέσει ως τον πυρήνα της στρατηγικής Ευρώπη 2020. Τα κράτη μέλη ενθαρρύνονται να επενδύουν το 3% του ΑΕΠ τους στην Ε&Α μέχρι το 2020 (1% δημόσια χρηματοδότηση, 2% επενδύσεις ιδιωτικού τομέα). Με αυτόν τον τρόπο, εκτιμάται ότι θα δημιουργηθούν 3,7 εκατομμύρια θέσεις εργασίας και θα αυξηθεί το ετήσιο ΑΕΠ της ΕΕ κατά 800 περίπου δις. ευρώ.

- **Πρωτοβουλία "Ένωση της Καινοτομίας"**

Η ΕΕ σε συνεργασία και με τρίτες χώρες, εστιάζει στην αντιμετώπιση των μεγάλων προκλήσεων της εποχής μας: ενέργεια, επισιτιστική ασφάλεια, κλιματική αλλαγή και γήρανση του πληθυσμού. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο ο δημόσιος τομέας παρεμβαίνει α) παρέχοντας κίνητρα στον ιδιωτικό τομέα και β) βοηθώντας να ξεπεραστούν τα εμπόδια που δυσκολεύουν την εφαρμογή των καινοτόμων ιδεών στην αγορά. Τέτοιου είδους εμπόδια είναι η έλλειψη χρηματοδότησης, ο κατακερματισμός των ερευνητικών προγραμμάτων και αγορών, η περιορισμένη χρήση δημόσιων διαγωνισμών για την καινοτομία και οι καθυστερήσεις στη θέσπιση προτύπων.

- **Ενιαίος Ευρωπαϊκός Χώρος Έρευνας**

Η ΕΕ επιδιώκει επίσης να δημιουργήσει έναν Ενιαίο Ευρωπαϊκό Χώρο Έρευνας, μέσα στον οποίο οι ερευνητές θα έχουν την δυνατότητα να εργάζονται οπουδήποτε εντός της ΕΕ ενώ θα παρέχεται και στήριξη για τη διασυνοριακή συνεργασία.

- **Χρηματοδότηση από την ΕΕ "Ορίζοντας 2020"**

Με το 7ετές ερευνητικό πρόγραμμα που εγκαινιάστηκε το 2014, **σχεδόν** 80 δις. ευρώ προερχόμενα από πόρους της ΕΕ θα διατεθούν μέχρι το 2020 για την έρευνα και την καινοτομία. Αξίζει να σημειωθεί ότι τα χρήματα αυτά αναμένεται ότι θα προσελκύσουν και άλλες ιδιωτικές και εθνικές δημόσιες επενδύσεις. Το πρόγραμμα συνδυάζει όλα τα είδη των διαθέσιμων χρηματοδοτήσεων υπέρ της έρευνας και της καινοτομίας. Οι στόχοι του προγράμματος είναι η ενίσχυση της βιομηχανικής καινοτομίας, των τεχνολογιών, η αντιμετώπιση των σημαντικών κοινωνικών ζητημάτων όπως η κλιματική αλλαγή, οι βιώσιμες μεταφορές, οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, η ασφάλεια των τροφίμων και η επισιτιστική ασφάλεια, η γήρανση του πληθυσμού. Περαιτέρω το πρόγραμμα "Ορίζοντας 2020" θα επιδιώξει:

- την μετατροπή των τεχνολογικών ανακαλύψεων σε βιώσιμα προϊόντα με πραγματικές εμπορικές δυνατότητες μέσω της δημιουργίας εταιρικών σχέσεων με τη βιομηχανία και τις εταιρικές αρχές,
- την ενίσχυση της διεθνούς συνεργασίας για την έρευνα και την καινοτομία, καλώντας σε συμμετοχή τρίτες χώρες και φορείς,
- την περαιτέρω ανάπτυξη του Ευρωπαϊκού Χώρου Έρευνας.

6.6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Η συμμετοχή των ΜμΕ είναι ζωτικής σημασίας για μια κουλτούρα καινοτομίας που θα ενισχύσει την ανάπτυξη και το δυναμισμό όλων των οικονομιών. Παρά το γεγονός ότι οι ΜμΕ διαθέτουν το πλεονέκτημα της ευελιξίας που τους επιτρέπει να υιοθετούν νέες μεθόδους και τεχνολογίες, το μέγεθος τους δημιουργεί εμπόδια στην παραγωγή και εμπορευματοποίηση της καινοτομίας.

Οι αρχές προώθησης της καινοτομίας περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων α)την ενθάρρυνση των ανθρώπων στη καινοτομία π.χ. με την παροχή επιχειρηματικής εκπαίδευσης, β)την ενθάρρυνση και διευκόλυνση της κινητικότητας των εργαζομένων για να κυκλοφορήσει και να εξαπλωθεί η γνώση, γ)απεγκλωβισμό της καινοτομίας με ενίσχυση για παράδειγμα της χρηματοδότησης δ)επενδύσεις στην έρευνα και ε)εφαρμογή της καινοτομίας για την αντιμετώπιση των παγκόσμιων προβλημάτων και των κοινωνικών προκλήσεων.

Η ΕΕ έχει θέσει την καινοτομία στον πυρήνα της στρατηγικής Ευρώπη 2020 και προωθεί σειρά μέτρων που αναμένεται να αποδώσουν εκατομμύρια θέσεις εργασίας. Μερικά από αυτά είναι η ενθάρρυνση των κρατών μελών να επενδύουν το 3% του ΑΕΠ τους στην Ε&Α, παραχώρηση κινήτρων στον ιδιωτικό τομέα και ενίσχυση τα βιομηχανικής καινοτομίας για αντιμετώπιση ζητημάτων όπως η κλιματική αλλαγή, οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας κ.α.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Ξένη :

- Xiaohui Liu and Mike Wright and Igor Filatotchev and Ou Dai and Jiangyong Lu, (2010), «Human Mobility and Knowledge Spillovers: Evidence from High-tech Small and Medium Enterprises in an Emerging Market” - Strategic Entrepreneurship Journal, 4 (4). pp. 340-355. ISSN 1932-4391 (2010)

Διαδικτυακές Πηγές :

ΕΕ

- Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών «Εμβληματική πρωτοβουλία στο πλαίσιο της στρατηγικής Ευρώπη 2020 Ένωση Καινοτομίας» 6/10/2010 https://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/innovation-union-communication_en.pdf

OECD publications

- Ministerial report on the OECD Innovation Strategy May 2010
https://www.academia.edu/5716638/Ministerial_report_on_the_OECD_Innovation_Strategy_Innovation_to_strengthen_growth_and_address_global_and_social_challenges_Key_Findings

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Πράσινη ανάπτυξη σημαίνει την προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης χωρίς να υποβαθμίζεται το περιβάλλον, χωρίς να θυσιάζεται η βιοποικιλότητα και χωρίς να σπαταλούνται οι φυσικοί πόροι σε μη βιώσιμες χρήσεις. Σημαίνει, δηλαδή, ότι παράλληλα με την οικονομική ανάπτυξη διατηρείται η ικανότητα των φυσικών περιουσιακών στοιχείων να συνεχίσουν να παρέχουν τους πόρους τους και τις κρίσιμες για τη ζωή υπηρεσίες της φύσης όπως τον καθαρό αέρα, το νερό, την βιοποικιλότητα κλπ. Όλα αυτά, δηλαδή, από τα οποία εξαρτάται η ζωή και η ευημερία μας.

Μέσα σε αυτά τα πλαίσια η μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των ΜμΕ αποτελεί βασικό παράγοντα επιτυχίας στην πράσινη οικονομία. Οι πρακτικές που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή, τη τεχνολογία και στη διαχείριση των ΜμΕ δεν θα μπορούσαν να απουσιάζουν από τις στρατηγικές για πράσινη ανάπτυξη. Αν λάβουμε υπόψη ότι οι ΜμΕ αποτελούν το 99% των επιχειρήσεων και εργοδοτούν τα δύο τρίτα των εργαζομένων διεθνώς, τότε αντιλαμβανόμαστε γιατί η συμμετοχή των ΜμΕ στις προσπάθειες για την πράσινη ανάπτυξη αποτελεί βασική πρόκληση.

Βέβαια για τις ίδιες τις ΜμΕ το ζήτημα της βελτίωσης των περιβαλλοντικών επιδόσεων, αποτελεί παράλληλα και μια σημαντική επιχειρηματική ευκαιρία. Το «πρασίνισμα», δηλαδή, όλων των τομέων της οικονομίας και της ζωής και η μετάβαση προς βιώσιμες πρακτικές είναι πεδίο προς αξιοποίηση από τις ΜμΕ.

Περαιτέρω η πίεση προς τις επιχειρήσεις για ανάπτυξη υπεύθυνων και φιλικών πρακτικών προς το περιβάλλον γίνεται εντονότερη. Ακριβώς επειδή στην εποχή μας μεγάλο μέρος των καταναλωτών έχει εμπεδώσει το περιβαλλοντικό πρόβλημα και είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένοι από ποτέ στις επιπτώσεις που δυνατόν να έχουν πάνω στο περιβάλλον, οι όποιες δραστηριότητες επιχειρηματικές και μη. Ως εκ τούτου, η δέσμευση προς το φυσικό περιβάλλον θεωρείται πλέον ως μια σημαντική μεταβλητή των σημερινών ανταγωνιστικών σεναρίων καθώς ο πελάτης πολύ συχνά αξιολογεί το προϊόν όχι μόνο με βάση τις ανάγκες του αλλά λαμβάνοντας υπόψη την επίδραση που έχει η διαδικασία παραγωγής και μεταφοράς του στο περιβάλλον.

7.1 ΚΡΙΣΙΜΗ Η ΔΕΣΜΕΥΣΗ ΤΩΝ ΜΜΕ ΓΙΑ ΠΡΑΣΙΝΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των ΜμΕ, μέσω της επίτευξης περιβαλλοντικής συμμόρφωσης αποτελεί βασικό παράγοντα επιτυχίας στην προσπάθεια για πράσινη οικονομία. Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ η συμμετοχή των ΜμΕ στην πράσινη ανάπτυξη καθίσταται αναγκαία για τους πιο κάτω λόγους:

1. Το αποτύπωμα των ΜμΕ

Παρόλο που το περιβαλλοντικό αποτύπωμα της κάθε μιας ξεχωριστής μικρής επιχείρησης μπορεί να είναι χαμηλό, η συνολική επίπτωση μπορεί, από ορισμένες απόψεις, να είναι μεγαλύτερη από εκείνη των μεγάλων επιχειρήσεων. Για παράδειγμα, φαίνεται ότι οι ΜμΕ αντιπροσωπεύουν το 60-70% της βιομηχανικής ρύπανσης στην Ευρώπη (Miller, 2011). Οι κύριοι τομείς όπου οι ΜμΕ έχουν σημαντικό αντίκτυπο στο περιβάλλον περιλαμβάνουν την κτηνοτροφία, τις κατασκευές, τις μεταλλικές κατασκευές, την επεξεργασία αποβλήτων, τη βιομηχανία τροφίμων και ποτών, την κλωστοϋφαντουργία, την κατασκευή δερμάτων ειδών, κ.λπ.

2. ΜμΕ βασικοί παίκτες στις αναδυόμενες οικονομίες

Περαιτέρω οι ΜμΕ είναι σημαντικές για την πράσινη ανάπτυξη ως βασικές κινητήριες δυνάμεις της οικολογικής καινοτομίας και ως βασικοί παίκτες στις αναδυόμενες πράσινες βιομηχανίες. Υπάρχουν αυξανόμενες ευκαιρίες για τις ΜμΕ:

- στις υπηρεσίες που συνδέονται με την πράσινη κατασκευαστική,
- στο σχεδιασμό και την αρχιτεκτονική των επιχειρήσεων,
- στην προσφορά λύσεων βιο-ενέργειας
- στην οικολογική καινοτομία σε ένα ευρύ φάσμα βιομηχανιών.

Εξάλλου οι νέες επιχειρήσεις είναι ιδιαίτερα σημαντικές για ριζικές πράσινες καινοτομίες, καθώς πολύ συχνά εκμεταλλεύονται τις τεχνολογικές ή εμπορικές ευκαιρίες που έχουν παραμεληθεί από τις πιο καθιερωμένες εταιρείες ή ακόμα αμφισβητούν παραδοσιακά επιχειρηματικά μοντέλα των υφιστάμενων επιχειρήσεων.

3. Επιχειρηματική ευκαιρία

Η «πράσινη μεταμόρφωση» είναι επίσης μια σημαντική επιχειρηματική ευκαιρία για τις ΜμΕ καθώς οι ίδιες είναι σημαντικοί προμηθευτές αγαθών και υπηρεσιών. Πράγματι, τα κύρια κίνητρα για την υιοθέτηση πράσινων πρακτικών είναι μη-ρυθμιστικά και περιλαμβάνουν:

- την αύξηση της τιμής των αγαθών και των πρώτων υλών,
- την δυνητική εξοικονόμηση κόστους και την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος,
- την πίεση της αγοράς από τους πελάτες.

7.2 ΕΜΠΟΔΙΑ

Η μετάβαση των ΜμΕ σε πιο πράσινη οικονομία είναι σαφώς δυσκολότερη από ότι των μεγαλύτερων επιχειρήσεων. Παρά το γεγονός ότι οι μικρές επιχειρήσεις έχουν το πλεονέκτημα της ελαστικότητας που τους επιτρέπει να προσαρμόζονται ευκολότερα και γρηγορότερα στις αλλαγές των απαιτήσεων του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, η προθυμία τους να υιοθετήσουν βιώσιμες πρακτικές βρίσκεται αντιμέτωπη με προβλήματα

που πηγάζουν από το ίδιο το μέγεθος τους. Αυτά τα προβλήματα πολύ συχνά λειτουργούν ως τροχοπέδη στην ανάπτυξη πρωτοβουλιών επί του θέματος. Αρκετά συχνά οι μικρές επιχειρήσεις δεν γνωρίζουν τις ελκυστικές χρηματοοικονομικές ευκαιρίες που προσφέρονται για βελτίωση των πρακτικών τους. Περαιτέρω υπάρχει αρκετά διαδεδομένη αντίληψη ότι η προστασία του περιβάλλοντος συνδέεται με τεχνική πολυπλοκότητα, εμπόδια και κόστος. Δυστυχώς ακόμα και στη περίπτωση που γνωρίζουν τα δυνητικά οφέλη από τη βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων τους, η απουσία κατάλληλων δεξιοτήτων και εμπειρίας λειτουργούν αποτρεπτικά.

Τα εμπόδια μπορούν να κατηγοριοποιηθούν όπως πιο κάτω :

- Εμπόδια λόγω στενότητας πόρων
- Εμπόδια που σχετίζονται με την νοοτροπία και την κουλτούρα της επιχείρησης
- Αναγνώριση /αφύπνιση

7.2.1 Εμπόδια λόγω στενότητας πόρων

Οι πόροι που έχουν στη διάθεση τους οι επιχειρήσεις είναι ζωτικής σημασίας για την υλοποίηση οποιασδήποτε πρωτοβουλίας. Οι οικονομικοί πόροι είναι θεμελιώδους σημασίας για να καταστεί δυνατή η υιοθέτηση πολλών περιβαλλοντικών πρωτοβουλιών. Θέματα γύρω από οικονομικούς πόρους περιλαμβάνουν την έλλειψη χρηματοδότησης για περιβαλλοντικά έργα ή την μακρόχρονη απόδοση των επενδύσεων. Επίσης, είναι καλά γνωστό ότι οι ΜμΕ έχουν έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού τόσο αριθμητικά όσο και ανθρώπινου δυναμικού που να κατέχει τις τεχνικές γνώσεις για την άσκηση περιβαλλοντικής διαχείρισης.

- **Η έλλειψη χρόνου για διερεύνηση ζητημάτων ή εντοπισμό της παρεχόμενης στήριξης ή των εργαλείων.** Είναι ένα ζήτημα που αναφέρεται συχνά σε μελέτες το οποίο όχι μόνο εμποδίζει την εφαρμογή των περιβαλλοντικών πρακτικών αλλά αποτρέπει και την εκπαίδευση που θα οδηγούσε σε απόκτηση των απαραίτητων δεξιοτήτων για τις περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες.
- **Στενότητα πόρων για να κατανεμηθούν σε περιβαλλοντικά ζητήματα.** Η πίεση χρόνου που οδηγεί σε ελλιπή πληροφόρηση όπως αναφέρθηκε πιο πάνω, η ελλιπής εκπαίδευση και η στενότητα των οικονομικών πόρων, πολλές φορές λειτουργούν ως εμπόδιο στο σχεδιασμό στρατηγικής της επιχείρησης με αρνητικές συνέπειες όχι μόνο στα περιβαλλοντικά ζητήματα.
- **Έλλειψη επενδύσεων** Λόγω στενότητας των οικονομικών πόρων οι ΜμΕ δεν μπορούν να δικαιολογήσουν τις επενδύσεις σε πρωτοβουλίες που αφορούν τον τομέα του περιβάλλοντος επειδή δεν βλέπουν κανένα άμεσο οικονομικό όφελος των εν λόγω δραστηριοτήτων. Η εκπαίδευση είναι ένα ζήτημα που επηρεάζεται όχι μόνο από την έλλειψη χρόνου που αναφέρθηκε πιο πάνω αλλά και από τη έλλειψη οικονομικών πόρων για να διατεθούν στην εκπαίδευση του προσωπικού σε περιβαλλοντικά ζητήματα.

- **Έλλειψη προσωπικού** αρμόδιου για περιβαλλοντικά ζητήματα. Λόγω του περιορισμένου αριθμού προσωπικού που έχουν οι ΜμΕ, δεν ορίζουν παρά σε σπάνιες περιπτώσεις άτομο που να είναι αρμόδιο για τα περιβαλλοντικά ζητήματα της επιχείρησης.

7.2.2. Εμπόδια που σχετίζονται με την νοοτροπία και την κουλτούρα της επιχείρησης.

Σύμφωνα με τους Studer et al. 2008 οι μικρές επιχειρήσεις έχουν την τάση να προσανατολίζονται έντονα προς την κατεύθυνση των καθημερινών δραστηριοτήτων τους και να θεωρούν τα περιβαλλοντικά ζητήματα κάπως δευτερεύοντα. Αναλυτικά τα εμπόδια που σχετίζονται με την νοοτροπία των ΜμΕ είναι:

- **Λανθασμένες πεποιθήσεις** όπως για παράδειγμα ότι οι ΜμΕ προκαλούν μικρές επιπτώσεις στο περιβάλλον και δεν έχουν περιβαλλοντικά θέματα προς εξέταση.
- **Ασυμφωνία μεταξύ πεποιθήσεων και ενεργειών** δηλαδή η θετική στάση απέναντι στο περιβάλλον δεν μεταφράζεται σε δράσεις. Ή ακόμα ασυνέπεια της διοίκησης της επιχείρησης στην στήριξη των ζητημάτων που σχετίζονται με το περιβάλλον.
- **Αντίσταση στην αλλαγή.** Είναι φαινόμενο που παρουσιάζεται σχεδόν πάντα όταν πρέπει να υιοθετηθεί μια αλλαγή οποιασδήποτε φύσης, στον τρόπο που διεκπεραιώνονται οι εργασίες σε μια επιχείρηση.
- **Η αντίληψη ότι το περιβάλλον δεν έχει οποιαδήποτε σχέση με την επιχείρηση** έτσι δεν του δίνεται οποιαδήποτε αξία ή θέση στα θέματα που αφορούν την επιχείρηση.
- **Σκεπτικισμός σχετικά με τα δυνητικά οικονομικά οφέλη.** Μια σειρά από μελετητές έχουν προτείνει ότι οι ΜμΕ δεν μπορούν να δικαιολογήσουν τις επενδύσεις στον τομέα του περιβάλλοντος επειδή δεν βλέπουν κανένα άμεσο οικονομικό όφελος των εν λόγω δραστηριοτήτων. Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις είναι σε θέση να αποκομίσουν συγκριτικά μεγαλύτερα οφέλη από τις περιβαλλοντικές πρακτικές εν μέρει λόγω μεγέθους και πόρων, που σημαίνει ότι είναι σε θέση να αποκομίσουν οικονομίες κλίμακας και εν μέρει είναι πιο ορατές ώστε μπορούν να επισημάνουν ευκολότερα τις περιβαλλοντικές προσπάθειες τους στους ενδιαφερόμενους.
- **Η αντίληψη για το ύψος του κόστους που συνεπάγονται οι περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες** και η πεποίθηση ότι το κόστος από τα περιβαλλοντικά μέτρα προκύπτει πολύ γρήγορα, ενώ τα οφέλη προκύπτουν αργά. Ως εκ τούτου, είναι ευκολότερη, η επικράτηση των βραχυπρόθεσμων επιχειρησιακών σχεδιασμών.

7.2.3 Αναγνώριση/αφύπνιση

Οι πληροφορίες είναι μια μορφή επιχειρηματικών πόρων, εντούτοις, τα εμπόδια που προκύπτουν από την ελλιπή πληροφόρηση, θα εξεταστούν ξεχωριστά, εκτός από εκείνα

που αναφέρθηκαν πιο πάνω στη στενότητα πόρων και που σχετίζονται με τις εσωτερικές τεχνικές γνώσεις. Εδώ, εννοείται η προσβασιμότητα σε πληροφορίες, η διαθεσιμότητα πηγών, η μορφή και ο τρόπος που χρησιμοποιούνται για να φτάσουν τα μηνύματα στις ΜμΕ.

- **Χαμηλή γνώση/αναγνώριση της νομοθεσίας που αφορά το περιβάλλον και χαμηλή αναγνώριση των οργανισμών, των προγραμμάτων και των πηγών πληροφοριών.** Στόχος είναι οι πληροφορίες σχετικά με τα διαθέσιμα περιβαλλοντικά προγράμματα να φτάνουν αποτελεσματικά στις ΜμΕ. Σχετικές μελέτες έχουν αναφέρει δυσκολίες των ΜμΕ στην εύρεση, απόκτηση και κατανόηση αυτών των πληροφοριών αλλά και την υποτίμηση τους αναφορικά με τα δυνητικά οφέλη για τις ίδιες τις επιχειρήσεις. Επιπλέον, ένας αριθμός μελετών έχει βρει χαμηλή αναγνώριση των διαθέσιμων προγραμμάτων και πρωτοβουλιών που παρέχουν βοήθεια σε ΜμΕ σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιδόσεις και τις προσφερόμενες ευκαιρίες. (Merritt-1998, Tilley-1999, Compras-2003). Αυτό υποδεικνύει ότι τα μέσα που χρησιμοποιούνται για να φτάσουν οι πληροφορίες στις ΜμΕ δεν είναι αποτελεσματικά. Το θέμα της γλώσσας έχει επίσης μεγάλη σημασία. Η παροχή πληροφοριών που δεν είναι εύκολο να γίνουν κατανοητές από μια μικρή ή μεσαίου μεγέθους επιχείρηση είναι ένα σοβαρό ζήτημα.

7.3 ΜΕΤΡΑ

Υπάρχει μια ποικιλία μέτρων που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για να προωθηθεί η περιβαλλοντική συμμόρφωση και οι πράσινες επιχειρηματικές πρακτικές. Μεταξύ αυτών:

- Κανονισμοί ως εργαλεία προώθησης: αφορά την απλοποίηση των απαιτήσεων με τη χρήση τυποποιημένων αδειών ή όρων που ισχύουν γενικά όπως και άλλους βελτιωμένους κανονισμούς,
- Εργαλεία βασισμένα στην πληροφόρηση/ενημέρωση, και
- Οικονομικά κίνητρα

1. Βελτίωση του κανονιστικού πλαισίου των ΜμΕ εκεί όπου υπάρχουν χαμηλά περιβαλλοντικά ρίσκα.

Αρκετές χώρες προχωρούν στην απλοποίηση των κανονισμών με την αντικατάσταση της περιβαλλοντικής αδειοδότησης με τυποποιημένες απαιτήσεις όταν πρόκειται για δραστηριότητες που επιτελούνται από ευρύ φάσμα επιχειρήσεων.

Ένας τρόπος απλοποίησης και μείωσης του διοικητικού φόρτου των ΜμΕ είναι η διασφάλιση της συνεργασίας των περιβαλλοντικών και μη περιβαλλοντικών ρυθμιστικών αρχών ώστε α) να αποφεύγεται η διπλή υποβολή αιτήσεων και άλλων παραστατικών (επικάλυψη) και β) να γίνεται ένας κοινός έλεγχος αντί ξεχωριστοί έλεγχοι από κάθε ρυθμιστική αρχή. Με αυτό τον τρόπο μειώνεται το κόστος που

επωμίζονται τόσο οι ΜμΕ όσο και το κράτος και εξοικονομείται ο τόσο πολύτιμος για τις μικρές επιχειρήσεις εργασιακός χρόνος .

2. Παροχή πληροφοριών, συμβουλών και καθοδήγησης

Η προσέγγιση των κυβερνήσεων για ενθάρρυνση των πράσινων επιχειρηματικών πρακτικών πρέπει να περιλαμβάνει διάφορα εργαλεία, σωστά μηνύματα, κατάλληλη προσέγγιση, συνεργασία των εμπλεκόμενων φορέων και άμεση στήριξη.

- Η καθοδήγηση που είναι βασισμένη στο διαδίκτυο είναι μεν ένα αποδοτικό εργαλείο επικοινωνίας , όμως δεν πρέπει να είναι το μοναδικό καθώς μόνο μια μείωση των μικρών επιχειρήσεων θεωρούν τον διαδίκτυο ως τον αγαπημένο τους τρόπο λήψης περιβαλλοντικών πληροφοριών. Τα διαδικτυακά εργαλεία πρέπει να επικουρούνται από άλλα πιο παραδοσιακά εργαλεία όπως διαφημιστικά φυλλάδια, σεμινάρια και έντυπο υλικό.
- Η διαμόρφωση του σωστού μηνύματος είναι σημαντική για την αποτελεσματικότητα των εργαλείων επικοινωνίας. Μπορεί να περιλαμβάνει μεταξύ άλλων παρουσίαση παραδειγμάτων άλλων παρόμοιων εταιρειών που λαμβάνουν εμπορικά οφέλη ως αποτέλεσμα των βελτιώσεων στην περιβαλλοντική τους επίδοση. Επίσης πρέπει να είναι προσαρμοσμένα στη φύση και στα μεγέθη των μικρών εταιρειών. Η καθοδήγηση να είναι σύντομη, σαφής και να περιλαμβάνει βήμα προς βήμα οδηγίες.
- Ιδιαίτερα αποτελεσματική προσέγγιση φαίνεται να είναι αυτή που εστιάζει σε κάθε τομέα ξεχωριστά , ώστε να αντιμετωπίζεται η ύπαρξη διαφορετικών δραστηριοτήτων σε διαφορετικούς τομείς.
- Τα αρμόδια υπουργεία οικονομικών και περιβάλλοντος και τα κυβερνητικά τμήματα πρέπει να δουλέψουν σε συνεργασία με εμπορικούς συνδέσμους και οργανισμούς για την εκπόνηση και διάδοση κατευθυντήριων περιβαλλοντικών γραμμών. Η συνεργασία όλων των φορέων προσθέτει αξιοπιστία και θα βοηθήσει στην ευκολότερη αποδοχή των οδηγιών.
- Μη κυβερνητικές οργανώσεις μπορούν να προσφέρουν άμεση στήριξη για να υποστηρίξουν την ικανότητα των επιχειρήσεων. Έλεγχοι των διαφόρων πτυχών της διαχείρισης περιβάλλοντος, επίδειξη έργων, παρακολούθηση της συνέχειας των έργων, προσφορά εκπαίδευσης είναι μερικοί μόνο από τους τρόπους που προσφέρονται για στήριξη. Κατά την ετοιμασία τέτοιων υπηρεσιών στήριξης πρέπει να λαμβάνονται υπόψη ορισμένοι παράγοντες όπως :
 - Η συμπερίληψη πολλών φορέων και οργανισμών κατά το σχεδιασμό της στρατηγικής και των υπηρεσιών στήριξης, για σκοπούς πληρέστερης κάλυψης αλλά και αξιοπιστίας, όπως επίσης και χρησιμοποίηση επιτόπιων συνεργατών ώστε να αποκτηθεί περισσότερη γνώση των τοπικών συνθηκών αλλά και να προσδοθεί αξιοπιστία στα προγράμματα.
 - Η οικονομική προσιτότητα των υπηρεσιών αφού απευθύνονται σε ΜμΕ.

- Εξέταση των οικονομικών επιπτώσεων που δυνατόν να έχουν οι πράσινες πρακτικές δηλαδή στην αποδοτικότητα, την απασχόληση, την ανταγωνιστικότητα κλπ. των επιχειρήσεων.
- Προώθηση των επιτυχιών του προγράμματος μέσω δημοσιοποίησης συγκεκριμένων επιτυχημένων περιπτώσεων
- Τακτική, ανεξάρτητη και αμερόληπτη αξιολόγηση.

3. Αναγνώριση των πράσινων πρακτικών

Οι μικρές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν σοβαρά εμπόδια στην υιοθέτηση συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης όπως έλλειψη πόρων, έλλειψη γνώσεων και τεχνικής ικανότητας, ψηλό αρχικό κόστος και άλλα. Η βασική πρόκληση είναι η προσαρμογή των συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης στις ιδιαιτερότητες των ΜμΕ. Είναι σημαντικό να προωθηθούν απλές και προσιτές βελτιώσεις στις πρακτικές διαχείρισης, χαμηλή γραφειοκρατία, πράσινες ετικέτες παρά δαπανηρή και πολύπλοκη πιστοποίηση .

Πράσινη πιστοποίηση κατά τομέα και σχέδια οικολογικού σήματος για προϊόντα μπορούν επίσης να λειτουργήσουν ως κίνητρο για υιοθέτηση πράσινων πρακτικών. Σημαντικοί παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη είναι:

- Τα οφέλη για τις επιχειρήσεις να είναι μεγαλύτερα από τα άμεσα τέλη και το έμμεσο κόστος (χρόνος του προσωπικού) που καλείται η επιχείρηση να καταβάλει για την πιστοποίηση ή την εξασφάλιση του οικολογικού σήματος.
- Να απευθύνονται σε ένα ευρύ κοινό ώστε να αυξάνεται η αναγνώριση της πιστοποίησης ή του σήματος.
- Οι ενώσεις των επιχειρήσεων να βοηθήσουν στο σχεδιασμό και προώθηση υλικού που να διαφημίζει στους πελάτες των επιχειρήσεων τα πράσινα διαπιστευτήρια τους.

4. Οικονομικά κίνητρα

Σύμφωνα με την ανασκόπηση των Parker et al.(2009) που αφορά τις παρεμβάσεις που στοχεύουν στην ενθάρρυνση των ΜμΕ για συμμετοχή σε περιβαλλοντικές βελτιώσεις, σε αρκετές μελέτες η οικονομική ενίσχυση βαθμολογήθηκε ως το δεύτερο σημαντικότερο κίνητρο για την ενεργό συμμετοχή των ΜμΕ στη βελτίωση του περιβάλλοντος. Η οικονομική ενίσχυση μπορεί να συμπεριλαμβάνει επιδοτήσεις, χαμηλότοκα δάνεια και φορολογικές ελαφρύνσεις.

- Θέσπιση φορολογικών προνομίων προς όφελος των επιχειρήσεων που επιθυμούν να επενδύσουν στις πράσινες τεχνολογίες. Για παράδειγμα επιταχυνόμενη απόσβεση, μειωμένοι εταιρικοί φόροι και φόροι ακινήτων.

- Υιοθέτηση ευνοϊκών πολιτικών για παραχώρηση δανείων μέσω των δημόσιων οικονομικών ιδρυμάτων προς τις ΜμΕ.
- Οι κυβερνητικές αρχές μπορούν, περαιτέρω, να ενθαρρύνουν τις ιδιωτικές τράπεζες και τις ασφαλιστικές εταιρείες να παρέχουν κίνητρα για καλές περιβαλλοντικές επιδόσεις των μικρών επιχειρήσεων. Οι τράπεζες μπορούν να απαιτούν μια περιβαλλοντική λίστα ελέγχου για την έγκριση του δανείου, και οι ασφαλιστές μπορούν να απαιτούν «Δήλωση της αναγνώρισης των περιβαλλοντικών κινδύνων» και «Δέσμευση ελέγχου». Μια καλή πρακτική θα ήταν η παραχώρηση καλύτερων όρων σε επιχειρήσεις με πράσινα διαπιστευτήρια.
- Η δωρεάν παροχή τεχνικής βοήθειας στις ΜμΕ θα συμβάλει στην αύξηση της ευαισθητοποίησης και θα εξασφαλίσει την αρχική τους δέσμευση για πράσινες πρακτικές.

5. Αποστολή σωστών μηνυμάτων στην αγορά

Με την ανάπτυξη και την εφαρμογή πράσινων πολιτικών για τις δημόσιες συμβάσεις οι κυβερνήσεις μπορούν να ασκήσουν άμεση πίεση στην εφοδιαστική αλυσίδα. Με αυτό τον τρόπο θα ενθαρρυνθούν οι προμηθευτές ΜμΕ να προσφέρουν φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα και υπηρεσίες.

- Για να προσεγγίσουν τις ΜμΕ οι κυβερνητικές υπηρεσίες που είναι υπεύθυνες για τις δημόσιες συμβάσεις θα πρέπει να γνωστοποιούν και να διαφημίζουν το γεγονός ότι η αγοραστική πολιτική τους είναι πράσινη. Στις ομάδες στόχους αυτής της επικοινωνίας θα πρέπει να περιληφθούν οι υφιστάμενοι και μελλοντικοί προμηθευτές, πάροχοι υπηρεσιών και εργολάβοι.
- Οι κυβερνήσεις θα μπορούσαν να ενθαρρύνουν το σχηματισμό συνεταιρισμών με τους μικρότερους προμηθευτές σχετικά με τη βελτίωση των περιβαλλοντικών τους επιδόσεων και να δίνουν δημόσια αναγνώριση σε αυτούς που το πράττουν.

6. Οικοδόμηση θεσμικών συνεργασιών

Οι περιβαλλοντικές αρχές έχουν ρυθμιστική αρμοδιότητα σε ένα μόνο μέρος του πληθυσμού των ΜμΕ και δεν είναι οι κύριοι συνομιλητές με τις ΜμΕ. Θα πρέπει όμως, όπως συμβαίνει ήδη σε κάποιες χώρες, να υπάρχει κάποιος φορέας που θα ασκεί συντονιστικό ρόλο στην προώθηση της πράσινης συμπεριφοράς ειδικά των ΜμΕ.

- Δημιουργία δικτύου: Είναι ιδιαίτερα σημαντικό σε μια χώρα να υπάρχει ένα εθνικό κυβερνητικό σώμα που θα έχει την αρμοδιότητα της δημιουργίας ενός δικτύου φορέων που θα ασχολούνται με τη βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων των ΜμΕ. Η δημιουργία του δικτύου είναι απαραίτητη για να μπορέσει να εκτελέσει καθοδηγητικό ρόλο προς τις επιχειρήσεις παρέχοντας

πληροφόρηση για τα κυβερνητικά και μη κυβερνητικά προγράμματα που υπάρχουν για προώθηση της πράσινης επιχειρηματικότητας.

- Δημιουργία οικολογικής βιομηχανίας και άλλων παρόμοιων δικτύων. Η κυβέρνηση θα μπορούσε να παρέχει βοήθεια με την δημιουργία οικολογικής βιομηχανίας και παρόμοιων επιχειρηματικών δικτύων που θα προωθούν την περιβαλλοντική συμπεριφορά.
- Ιδιαίτερα χρήσιμη είναι η συνεργασία των μικρών επιχειρήσεων με επιχειρηματικούς ομίλους καθώς πολλές ΜμΕ δεν ανταποκρίνονται σε δραστηριότητες προβολής που πραγματοποιούνται από τις ρυθμιστικές κρατικές υπηρεσίες λόγω της καχυποψίας και φόβου. Είναι γενικά αποδεκτό ότι η καχυποψία και ο φόβος εξαλείφονται ευκολότερα όταν παρουσιαστούν εμπειρίες από πρώτο χέρι, δηλαδή από ομάδες επιχειρήσεων που πήραν μέρος και εισέπραξαν τα οφέλη των προγραμμάτων βοήθειας. Περαιτέρω οι επιχειρηματικές ενώσεις μπορούν να βοηθήσουν τις μικρές επιχειρήσεις να βελτιώσουν την κερδοφορία μέσω της διαχείρισης του περιβάλλοντος, π.χ. με την ανάπτυξη υλικού προώθησης που θα παρουσιάζει στους πελάτες των ΜμΕ τα «πράσινα διαπιστευτήριά» τους.

7.4 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΕΜΠΟΔΙΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΚΙΝΗΤΡΩΝ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Σύμφωνα με τον Brammer et al (2012) «η περιβαλλοντική διαχείριση μεταξύ των μικρών επιχειρήσεων είναι στα σπάργανα, και οι στρατηγικές τους περιορίζονται κυρίως σε αντιδραστικές διαδικασίες αλλά αυτό δεν μπορεί να είναι απλά ένα ζήτημα πόρων αλλά περισσότερο ένα ζήτημα που αφορά την αντίληψη τους για την απόδοση των περιβαλλοντικών επενδύσεων και τη μη αναγνώριση του οφέλους που θα έχουν με το να είναι αναγνωρίσιμες ως επιχειρήσεις που είναι φιλικές προς το περιβάλλον». Περαιτέρω στην ίδια έρευνα που διεξάχθηκε σε ΜμΕ του Ηνωμένου Βασιλείου διαπιστώνεται ότι «τόσο οι μεσαίες όσο και οι μικρές επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται τα οικονομικά πλεονεκτήματα ως ένα από τα κύρια οφέλη της περιβαλλοντικής διαχείρισης. Και οι δύο κατηγορίες επιχειρήσεων πιστεύουν επίσης ότι η επένδυση σε καθαρότερα προϊόντα και διαδικασίες μπορεί να βοηθήσει τις επιχειρήσεις στην κατάκτηση ηγετικής θέσης στην αγορά. Αλλά, οι μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό την περιβαλλοντική διαχείριση ως εργαλείο για την αύξηση του μεριδίου που κατέχουν στην αγορά».

Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις των ΜμΕ είναι σημαντικές και οι προσπάθειες για την ενθάρρυνση της συμμετοχής τους στην βελτίωση του περιβάλλοντος έχουν συναντήσει σημαντικές αντιστάσεις και σκεπτικισμό. Σύμφωνα με την ανασκόπηση των Parker et al.(2009)που αναφέρθηκε πιο πάνω, έρευνες για τα αποτελέσματα συγκεκριμένων παρεμβάσεων έχουν δώσει αντικρουόμενα αποτελέσματα όσον αφορά την αποτελεσματικότητά τους. Αυτό φαίνεται να οφείλεται στο γεγονός ότι οι ΜμΕ είναι

εξαιρετικά ποικίλες, λειτουργούν κάτω από πολύ διαφορετικές συνθήκες όσον αφορά την αντίληψη των πιέσεων και των κινήτρων για τη βελτίωση του περιβάλλοντος και, ως εκ τούτου υιοθετούν πολύ διαφορετικά επιχειρηματικά μοντέλα και επίπεδα περιβαλλοντικής δέσμευσης. Οι ιδιοκτήτες επιχειρηματίες των ΜμΕ παρουσιάζουν, επίσης, μεγάλες διαφορές απόψεων, κατανόησης και προσδοκιών όταν πρόκειται για περιβαλλοντικά θέματα. Μερικοί ιδιοκτήτες επιχειρηματίες πιστεύουν ότι αυτά τα ζητήματα είναι ευθύνη των τοπικών και εθνικών κυβερνήσεων, συχνά με το επιχείρημα ότι η ατομική συμβολή της εταιρείας τους στις εκπομπές και τη ρύπανση είναι εξαιρετικά μικρή. Επομένως, δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι συγκεκριμένες, μεμονωμένες παρεμβάσεις έχουν αποτύχει να αντιμετωπίσουν τις ανάγκες όλων των τύπων των ΜμΕ. Αυτό το γεγονός είναι πολύ σημαντικό και πρέπει να ληφθεί υπόψη από τους αρμόδιους για καθορισμό πολιτικών και λήψη αποφάσεων.

Στην ίδια ανασκόπηση, οι Parker et al.(2009) τονίζουν ότι οι ερευνητές δεν αντιμετωπίζουν τις ΜμΕ ως μια ομοιογενή ομάδα κατά τη μελέτη της δέσμευσης τους για βελτίωση του περιβάλλοντος, αλλά, αντίθετα, ομαδοποιούν τις ΜμΕ σύμφωνα με τα χαρακτηριστικά τους. Υποστηρίζεται περαιτέρω, ότι η προτεινόμενη κατάτμηση των ΜμΕ θα επιτρέψει μεγαλύτερη δέσμευση στη βελτίωση του περιβάλλοντος καθώς σε κάθε ομάδα θα απευθύνεται διαφορετικός συνδυασμός παρεμβάσεων. Οι τέσσερις ομάδες, στις οποίες καταλήγει η μελέτη, διακρίνονται ανάλογα με τα κίνητρα που τις κινητοποιούν για λήψη περιβαλλοντικών μέτρων. Έτσι κατατάσσονται στην Α ομάδα οι ΜμΕ που κινητοποιούνται λόγω κέρδους, στη Β ομάδα αυτές που κινητοποιούνται για να συμμορφωθούν σε ρυθμιστικούς κανονισμούς, στη Γ ομάδα αυτές που ενδιαφέρονται κυρίως για εξασφάλιση πλεονεκτήματος και στη Δ ομάδα αυτές που κινητοποιούνται λόγω ευαισθητοποίησης στα ζητήματα του περιβάλλοντος. Ακολουθεί Πίνακας με τις παρεμβάσεις που πρέπει να αναληφθούν για την κάθε διαφορετική ομάδα ΜμΕ με βάση τη διάκριση των Parker et al. (2009).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: Συνδυασμός παρεμβάσεων για να επιτευχθεί η δέσμευση όλων των ΜμΕ στη περιβαλλοντική βελτίωση

Παρέμβαση	Αποτελεσματική όταν	Αναποτελεσματική όταν	Περισσότερο αποτελεσματική για τις ομάδες που κινητοποιούνται από
Εθελοντικοί κανονισμοί και πρότυπα	<ul style="list-style-type: none"> • καθοδηγείται από την προσωπική ηθική • υπάρχει εξωτερική απαίτηση για τη συμμόρφωση 	<ul style="list-style-type: none"> • είναι η μόνη παρέμβαση • δεν υπάρχει ενημέρωση/γνώση των κανονισμών • τα εμπόδια είναι μεγαλύτερα από τα οφέλη • όταν δεν υπάρχει οποιαδήποτε ζήτηση/απαίτηση για τη συμμόρφωση 	<ul style="list-style-type: none"> • την ευαισθητοποίηση για το περιβάλλον • την εξασφάλιση πλεονεκτήματος
Υποχρεωτικοί κανονισμοί	<ul style="list-style-type: none"> • έχουν κοινοποιηθεί με σαφήνεια 	<ul style="list-style-type: none"> • είναι η μόνη παρέμβαση 	<ul style="list-style-type: none"> • τη συμμόρφωση προς κανονισμούς

	<ul style="list-style-type: none"> • υπάρχει ίση μεταχείριση για όλες τις επιχειρήσεις • είναι συνδυασμένοι με οικονομικές κυρώσεις • παρέχεται χρηματοδοτική στήριξη 	<ul style="list-style-type: none"> • δεν υπάρχει ενημέρωση/γνώση των κανονισμών • Γίνεται αντιληπτή ως μια απειλή για την επιχείρηση • δεν παρακολουθείται και δεν είναι υποχρεωτική 	<ul style="list-style-type: none"> • την εξασφάλιση του πλεονεκτήματος
Οικονομικά πρόστιμα	<ul style="list-style-type: none"> • συνδέονται με κανονιστικό πλαίσιο • η κακή πρακτική καθίσταται ασύμφορη 	<ul style="list-style-type: none"> • είναι η μόνη παρέμβαση • η ποινή είναι πολύ μικρή για ληφθεί υπόψη • δεν είναι εφικτή η επιβολή της ποινής 	<ul style="list-style-type: none"> • τη συμμόρφωση προς κανονισμούς • την εξασφάλιση κέρδους
Οικονομική στήριξη	<ul style="list-style-type: none"> • προωθείται σαφώς / απευθείας σε ΜμΕ • η υποβολή αίτησης είναι απλή διαδικασία • αντισταθμίζει το κόστος συμμόρφωσης 	<ul style="list-style-type: none"> • είναι η μόνη παρέμβαση • είναι πολύ δύσκολο για να εφαρμοστεί • τα κριτήρια είναι πολύ περιοριστικά • είναι μόνο ένα προσωρινό μέτρο 	<ul style="list-style-type: none"> • την ευαισθητοποίηση για το περιβάλλον • την εξασφάλιση πλεονεκτήματος
Εκπαίδευση αυτό κατευθυνόμενη ή με διευκολύνσεις	<ul style="list-style-type: none"> • συνδέεται με κανονιστικό πλαίσιο • είναι προσαρμοσμένη στις ατομικές ανάγκες της εταιρίας • εστιάζει σε ένα συγκεκριμένο πρόβλημα • διευθύνεται από αξιόπιστους φορείς • προωθεί μια αλλαγή στάσης • ενθαρρύνει την αλληλεπίδραση • χρησιμοποιεί επιχειρηματική γλώσσα • βοηθά τις επιχειρήσεις μετρήσουν την πρόοδό τους • βοηθά να εντοπίζουν τις ευκαιρίες • η μάθηση μπορεί να τεθεί αμέσως σε εφαρμογή • η παροχή της γίνεται με βολικό τρόπο προς τις επιχειρήσεις • περιλαμβάνει πραγματικά παραδείγματα / περιπτώσεις 	<ul style="list-style-type: none"> • είναι η μόνη παρέμβαση • οι πάροχοι δεν γνωρίζουν τι είναι οι ΜμΕ • δεν αντιμετωπίζει ιδιαίτερες ανάγκες • οι πάροχοι δεν είναι αξιόπιστοι • υπάρχουν πάρα πολλές πηγές πληροφόρησης • η έλλειψη ενοποίησης της γνώσης • χρησιμοποιεί τη γλώσσα της βιωσιμότητας • είναι πάρα πολύ ακριβή για να την παρακολουθήσει κάποιος 	<ul style="list-style-type: none"> • την ευαισθητοποίηση για το περιβάλλον • την εξασφάλιση πλεονεκτήματος <p><i>Αποτελεί πρόκληση αλλά πιθανόν η εκπαίδευση να προσφερθεί και για τις ομάδες που κινητοποιούνται από:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • τη συμμόρφωση προς κανονισμούς • την εξασφάλιση κέρδους

<p>Έλεγχοι και επιθεωρήσεις</p>	<ul style="list-style-type: none"> • χρησιμοποιούνται μαζί με την εκπαίδευση • προσδιορίζουν τα βραχυπρόθεσμα οφέλη • εκτελούνται από αξιόπιστα μέρη • ο ρόλος τους κοινοποιείται στις επιχειρήσεις 	<ul style="list-style-type: none"> • είναι η μόνη παρέμβαση • δεν προσδιορίζουν τα επιχειρηματικά οφέλη • εκτελούνται από άγνωστους φορείς • ο ρόλος / τα οφέλη τους είναι ασαφή 	<ul style="list-style-type: none"> • την ευαισθητοποίηση για το περιβάλλον • την εξασφάλιση πλεονεκτήματος
<p>Επιχειρηματικές Συμβουλές και γραμμές βοήθειας</p>	<ul style="list-style-type: none"> • παρέχεται από αξιόπιστους φορείς • απευθύνεται σε συγκεκριμένες ανάγκες των επιχειρήσεων • η σχετική υπηρεσία είναι εύκολο να βρεθεί • επικεντρώνεται σε βραχυπρόθεσμα οφέλη • η διαθεσιμότητα τους προωθείται ευρέως • οι πάροχοι επισημαίνουν εκ των προτέρων τις εταιρείες στόχους τους • οι πάροχοι συντονίζονται • οι συμβουλευτικές υπηρεσίες είναι δωρεάν 	<ul style="list-style-type: none"> • είναι η μόνη παρέμβαση • δεν αντιμετωπίζει ιδιαίτερες ανάγκες • παρέχεται από άγνωστους φορείς • η σχετική υπηρεσία είναι δύσκολο να βρεθεί • οι επιχειρήσεις δεν γνωρίζουν την ύπαρξη τους • αναμένεται πως οι ίδιες οι επιχειρήσεις θα ζητήσουν συμβουλές • υπάρχουν πάρα πολλοί φορείς παροχής συμβουλών • οι συμβουλές είναι πολύ γενικής χρήσης 	<ul style="list-style-type: none"> • την ευαισθητοποίηση για το περιβάλλον • την εξασφάλιση πλεονεκτήματος <p><i>Αποτελεί πρόκληση αλλά πιθανόν η εκπαίδευση να προσφερθεί και για τις ομάδες που κινητοποιούνται από:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • τη συμμόρφωση προς κανονισμούς • την εξασφάλιση κέρδους

Πηγή: A review of interventions to encourage SMEs to make environmental improvements», Parker, Redmond & Simpson (2009) Environment and Planning C: Government and Policy 27(2): 279-301

7.5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Η συνεισφορά των ΜμΕ στην μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων είναι βασικός παράγοντας επιτυχίας για πράσινη οικονομία εξαιτίας α) του συνολικού περιβαλλοντικού αποτυπώματος τους, β) του γεγονότος ότι αποτελούν βασικούς παίκτες στις αναδυόμενες πράσινες οικονομίες και γ) του γεγονότος ότι η «πράσινη μεταμόρφωση» αποτελεί επιχειρηματική ευκαιρία για τις ίδιες. Εντούτοις η μετάβαση των ΜμΕ σε πιο πράσινη οικονομία είναι πιο δύσκολη από την μετάβαση των μεγαλύτερων επιχειρήσεων λόγω εμποδίων που σχετίζονται α) με τη στενότητα πόρων, β) με την νοοτροπία και την κουλτούρα της επιχείρησης και γ) με την αδυναμία αναγνώρισης της νομοθεσίας που αφορά το περιβάλλον, των προγραμμάτων και πρωτοβουλιών που παρέχουν βοήθεια σε ΜμΕ σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιδόσεις και τις ευκαιρίες.

Τα μέτρα/παρεμβάσεις για προώθηση των πράσινων επιχειρηματικών πρακτικών είναι μεταξύ άλλων α) η απλοποίηση των κανονισμών ώστε να μειώνεται το κόστος της περιβαλλοντικής συμμόρφωσης, β) παροχή πληροφοριών, συμβουλών και καθοδήγησης ώστε με την κατάλληλη προσέγγιση να φτάνουν τα σωστά μηνύματα, γ) αναγνώριση των πράσινων πρακτικών με απλή και προσιτή διαχείριση ώστε να μην είναι πολύπλοκη και δαπανηρή π.χ. πράσινες ετικέτες και δ) οικονομική ενίσχυση όπως επιδοτήσεις, χαμηλότοκα δάνεια, φορολογικά προνόμια και παροχή τεχνικής βοήθειας.

Η αποτελεσματικότητα των διαφόρων μέτρων/παρεμβάσεων προς την περιβαλλοντική συμμόρφωση απασχόλησε ιδιαίτερα τη διεθνή έρευνα. Φαίνεται ότι οι ΜμΕ ανάλογα με το μέγεθος και τις ιδιαίτερες συνθήκες του περιβάλλοντος τους, ανταποκρίνονται διαφορετικά στα διάφορα κίνητρα. Οι μικρές για παράδειγμα λειτουργούν αντιδραστικά ενώ οι μεσαίες αντιλαμβάνονται την περιβαλλοντική διαχείριση ως επιχειρηματική ευκαιρία. Περαιτέρω οι μεμονωμένες παρεμβάσεις αποτυγχάνουν να αποδώσουν ακριβώς γιατί δεν κινητοποιούν όλες τις ομάδες των ΜμΕ. Η ομαδοποίηση των ΜμΕ και ο συνδυασμός των παρεμβάσεων που πρέπει να αναληφθούν για την κάθε διαφορετική ομάδα φαίνεται ότι μπορούν να αποδώσουν καλύτερα.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Ξένη :

- Brammer Stephen, Stefan Hoejmoose and Kerry Marchant, (2012), “Environmental Management in SMEs in the UK: Practices, Pressures and Perceived Benefits” Business Strategy and the Environment, Bus. Strat. Env. 21, 423–434 (2012)
- Parker, Redmond & Simpson, (2009), «A review of interventions to encourage SMEs to make environmental improvements», Environment and Planning C: Government and Policy 27(2): 279-301
- Studer, Tsang, Hills, Welford, (2008), “SMEs and voluntary environmental initiatives: A study of stakeholders' perspectives in Hong Kong”, Journal of Environmental Planning and Management 51(2):285-301 · March 2008

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 :ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι ίσως η μεγαλύτερη ανεκμετάλλευτη πηγή οικονομικής ανάπτυξης και δημιουργίας θέσεων εργασίας στην Ευρώπη. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής ενώ οι γυναίκες αποτελούν το 52% του συνολικού ευρωπαϊκού πληθυσμού, αντιπροσωπεύουν μόνο:

-το 34,4% των αυτοαπασχολούμενων εργαζομένων στην ΕΕ,

-το 20% των μη μισθωτών εργαζομένων στη βιομηχανία και

-το 30% των ιδιοκτητών νέων επιχειρήσεων.

Παρά τα συγκριτικά χαμηλά ποσοστά της γυναικείας επιχειρηματικότητας, η επίδραση που δύναται να έχει η αύξηση της, στην ανάπτυξη κάθε οικονομίας είναι αδιαμφισβήτητη. Αξίζει να αναφερθεί ότι το 2008 στη Σουηδία, οι γυναίκες διαχειρίζονταν περισσότερες από 131.000 επιχειρήσεις, που αντιπροσώπευαν κύκλο εργασιών άνω των 35 εκατομμυρίων ευρώ, 358.000 εργαζομένους και περισσότερα από 6 εκατομμύρια ευρώ για την πληρωμή μισθών, που είναι το ισοδύναμο του 19% των εργαζομένων και του 33% του κύκλου εργασιών των ΜμΕ στη χώρα.

Αποτελώντας το 52% του συνολικού ευρωπαϊκού πληθυσμού, οι γυναίκες αντιπροσωπεύουν μια τεράστια δεξαμενή επιχειρηματικού δυναμικού στην Ευρώπη. Το γεγονός ότι αποτελούν μόνο το ένα τρίτο των αυτοαπασχολούμενων ή του συνόλου των ατόμων που ξεκινούν μια επιχειρηματική δραστηριότητα στην ΕΕ, καταδεικνύει την ανάγκη για λήψη ειδικών μέτρων για ενθάρρυνση της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας. Είναι προφανές ότι όταν οι γυναίκες ιδρύουν μια επιχείρηση, αντιμετωπίζουν περισσότερες δυσκολίες από ό,τι οι άνδρες, ιδίως όσον αφορά την πρόσβαση στη χρηματοδότηση, την κατάρτιση, τη δικτύωση και τη συμφιλίωση της επιχειρηματικής δραστηριότητας και του οικογενειακού βίου.

8.1 ΣΗΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η βελτίωση της θέσης των γυναικών και η προώθηση του γυναικείου ρόλου στην ανάπτυξη, δεν αποτελούν στις μέρες μας ζητήματα που αφορούν αποκλειστικά τα ανθρώπινα δικαιώματα και την κοινωνική δικαιοσύνη. Η βελτίωση της θέσης και της συμμετοχής των γυναικών στην επιχειρηματικότητα αναγνωρίζεται ως ζωτικής σημασίας για την επίτευξη της αειφόρου ανάπτυξης. Οι οικονομικές αναλύσεις αντιλαμβάνονται πλέον ότι τα χαμηλά επίπεδα εκπαίδευσης και κατάρτισης, η κακή κατάσταση υγείας και διατροφής και η περιορισμένη πρόσβαση σε πόρους όχι μόνο καταστέλλουν την ποιότητα ζωής των γυναικών, αλλά περιορίζουν την παραγωγικότητα και εμποδίζουν την οικονομική αποδοτικότητα και την ανάπτυξη. Η δημιουργία γυναικών επιχειρηματιών είναι ένας τρόπος καταπολέμησης της φτώχειας και της πείνας. Παρόλο που ορισμένες γυναίκες ξεκινούν επιχειρήσεις μικρής κλίμακας για να στηρίξουν τον εαυτό τους και τις οικογένειές τους, η

συνεισφορά είναι μικρή και πολλές από αυτές τις επιχειρήσεις είναι απίθανο να αναπτυχθούν ή δεν είναι βιώσιμες μακροπρόθεσμα. Ως εκ τούτου, η ανάπτυξη ευκαιριών για τις γυναίκες είναι επιτακτική όχι μόνο για λόγους δικαιοσύνης αλλά και επειδή έχει οικονομική λογική και είναι "καλή αναπτυξιακή πρακτική".

Σύμφωνα με την έκθεση της Παγκόσμιας Τράπεζας (2003) οι γυναίκες επιχειρηματίες στις ΠΜΕ επιχειρήσεις αποτελούν την κινητήρια δύναμη της ανάπτυξης και είναι απαραίτητες για μια ανταγωνιστική και αποδοτική αγορά. Ιδιαίτερα κρίσιμος ο ρόλος τους στη μείωση της φτώχειας καθώς και στην ανάπτυξη. Επί πλέον, σύμφωνα με την Οικονομική Επιτροπή των Ηνωμένων Εθνών για την Ευρώπη (UNECE), οι γυναίκες επιχειρηματίες στις ΠΜΕ συμβάλλουν στην αύξηση της απασχόλησης με ένα υψηλότερο ποσοστό από ό, τι οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Ο ιδιωτικός τομέας και ιδιαίτερα οι γυναίκες επιχειρηματίες στις ΠΜΕ αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της οικονομίας ενώ στις μεταβατικές οικονομίες, μακροπρόθεσμα θα μπορούσαν να καλύψουν το μεγαλύτερο μέρος της απασχόλησης. Η υποστήριξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας στις ΠΜΕ θα βοηθήσει την αναδιάρθρωση των μεγάλων επιχειρήσεων, με τον εξορθολογισμό της μεταποίησης ώστε στοιχεία που δεν έχουν άμεση σύνδεση με την κύρια δραστηριότητα των μεγάλων επιχειρήσεων να μπορούν να πωλούνται και να αγοράζονται ξεχωριστά. Μέσα από αυτή τη διαδικασία η αποτελεσματικότητα των μεγάλων επιχειρήσεων θα μπορούσε να αυξηθεί ενώ ταυτόχρονα παρέχεται χώρος για ανάπτυξη των πολύ μικρών εξειδικευμένων επιχειρήσεων. Περαιτέρω περιορίζεται το μονοπώλιο των μεγάλων επιχειρήσεων και προσφέρονται συμπληρωματικές υπηρεσίες από τις ΠΜΕ. Μέσω διεπιχειρησιακών συνεργασιών, βελτιώνονται οι δεξιότητες της ευελιξίας και της τάσης για καινοτομία. Με αυτούς τους τρόπους η γυναικεία επιχειρηματικότητα μπορεί να δημιουργήσει σημαντικά οφέλη από την άποψη της δημιουργίας μιας ειδικευμένης βιομηχανικής βάσης και την ανάπτυξη ενός καλά προετοιμασμένου τομέα υπηρεσιών ικανού να συμβάλει στο ΑΕΠ.

Ο Οργανισμός Βιομηχανικής Ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών (UNIDO) σε μελέτη του 2004, προσθέτει ότι ένα χαρακτηριστικό των γυναικών επιχειρηματιών στις ΠΜΕ επιχειρήσεις είναι ότι παράγουν κυρίως για την εγχώρια αγορά, αντλώντας εθνικούς πόρους. Αύξηση του αριθμού των γυναικών επιχειρηματιών στην ΠΜΕ θα φέρει περισσότερη ευελιξία στην κοινωνία και την οικονομία και θα μπορούσε να διευκολύνει την τεχνολογική καινοτομία, καθώς και την παροχή σημαντικών ευκαιριών για την ανάπτυξη νέων ιδεών και δεξιοτήτων. Η νέα επιχειρηματική ανάπτυξη είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την αντικατάσταση ή την ανακατασκευή διαφόρων τομέων όπως της μεταλλουργίας και της βαριάς βιομηχανίας.

Συνοψίζοντας φαίνεται ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι ιδιαίτερα σημαντική καθώς συντελεί ανάμεσα σε άλλα, στη μείωση της φτώχειας και της ανεργίας, στην ανάπτυξη νέων ιδεών και δεξιοτήτων, στην αξιοποίηση των εθνικών πόρων και στην αιεφόρο ανάπτυξη.

8.2 ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΑΝΑΜΕΣΑ ΣΤΙΣ ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΚΑΙ ΤΟΥΣ ΑΝΤΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ

Ενώ το φύλο αποδείχθηκε ότι δεν επηρεάζει την απόδοση των νέων επιχειρήσεων εντούτοις τα κίνητρα, οι προσδοκίες και άλλες παράμετροι ελέγχθηκαν από διάφορους ερευνητές για εντοπισμό τυχόν διαφορών. Διαφορές εντοπίστηκαν μεταξύ άλλων στα πιο κάτω:

- **Μέγεθος επιχείρησης** Οι γυναικείες επιχειρήσεις είναι νεότερες, μικρότερες και απασχολούν λιγότερους εργαζομένους από τις ανδρικές.
- **Τομέας** Οι γυναίκες επιχειρηματίες δραστηριοποιούνται κυρίως στον τομέα του εμπορίου και λιγότερο σε κατασκευαστικούς και παραγωγικούς τομείς.
- **Εμπειρικό υπόβαθρο και προσδοκίες** Οι άνδρες διέθεταν περισσότερη επιχειρηματική εμπειρία πριν από το άνοιγμα της επιχείρησης και υψηλότερες προσδοκίες. Οι γυναίκες έχουν μικρότερη εκπαίδευση σε επιχειρησιακά θέματα από τους άνδρες. Οι άνδρες συνήθως έχουν μεγαλύτερη εμπειρία πάνω σε θέματα μισθοδοσίας, ίδρυσης και διαχείρισης ατομικής επιχείρησης. Επίσης έχουν περισσότερη εμπειρία στον τομέα της διαχείρισης και εμπειρία σε θέματα προσωπικού, καθώς και τεχνικής και οικονομικής φύσης.
- **Μορφωτικό υπόβαθρο** Το μορφωτικό υπόβαθρο των ανδρών και γυναικών επιχειρηματιών ήταν παρόμοιο.
- **Διαχείριση χρόνου** Οι άνδρες φαίνεται να ξοδεύουν ελαφρώς περισσότερο χρόνο στη νέα τους επιχείρηση από ότι οι γυναίκες.

Περαιτέρω, οι Shane et al. (1997) σε σχετική έρευνα διέκριναν μεταξύ άλλων ότι:

- Οι γυναίκες ήταν λιγότερο πιθανό από τους άνδρες να αγοράσουν την επιχείρησή τους.
- Οι γυναίκες είχαν περισσότερες πιθανότητες να έχουν έσοδα.
- Οι γυναίκες προτιμούσαν τις επιχειρήσεις χαμηλού κινδύνου.
- Οι άνδρες ήταν πιο πιθανό να είναι ιδιοκτήτες μια επιχείρησης που εργοδοτεί προσωπικό.
- Το μορφωτικό υπόβαθρο των ανδρών και γυναικών ήταν παρόμοιο
- Οι άντρες είναι πιο πιθανό να αρχίσουν μια επιχείρηση για να βγάλουν λεφτά, είχαν μεγαλύτερες προσδοκίες για την επιχείρησή τους και κάνουν περισσότερες έρευνες για τον εντοπισμό των επιχειρησιακών ευκαιριών
- Οι άνδρες ιδιοκτήτες δαπανούσαν περισσότερες προσπάθειες αναζητώντας επιχειρηματικές ευκαιρίες
- Οι άνδρες επιχειρηματίες είχαν περισσότερες πιθανότητες να μπου σε επιχειρήσεις τεχνολογικής έντασης, σε επιχειρήσεις που χάνουν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα πιο γρήγορα και επιχειρήσεις που έχουν λιγότερη γεωγραφικά εντοπισμένη πελατειακή βάση.

Η Malaya (2006) στην έρευνα που πραγματοποίησε στις εταιρείες μέλη της τυπογραφικής βιομηχανίας των Φιλιππίνων, προσπάθησε να διακρίνει τις διαφορές στους στόχους/ δείκτες επιτυχίας όπως καθορίζονται από τους ίδιους τους άντρες και τις γυναίκες επιχειρηματίες. Παρατίθενται στον πιο κάτω πίνακα (Πίνακας 5) σε σειρά αρχίζοντας από αυτούς που θεωρούν πολύ σημαντικούς μέχρι αυτούς που θεωρούν λιγότερο σημαντικούς.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4: Διαφορές στη σειρά προτεραιότητας των στόχων/δεικτών επιτυχίας ανδρών και γυναικών όπως τίθεται από τους ίδιους/ίδιες

Σειρά προτεραιότητας	ΑΝΔΡΕΣ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ
1	Δημιουργία εσόδων/κερδών	Δημιουργία εσόδων/κερδών
2	Παροχή ποιοτικού προϊόντος/υπηρεσίας στους πελάτες	Παροχή ποιοτικού προϊόντος/υπηρεσίας στους πελάτες
3	Ισορρόπηση των ευθυνών της εργασίας και της οικογένειας	Παροχή απασχόλησης στους ανθρώπους
4	Απόκτηση μιας σταθερής πηγής βιοπορισμού	Ισορρόπηση των ευθυνών της εργασίας και της οικογένειας
5	Βελτίωση της ποιότητας ζωής των υπαλλήλων	Βελτίωση της ποιότητας ζωής των υπαλλήλων
6	Είναι σε θέση να συνεχίσουν την λειτουργία των επιχειρήσεων	Είναι σε θέση να συνεχίσουν την λειτουργία των επιχειρήσεων
7	Διεύρυνση της επιχείρησης	Απόκτηση μιας σταθερής πηγής βιοπορισμού
8	Παροχή απασχόλησης στους ανθρώπους	Αξιοποίηση των ταλέντων και των δεξιοτήτων τους
9	Απόκτηση οικονομικής ανεξαρτησίας	Αξιοποίηση επιχειρηματικών ευκαιριών

10	Παροχή επαρκούς υποστήριξης στην οικογένεια	Απόκτηση οικονομικής ανεξαρτησίας
----	---	-----------------------------------

Πηγή: "A Gender-based Analysis of Performance of Small and Medium Printing Firms in Metro Manila" 2006, Journal of International Women's Studies, Volume 8, Issue 1, Article 6

Ας σημειωθεί ότι στην περαιτέρω διάκριση των πιο πάνω στόχων σε οικονομικούς, μη χρηματοοικονομικούς και προσωπικούς, φάνηκε ότι οι άντρες ανέφεραν περισσότερους οικονομικούς στόχους και οι γυναίκες περισσότερους μη χρηματοοικονομικούς και προσωπικούς. Αυτά τα στοιχεία υποστηρίζουν τον ισχυρισμό ότι οι γυναίκες ενώ σκέφτονται τα έσοδα/κέρδη και έχουν οικονομικές ανησυχίες, δίνουν επίσης μεγάλη έμφαση την εκπλήρωση προσωπικών και μη οικονομικών στόχων.

8.3 ΕΜΠΟΔΙΑ

Παρά το γεγονός ότι οι γυναίκες είναι τουλάχιστον εξίσου μορφωμένες όπως και οι άνδρες, λίγες αποφασίζουν να δημιουργήσουν μια εταιρεία μέσα στα πρώτα δεκαπέντε χρόνια μετά την αποφοίτησή τους. Αυτό μπορεί να οφείλεται στις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες στη συμφιλίωση της οικογενειακής και επαγγελματικής δραστηριότητας και στο γεγονός ότι τα υφιστάμενα συστήματα υποστήριξης των επιχειρήσεων δεν είναι πάντα προσαρμοσμένα στις ειδικές ανάγκες των γυναικών. Τα εμπόδια και οι ανησυχίες που αντιμετωπίζουν οι εν δυνάμει γυναίκες επιχειρηματίες περιλαμβάνουν τη μεγαλύτερη δυσκολία πρόσβασης σε χρηματοδότηση, κατάρτιση, πληροφορίες, επαγγελματικά δίκτυα, την πιθανή έλλειψη αυτοπεποίθησης, καθώς και τις ακόλουθες τάσεις: να δίνεται βαρύτητα στους κινδύνους, να επικεντρώνονται στη δημιουργία εταιρειών σε γνώριμες περιοχές και για τις οποίες μπορούν να επωφεληθούν από τη στήριξη της οικογένειας, να μην επωφελούνται από τις ευκαιρίες δικτύωσης και να αναπτύσσονται οι επιχειρήσεις τους, μόνο αν η οικογενειακή τους κατάσταση επιτρέπει να εργάζονται πολλές ώρες με τη βεβαιότητα της επιτυχίας.

A. Πρόσβαση στη χρηματοδότηση

Η πρόσβαση στη χρηματοδότηση αποτελεί βασικό ζήτημα για τις γυναίκες. Η πρόσβαση σε πίστωση, ιδιαίτερα για την εκκίνηση μιας επιχείρησης είναι ίσως ο σημαντικότερος περιορισμός που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες επιχειρηματίες. Από τη μια οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί εμφανίζονται αρκετά επιφυλακτικοί στην δανειοδότηση γυναικείων επιχειρήσεων και από την άλλη οι ίδιες οι γυναίκες δείχνουν να ανησυχούν για τους κινδύνους που μπορεί να ενέχει η δανειοδότηση. Έτσι η έλλειψη ασφάλειας, η απροθυμία να γίνουν αποδεκτά, ως εξασφάλιση, τα περιουσιακά στοιχεία των νοικοκυριών καθώς και οι αρνητικές αντιλήψεις προς τις γυναίκες επιχειρηματίες από τους αρμόδιους για παραχώρηση δανείων αποτελούν εμπόδια στην εξασφάλιση χρηματοδότησης με αποτέλεσμα οι γυναίκες να επενδύουν είτε με ίδια κεφάλαια είτε να στηρίζονται οικονομικά σε συγγενικά πρόσωπα. Περαιτέρω λόγω οικογενειακών υποχρεώσεων, οι γυναίκες συνηθίζουν να επιλέγουν εργασίες που τους αποφέρουν μικρό

οικονομικό όφελος (π.χ. μερικής απασχόλησης) με αποτέλεσμα να μην έχουν μια καλή οικονομική βάση ώστε να μπορέσουν να προωθήσουν την ανάπτυξη της επιχείρησής τους. Οι ίδιες οι γυναίκες επιχειρηματίες αναφέρουν την πρόσβαση στη χρηματοδότηση ως το πρώτο ή το δεύτερο σε σειρά βαρύτητας εμπόδιο στην ανάπτυξη των επιχειρήσεών τους.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παραθέτει η Carmen Niethammer (2013) οι γυναίκες έχουν χαμηλότερη κατοχή τραπεζικών λογαριασμών σε σχέση με τους άνδρες σε κάθε περιοχή, ιδιαίτερα στις αναπτυσσόμενες χώρες, σύμφωνα με τον δείκτη παγκόσμιας χρηματοοικονομικής ένταξης (Global FINDEX), ο οποίος μετρά τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι σε 148 χώρες αποταμιεύουν, δανείζονται, πραγματοποιούν πληρωμές και διαχειρίζονται κινδύνους. Στη Νότια Ασία, το χάσμα μεταξύ των φύλων είναι το μεγαλύτερο, όπου μόνο το 25% των γυναικών αναφέρουν ότι έχουν λογαριασμό, σε σύγκριση με το 41% των ανδρών. Επιπλέον, οι γυναίκες χωρίς λογαριασμό στις αναπτυσσόμενες χώρες είναι πολύ πιο πιθανό από τους άνδρες να αναφέρουν ότι δεν έχουν λογαριασμό επειδή "κάποιος άλλος στην οικογένεια έχει ήδη ένα." Σε παγκόσμιο επίπεδο, το 26% των γυναικών αναφέρουν αυτόν τον λόγο ως δικαιολογία για το γεγονός ότι δεν έχουν λογαριασμό σε σύγκριση με μόνο το 20% των ανδρών. Περαιτέρω ενώ οι άνδρες αναφέρουν τον ίδιο λόγο ως 4^ο κατά σειρά βαρύτητας, οι γυναίκες τον αναφέρουν ως δεύτερο σημαντικότερο λόγο για τον οποίο δεν έχουν τραπεζικό λογαριασμό.

Καθώς οι γυναίκες ξεκινούν τις επιχειρήσεις τους με λιγότερα κεφάλαια από τους άνδρες, είναι λιγότερο πιθανό να αναλάβουν (επιπλέον) χρέη για να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους. Δεδομένου ότι οι επιλογές χρηματοδότησης και η διαθεσιμότητα κεφαλαίου αποτελούν βασικούς παράγοντες που επιτρέπουν το μέγεθος και την ανάπτυξη της επιχείρησης, είναι κρίσιμο να διασφαλιστεί ότι οι γυναίκες γνωρίζουν τη διαθεσιμότητα χρηματοδότησης και έχουν πλήρη πρόσβαση σε αυτήν.

B. Πρόσβαση σε Εκπαίδευση

Αυτό που γνωρίζουμε είναι ότι η "αγορά των γυναικών" δεν είναι καθόλου ομοιογενής και οι εκπαιδευτές και οι συνεργάτες πρέπει να κατανοήσουν τις ειδικές ανάγκες κατάρτισης διαφορετικών τμημάτων της αγοράς. Εκτός από την παροχή κατάλληλης και οικονομικά προσιτής εκπαίδευσης, οι εμπλεκόμενοι πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους περιορισμούς χρόνου και κινητικότητας των γυναικών, καθώς και τη συγκεκριμένη υποστήριξη που χρειάζονται οι γυναίκες σε διαφορετικά στάδια του κύκλου ζωής τους. Σε ορισμένες περιπτώσεις, για παράδειγμα, ενδέχεται κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσης να υπάρχει ανάγκη προσφοράς υπηρεσιών φροντίδας για παιδιά. Στο φυλετικό διαχωρισμένο πλαίσιο της Υεμένης, μερικές γυναίκες ασκούμενες, ιδιαίτερα κατά τη φάση εκκίνησης, προτιμούσαν να έχουν μόνο γυναίκες με δασκάλους γυναίκες. Οι γυναίκες με πιο εδραιωμένες επιχειρήσεις, αντίθετα, αποτίμησαν μεικτά μαθησιακά περιβάλλοντα. Έδειξαν μεγαλύτερη προθυμία να πληρώσουν για τάξεις όπου οι συνομήλικοί τους ήταν άνδρες και γυναίκες, επειδή θεωρούσαν ότι άνδρες είχαν μεγαλύτερη επιχειρησιακή εμπειρία και επιτυχία και θα μπορούσαν να επωφεληθούν από την παρουσία και τη συμμετοχή τους.

Μια κοινή πρόκληση για τα περισσότερα προγράμματα κατάρτισης είναι η σύνδεση με την πρόσβαση των γυναικών στη χρηματοδότηση, ακόμη και όταν οι ανάγκες χρηματοδότησης είναι μικρές. Αναγνωρίζοντας ότι έξι από τις δέκα ταχύτερα αναπτυσσόμενες οικονομίες παγκοσμίως βρίσκονται στην Αφρική, η Coca-Cola Company ανέπτυξε ένα πρόγραμμα που καθιερώνει τις γυναίκες ως μέρος της βασικής επιχειρηματικής τους στρατηγικής. Η καινοτόμος πρωτοβουλία "5by20" στοχεύει στην προσέγγιση 5 εκατομμυρίων γυναικών επιχειρηματιών στην αλυσίδα αξίας της Coca-Cola (ως καλλιεργητές οπωροκηπευτικών, διανομείς, λιανοπωλητές και καταναλωτές) σε όλο τον κόσμο μέχρι το 2020. Η Coca-Cola συνεργάζεται για το σκοπό αυτό με Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις και συμβούλους. Για να αντιμετωπιστεί το εμπόδιο της πρόσβασης των γυναικών στη χρηματοδότηση, η Coca-Cola Company και η IFC ανακοίνωσαν μια τριετή κοινή πρωτοβουλία ύψους 100 εκατομμυρίων δολαρίων για την παροχή της απαραίτητης πρόσβασης στη χρηματοδότηση χιλιάδων γυναικών επιχειρηματιών σε αυτές τις περιοχές. Στοχεύοντας σε ένα δίκτυο τοπικών και περιφερειακών τραπεζικών ιδρυμάτων, στόχος είναι η παροχή χρηματοδότησης και κατάρτισης επιχειρηματικών δεξιοτήτων σε γυναίκες επιχειρηματίες στην αλυσίδα αξίας της Coca-Cola.

Γ. Πρόσβαση σε Δίκτυα

Η δικτύωση αυξάνει τη ροή των πληροφοριών και παρέχει με αυτό τον τρόπο προστιθέμενη αξία. Δεν αφορά απλώς και μόνο την ανταλλαγή πληροφοριών και εμπειριών, αλλά αποτελεί μέσο πρόσβασης στην τεχνολογία και αυξάνει την εξοικείωση με τις επιχειρηματικές κουλτούρες των ξένων αγορών. Τα δίκτυα έχουν διαφορετικές μορφές (π.χ. τυπικές ή ανεπίσημες) και εξυπηρετούν διαφορετικούς στόχους. Για παράδειγμα, ορισμένα δίκτυα, όπως οι επιχειρηματικές ενώσεις, παρέχουν πληροφορίες και την ευκαιρία για ομάδες επιχειρήσεων να ανταλλάξουν ιδέες ή να αναπτύξουν μορφές συνεργασίας τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Άλλα δίκτυα αφορούν πιο συγκεκριμένους στόχους (όπως οι κοινές εξαγωγές).

Έχει επιβεβαιωθεί από πολλές μελέτες και έρευνες και αποτελεί αδιαμφισβήτητο γεγονός ότι τα διεθνή δίκτυα και οι συνεργασίες ενθαρρύνουν τη διεθνοποίηση. Οι επιχειρηματίες που αναπτύσσουν και διατηρούν δεσμούς με άλλους επιχειρηματίες τείνουν να ξεπερνούν σε επιδόσεις όσους δεν το κάνουν. Ωστόσο, υπάρχουν ενδείξεις ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες δεν μπορούν να εκμεταλλευτούν στον ίδιο βαθμό με τους άνδρες, τα οφέλη που προέρχονται από τη δικτύωση με άλλους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων που εργάζονται σε παρόμοιους τομείς ανά τον κόσμο.

Τα δίκτυα πέραν από την δημιουργία ευκαιριών για γρήγορη μεταφορά εμπειρογνομosύνης, μπορούν να βοηθήσουν τις γυναίκες επιχειρηματίες να οικοδομήσουν τη φήμη τους και να αξιοποιήσουν χρηματοδοτήσεις. Τα δίκτυα ωθούν τις γυναίκες που έχουν ήδη επιχειρήσεις, προς το επόμενο βήμα της ανάπτυξης τους. Αποτελούν ένα αγωγό πρόσβασης σε νέες αγορές, σε νέες μορφές κεφαλαίου και σε εξειδικευμένες δεξιότητες. Είναι ένας παράγοντας του οποίου η δυνατότητα να μειώσει το χάσμα του φύλου στην

επιχειρηματική δραστηριότητα και να διευκολύνει την μετάβαση σε διεθνή δραστηριότητα, δεν πρέπει να υποτιμάται.

Μελέτες έχουν δείξει ότι τα κοινωνικά δίκτυα των γυναικών είναι μικρότερα σε σύγκριση με αυτά των ανδρών. Οι επαφές μιας γυναίκας επιχειρηματία, κατά μέσο όρο, τείνουν να είναι λιγότερες. Ο δε πυρήνας αυτών των επαφών συγκεντρώνεται γύρω από την οικογένεια και τους φίλους (Shaw et al., 2006). Περαιτέρω διαπιστώνεται ότι τα δίκτυα των γυναικών έχουν πιο χαλαρή σύνδεση μεταξύ τους ενώ οι δεσμοί είναι ισχυρότεροι στα δίκτυα ανδρών επιχειρηματιών.

Δ. Συνδυασμός των επαγγελματικών και οικογενειακών ανησυχιών

Οι γυναίκες ιδιοκτήτες επιχειρήσεων αντιμετωπίζουν σημαντικές προκλήσεις ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής που μπορεί να έχουν αρνητικό αποτέλεσμα στην επιχείρησή τους. Με στόχο την ικανοποίηση τόσο των οικιακών ευθυνών όσο και της μισθωτής εργασίας, πολλές γυναίκες τείνουν να ξεκινούν επιχειρήσεις μέσα στα σπίτια τους και όχι σε ξεχωριστές εγκαταστάσεις. Αυτή η πρακτική που μπορεί να προσφέρει τα πλεονεκτήματα του μειωμένου κόστους και της μεγαλύτερης ευελιξίας για να ικανοποιηθούν και οι ευθύνες φροντίδας, μπορεί να έχει δύο διαφορετικές επιπτώσεις στην επιχείρηση. Πρώτον, οι ενδιαφερόμενοι, π.χ. οι πιστωτές, μπορεί να αμφισβητήσουν τη νομιμότητα των γυναικείων επιχειρήσεων που λειτουργούν από το σπίτι. Δεύτερον, οι ευθύνες παιδικής φροντίδας μπορεί να επηρεάσουν την επιχείρηση. Είναι πολύ συνηθισμένο στις αυτοαπασχολούμενες μητέρες να οργανώνουν τη δουλειά τους γύρω από ένα συνονθύλευμα επίσημης και ανεπίσημης παιδικής μέριμνας. Για τις αυτοαπασχολούμενες μητέρες, αυτό μπορεί να περιορίσει το χρονικό διάστημα που επενδύουν στην επιχείρησή τους με αποτέλεσμα να επηρεαστεί η αξιοπιστία και η βιωσιμότητα της επιχείρησής τους. Περαιτέρω διαπιστώθηκε ότι στις περιπτώσεις που αναπτύσσεται η επιχείρηση, αυξάνεται η σύγκρουση ρόλων, με αποτέλεσμα οι γυναίκες κυρίως στις ΠΜΕ που δραστηριοποιούνται στις αναπτυσσόμενες χώρες, να μην έχουν άλλη επιλογή από την εγκατάλειψη της επιχειρηματικής δραστηριότητας προκειμένου να ανταποκριθούν στις ευθύνες παιδικής μέριμνας.

8.4 ΜΕΤΡΑ

Τα μέτρα που λαμβάνονται ή πρέπει να ληφθούν για υποστήριξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας εξαρτώνται από το περιβάλλον στο οποίο ζουν και πρέπει να δραστηριοποιηθούν οι γυναίκες. Η θέση της γυναίκας, τα δικαιώματα, και οι ανάγκες της είναι πολύ διαφορετικά από χώρα σε χώρα και ασφαλώς μεταξύ του αναπτυσσόμενου και του αναπτυγμένου κόσμου. Ως εκ τούτου και τα μέτρα διαφέρουν ως προς τους ενδιάμεσους στόχους αλλά και την ένταση με την οποία πρέπει να εφαρμοστούν. Στις μεν αναπτυσσόμενες χώρες η προσπάθεια αρχίζει από τα βασικά, όπως είναι η διασφάλιση του δικαιώματος ελέγχου της προσωπικής και οικιακής ιδιοκτησίας και εισοδήματος, οι ευκαιρίες

για ανάπτυξη δεξιοτήτων, αλλά προχωρεί και σε μέτρα που αφορούν και στις γυναίκες των αναπτυγμένων χωρών σε διαφορετικό βαθμό βέβαια όπως η προώθηση και αναγνώριση, η μετακίνηση των γυναικείων επιχειρήσεων από τον ανεπίσημο στον επίσημο τομέα, η ενθάρρυνση για εγγραφή των επιχειρήσεων, η δημιουργία επιμελητηρίων και οργανισμών βοήθειας, αλλά και η πρόσβαση σε τοπικές και διεθνείς αγορές και ασφαλώς στην πολύ αναγκαία χρηματοδότηση.

Εφόσον τα προγράμματα ανάπτυξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι σημαντικά για την μείωση της φτώχειας και της ανεργίας με τη διεύρυνση του αριθμού των επιχειρήσεων, τότε θα πρέπει να υπάρξει ισχυρότερη δέσμευση σε προγράμματα ενίσχυσης της συμπεριλαμβανομένης της απάλειψης των περιορισμών και των εμποδίων.

8.4.1 Ενίσχυση του νομικού πλαισίου

- **Δικαίωμα στη προσωπική και οικιακή ιδιοκτησία και εισόδημα**

Η ικανότητα των γυναικών να γίνουν επιχειρηματίες περιορίζεται σοβαρά από ανισότητες σε δικαιώματα όπως το δικαίωμα να ελέγχουν τη δική τους ή / και την οικιακή ιδιοκτησία και το εισόδημα. Σε ορισμένες χώρες αυτές οι ανισότητες λαμβάνουν τη μορφή εμφανών διακρίσεων στην κρατική νομοθεσία, με την οποία οι γυναίκες αντιμετωπίζονται ως ανήλικοι υπό την εξουσία πατέρων, συζύγων, αδελφών ή γιων για όλη τη διάρκεια της ζωής τους. Συχνά, η ανισότητα κατοχυρώνεται στο εθιμικό δίκαιο και ενισχύεται από την έλλειψη διαπραγματευτικής δύναμης στο νοικοκυριό, στην ευρύτερη ομάδα συγγενών και στην κοινότητα. Αν και σε κάποιες περιπτώσεις το εθιμικό δίκαιο έρχεται σε σύγκρουση με την κρατική νομοθεσία, οι γυναίκες έχουν περιορισμένη πρόσβαση στο νομικό σύστημα λόγω του κόστους και της έλλειψης επαφών καθώς και λόγω των ευρέως διαδεδομένων διακρίσεων.

Η διασφάλιση των δικαιωμάτων των γυναικών στην ιδιοκτησία και το εισόδημα, χρήζει κατοχύρωσης από την εθνική νομοθεσία όλων των χωρών. Βέβαια η μεταρρύθμιση της νομοθεσίας δεν είναι από μόνη της αρκετή. Απαιτείται περισσότερο ένας συνδυασμός της θεσμικής ενσωμάτωσης της διάστασης του φύλου και της στήριξης των οργανώσεων που παρέχουν υπεράσπιση και νομική υποστήριξη στις γυναίκες. Θα πρέπει να ληφθεί μέριμνα ώστε πέραν από τη νομική κατοχύρωση των δικαιωμάτων των γυναικών στην ιδιοκτησία και το εισόδημα, να μην τίθεται σε κίνδυνο η άτυπη πρόσβαση των γυναικών σε οικιακούς και κοινοτικούς πόρους (έκθεση της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας (2001).

- **Απλοποίηση των κανονισμών για Μικρές και Πολύ Μικρές Επιχειρήσεις**

Παρά τον μεγάλο αριθμό οργανισμών που προωθούν και βοηθούν τις γυναίκες επιχειρηματίες και παρά την ύπαρξη μιας ποικιλίας σχεδίων και προγραμμάτων για να τις προσελκύσουν και να τις διευκολύνουν, το περιβάλλον εξακολουθεί να μην είναι

αρκετά ευνοϊκό για αυτές. Συχνά, το σύνθετο σύνολο διαδικασιών και διατυπώσεων για να ξεκινήσει μια επιχείρηση, όχι μόνο δημιουργεί καθυστερήσεις, αλλά πολλές φορές είναι ικανό να καταστρέψει τις προσπάθειες και να εξαντλήσει τις δυνάμεις και τις δυνατότητες των γυναικών δυνητικών επιχειρηματιών. Καθώς επιβαρύνει με υπερβολικό κόστος τις ΠΜΕ, ενεργεί ως αποτρεπτικός παράγοντας για την εγγραφή των επιχειρηματιών με περιορισμένους πόρους. Αυτό το γεγονός τους στερεί την νομική προστασία αλλά και τα πιθανά οφέλη. Δηλαδή από τη μία πλευρά, οι γυναίκες μπορεί να μην έχουν την πρόσβαση σε εισόδημα για να πληρώσουν για την επίσημη εγγραφή τους ως επιχειρηματίες, με αποτέλεσμα να αποκλείονται από οφέλη και από την άλλη πλευρά στις ίδιες αυτές επιχειρήσεις όπου οι γυναίκες διοχετεύουν το μεγαλύτερο μέρος των πόρων και του χρόνου τους να επισημοποιούνται οι άντρες ως ιδιοκτήτες. Για παράδειγμα, όπως αναφέρεται στην έκθεση της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας(2001) στα διαρθρωτικά ταμεία στο πλαίσιο της ευρωπαϊκής κοινής γεωργικής πολιτικής, οι επιδοτήσεις δίδονται στους ιδιοκτήτες γης που είναι γενικά άνδρες. Άρα οι γυναίκες δύσκολα θα αρπάξουν την ευκαιρία να αξιοποιήσουν τον ζωτικό ρόλο που διαδραματίζουν στο αγροτικό νοικοκυριό για τη δημιουργία επιχείρησης. Ως εκ τούτου η απλοποίηση των κανονισμών πρέπει να βασίζεται στη νομική αναγνώριση των γυναικών ως αυτόνομων επιχειρηματιών και να ενισχύει τα δικαιώματά τους.

Κατά συνέπεια, είναι απαραίτητο να απλουστευθούν οι διαδικασίες και οι διατυπώσεις. Μέρος του προβλήματος είναι μια στάση, η οποία βασίζεται σε ρυθμιστικούς ρόλους και όχι σε αναπτυξιακούς ρόλους. Όλοι αυτοί οι οργανισμοί πρέπει να είναι ευαίσθητοι στη διάσταση του φύλου.

- **Ίσες ευκαιρίες νομικά κατοχυρωμένες**

Απαιτείται διασφάλιση ότι η νομοθεσία παρέχει ίσες ευκαιρίες στις γυναίκες και τους άνδρες. Ακόμα και στις περιπτώσεις που η νομοθεσία είναι ουδέτερη ως προς το φύλο, χρειάζεται διερεύνηση και επιβεβαίωση ότι η πρακτική της μη διάκρισης είναι πραγματική Niethammer (2013).

8.4.2. Ίδρυση και ενίσχυση οργανισμών υποστήριξης

- **Ενίσχυση της θεσμικής υποστήριξης**

Είναι σημαντικό τα προγράμματα ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας των γυναικών να υποστηρίζονται όχι μόνο από την κυβέρνηση αλλά και από σημαντικούς τραπεζικούς, χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς και άλλους οργανισμούς βοήθειας. Οι οργανισμοί βοήθειας θα μπορούσαν να μοιράζονται μεταξύ τους, το κόστος αυτών των προγραμμάτων ώστε να βελτιωθεί η αποτελεσματικότητά τους. Τόσο οι εκπαιδευτές όσο και οι γυναίκες επιχειρηματίες θα ενθαρρυνθούν στην προσπάθειά τους και θα νιώσουν σιγουριά λόγω της συμμετοχής αυτών των οργανώσεων υποστήριξης (Shah and Saurabh, 2015). Περαιτέρω η συνεργασία με εταιρείες του ιδιωτικού τομέα

(συμπεριλαμβανομένων των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων) είναι απαραίτητη και για την ενίσχυση κανονιστικών πλαισίων προς όφελος των γυναικών επιχειρηματιών (για παράδειγμα, αναφορά πιστώσεων, ώρες λειτουργίας των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων κ.λπ.) (Niethammer, 2013).

- **Δημιουργία υποδομής υποστήριξης**

Σε οργανωτικό επίπεδο, είναι σημαντική η δημιουργία εξειδικευμένων κέντρων επιχειρηματικότητας ειδικά για τις γυναίκες. Απαιτείται διαφορετική κουλτούρα για την προώθηση, την παρακίνηση και την ανάπτυξη βιώσιμων υποδομών για την προώθηση της επιχειρηματικότητας των γυναικών. Μια δέσμη αφιερωμένων οργανισμών ενίσχυσης και προώθησης της γυναικείας επιχειρηματικότητας που θα κινητοποιούν, θα στηρίζουν και θα εμπνέουν τις γυναίκες είναι το κλειδί για αυτά τα προγράμματα. Απαιτείται μεγάλος αυτοσχεδιασμός, καινοτομία και εμπειρική μάθηση. Οι οργανώσεις και οι εκπαιδευτές πρέπει να εκτελούν συνεχώς εκπαιδευτικές και αναπτυξιακές εργασίες. Επομένως, οι εξειδικευμένες οργανώσεις που παρέχουν προγράμματα ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας των γυναικών θα πρέπει να δημιουργηθούν με επαρκείς ανθρώπινους και οικονομικούς πόρους. Στην Ινδία και σε άλλες χώρες όπως η Σρι Λάνκα, το Πακιστάν, το Μπαγκλαντές, το Νεπάλ, οι Φιλιππίνες και η Ταϊλάνδη, οι οργανώσεις αυτές βοήθησαν μέχρι στιγμής πολλές γυναίκες να ξεκινήσουν πολλές επιχειρήσεις. Οι γυναίκες από την Ινδονησία, τη Σρι Λάνκα, τη Μαλαισία και την Ινδία είχαν επισημάνει την ανάγκη στήριξης για να μπορέσουν να δημιουργήσουν ικανότητες και δεξιότητες. Είχαν επίσης εντοπίσει την ανάγκη για βασικές δεξιότητες στη λογιστική καθώς και βοήθεια για την εξάλειψη άλλων περιορισμών που εμποδίζουν την αξιοποίηση των διαθέσιμων ευκαιριών (Shah, 2013& 2015).

- **Προσδιορισμός ευκαιριών**

Μία από τις πιο επείγουσες ανάγκες είναι να εντοπιστούν μια ποικιλία ευκαιριών/έργων που οι γυναίκες επιχειρηματίες μπορούν να αναλάβουν. Αυτό καθίσταται αναγκαίο κυρίως στις αναπτυσσόμενες χώρες λόγω του γεγονότος ότι οι νέοι επιχειρηματίες της περιοχής - λόγω του περιορισμένου μορφωτικού τους πεδίου, του οράματος και των δυνατοτήτων τους - χρειάζονται τη βοήθεια των οργανώσεων υποστήριξης για τον εντοπισμό ευκαιριών. Πολλοί από αυτούς τους επιχειρηματίες έχουν πολύ περιορισμένους πόρους και οι οργανισμοί υποστήριξης σκοπεύουν να σταθεροποιήσουν την ευκαιρία χωρίς να σπαταλήσουν τους πολύτιμους πόρους που έχουν συγκεντρωθεί για την εκκίνηση της επιχείρησης. Πρέπει να αναληφθεί επαρκής εργασία εκ των προτέρων για τον εντοπισμό των μελλοντικών έργων που θα ανταποκρίνονται στις τοπικές επιχειρηματικές ανάγκες όσον αφορά τις επενδύσεις, την τεχνολογία, τις δεξιότητες, τους πόρους και τις αγορές.

- **Προσδιορισμός των υποψηφίων για επιχειρηματικότητα**

Η μεγαλύτερη ανάγκη για γυναικεία επιχειρηματικότητα στις περισσότερες ασιατικές χώρες, υπάρχει στις λιγότερο προνομιούχες ομάδες γυναικών. Ωστόσο, πρέπει να αναγνωριστεί ότι δεν μπορεί κανείς από τη μια μέρα στην άλλη, να μετατραπεί σε επιχειρηματία. Τα προγράμματα μπορούν να εντοπίσουν δυνητικούς επιχειρηματίες με καλές δυνατότητες επιτυχίας και να τους παρέχουν εκπαίδευση, συμβουλευτική και υποστήριξη για τη δημιουργία επιχειρήσεων. Άλλοι μπορεί να είναι καλύτερα προσαρμοσμένοι στις ευκαιρίες απασχόλησης. Ως εκ τούτου, η κύρια ώθηση στις αναπτυσσόμενες χώρες θα πρέπει να είναι η επιτάχυνση του αριθμού ΠΜΕ και κατά συνέπεια η παροχή μιας πρώτης γενιάς γυναικών επιχειρηματιών από αγροτικές ή αστικές περιοχές, οι οποίες με τη σειρά τους θα δημιουργήσουν θέσεις εργασίας για άλλους. Λόγω των κοινωνικοοικονομικών περιορισμών τους, συχνά οι γυναίκες αγρότισσες που ζουν σε συνθήκες φτώχειας αναζητούν εργασία ή αυτό απασχόληση. Αυτή η τάση χρειάζεται περαιτέρω ενθάρρυνση μέσω κατάλληλων αλλαγών στα συστήματα θεσμικής οικονομικής βοήθειας, τα οποία επί του παρόντος συχνά δεν είναι αρκετά φιλελεύθερα για να αναγνωρίσουν μια γυναίκα ως πραγματικό ιδιοκτήτη επιχείρησης.

- **Ενθάρρυνση δημιουργίας επιχειρηματικής κουλτούρας**

Για να εξασφαλιστεί μια μελλοντική προσφορά επιχειρηματιών, θα πρέπει να ενθαρρύνεται η επιχειρηματική κουλτούρα στις οικογένειες από την πρώιμη παιδική ηλικία. Επιπλέον, το γενικό περιβάλλον, ιδιαίτερα οι πολιτικές, τα συστήματα βοήθειας και η εφαρμογή τους, πρέπει να προωθούν και να ενθαρρύνουν την επιχειρηματικότητα των γυναικών. Με τη δημιουργία της πρώτης γενιάς γυναικών επιχειρηματιών, το επιχειρηματικό περιβάλλον θα αλλάξει και η επιχειρηματική σκέψη θα δημιουργηθεί στις οικογένειες με αποτέλεσμα μια νέα γενιά παιδιών να αρχίσει να σκέφτεται με αυτό τον τρόπο. Η σημερινή στρατηγική ανάπτυξης γυναικών επιχειρηματιών επικεντρώνεται στις μη μορφωμένες αγροτικές και αστικές γυναίκες που ζουν σε συνθήκες φτώχειας. Όμως πέραν από την προώθηση της επιχειρηματικότητας ως τρόπο επιβίωσης, πρέπει να ενθαρρυνθεί ένα νέο επιχειρηματικό πνεύμα για ανεξαρτησία, δημιουργικότητα και υψηλοί στόχοι μεταξύ των γυναικών στις αναπτυσσόμενες χώρες. Επειδή ο κοινωνικός ιστός μεταβάλλεται αργά, απαιτούνται παρεμβάσεις τόσο μέσω των οργανισμών υποστήριξης όσο και μέσα από την εκπαιδευτική πολιτική.

8.4.3. Εκπαίδευση και κατάρτιση

Ο ρόλος της εκπαίδευσης και της κατάρτισης είναι ζωτικός και θα πρέπει να δοθεί η δέουσα σημασία στην επιχειρηματική εκπαίδευση. Τα ακαδημαϊκά και εκπαιδευτικά προγράμματα μπορούν να σχεδιαστούν για να ενθαρρύνουν τις νέες γυναίκες να διερευνήσουν επιλογές όπως η επιχειρηματικότητα και η αυτό απασχόληση μέσω της συνειδητοποίησης, της κατανόησης, της αναγνώρισης, της δημιουργικότητας, της κριτικής σκέψης και των

δεξιοτήτων επίλυσης προβλημάτων. Η επιχειρηματική εκπαίδευση θα πρέπει να επικεντρωθεί τόσο στην επαγγελματική όσο και στην προσωπική ανάπτυξη δεξιοτήτων.

Ειδικότερα όσον αφορά τα προγράμματα που παρέχουν γνώση προς τις γυναίκες επιχειρηματίες οι Brinda Kalyani και Dileep Kumar (2011) σε μελέτη που διενήργησαν σε 144 μικρές επιχειρήσεις στο Ομάν, καταλήγουν σε συγκεκριμένες εισηγήσεις για διαφοροποίηση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων και δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στη προσφορά προγραμμάτων στις αγροτικές και ημιαστικές περιοχές. Βέβαια κάποιες από τις εισηγήσεις τους αφορούν συγκεκριμένα το περιβάλλον στο οποίο διεξάχθηκε η έρευνα, εντούτοις, είναι χρήσιμο να παρατεθούν οι κυριότερες καθώς η γυναικεία επιχειρηματικότητα δεν χρειάζεται ενθάρρυνση μόνο στον ασιατικό κόσμο αλλά αποτελεί ένα παγκόσμιο και καθολικό αίτημα για ανάπτυξη, για δημιουργία θέσεων εργασίας, για οικονομική ευημερία και βελτίωση της κοινωνικής πρόνοιας. Μεταξύ άλλων γίνονται οι πιο κάτω εισηγήσεις για την προσέγγιση που πρέπει να υιοθετηθεί:

- **Ενίσχυση των Αγροτικών και ημιαστικών περιοχών**

Πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση ιδίως όπου υπάρχει μεγάλος αριθμός γυναικών (εργαζομένων και εργοδοτών) που εστιάζουν σε επιχειρηματικές δραστηριότητες όπως:

- Δημιουργία εκπαιδευτικών κέντρων
- Ενίσχυση της ανάπτυξης επιχειρηματικής στάσης μεταξύ των φοιτητών στις περιοχές αυτές

- **Αναπροσανατολισμός των εκπαιδευτικών συστημάτων**

Για την καλλιέργεια επιχειρηματικής κουλτούρας θα πρέπει:

- Τα προγράμματα σπουδών να είναι απαλλαγμένα από τη διαφοροποίηση των φύλων στην εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα και η ίδια η εκπαιδευτική διαδικασία πρέπει να είναι απαλλαγμένη από τη διάκριση των δύο φύλων.
- Τα πανεπιστήμια και τα κολέγια να ενδιαφέρονται περισσότερο για την κατανόηση των παραγόντων που λειτουργούν παρακινητικά προς τις γυναίκες για να γίνουν επιχειρηματίες. Αυτοί οι παράγοντες πρέπει να εξετάζονται κατά το σχεδιασμό των προγραμμάτων σπουδών και της διάρθρωσης των μαθημάτων.
- Τα προγράμματα σπουδών να είναι προσανατολισμένα προς την κατεύθυνση της δημιουργικότητας, πολυεπιστημονικά και με προσεγγίσεις προσανατολισμένες στη διαδικασία, και πρακτικές εφαρμογές που βασίζονται στη θεωρία.
- Να παρέχεται πρακτική κατάρτιση βάσει αναγκών στους υποψήφιους επιχειρηματίες στους τομείς των τραπεζικών εργασιών, της χρηματοοικονομικής

διαχείρισης, της διαχείρισης υλικών, του μάρκετινγκ, της πώλησης και της επιχειρησιακής διαχείρισης, της διασφάλισης της ποιότητας και της διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού. Να δοθεί ώθηση στη βιωματική μάθηση.

- Να υπάρξει υποστήριξη των φοιτητών για τον εντοπισμό ευκαιριών, την ανάπτυξη στρατηγικών, την απόκτηση και αξιοποίηση πόρων.
- Τα πανεπιστήμια και τα κολέγια να στηρίξουν τις γυναίκες υποψήφιες επιχειρηματίες ώστε να λάβουν περισσότερη οικονομική στήριξη από την κυβέρνηση και τους ιδιωτικούς οργανισμούς.
- Ενίσχυση της γενιάς επιχειρήσεων με τη διαχείριση των επιχειρηματικών χαρακτηριστικών των νέων ανθρώπων και εντοπισμός δυνητικών επιχειρηματιών από τη στιγμή που ενημερώνονται για τη δυνατότητα αυτή ως βιώσιμη επιλογή σταδιοδρομίας. Η επιχειρηματικότητα με βάση την επιστήμη και την τεχνολογία που μπορεί να οδηγήσει σε υψηλή ανάπτυξη και δημιουργία θέσεων εργασίας σε επιλεγμένους τομείς.
- Να δημιουργηθούν Κέντρα Αριστείας Επιχειρηματικότητας στα ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα που θα υποστηρίζουν τους νέους επιχειρηματικούς υποψήφιους. (Ιδίως στις αγροτικές περιοχές)

Αξίζει να αναφερθεί το παράδειγμα της Κένυας όπου ιδρύθηκε Πανεπιστήμιο Επιστημών και Τεχνολογίας ειδικά για γυναίκες. Η ίδρυση του Πανεπιστημίου Επιστημών και Τεχνολογίας Γυναικών Κέριρη είναι μία από τις πιο θετικές ενέργειες για την ενίσχυση των γυναικών στις ΜμΕ και ειδικότερα στις ΠΜΕ. Δίνεται η ευκαιρία στις νέες γυναίκες να μελετήσουν την επιστήμη και την τεχνολογία, τα θεμέλια της δημιουργικότητας και της καινοτομίας και τα απαραίτητα στοιχεία για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Αυτό δίνει στις γυναίκες ευκαιρίες για εκπαίδευση και περισσότερες πιθανότητες να γίνουν επιχειρηματίες (Mwobobia, 2012).

• **Βελτιώσεις στα προγράμματα ενίσχυσης των ενηλίκων**

Μετάβαση από την παιδαγωγική εκπαίδευση σε "εναλλακτικό προσανατολισμό" που ενσωματώνει πολλά περιεχόμενα όπως η εκπαίδευση ενηλίκων, η μάθηση και η επιχειρηματικότητα. Δημιουργία προγραμμάτων για :

- να παρέχεται κατάρτιση σε γυναίκες επιχειρηματίες, ώστε να μπορούν να χρησιμοποιούν αποτελεσματικά την τεχνολογία
- να υπάρξει ένα νέο παράδειγμα στην εκπαίδευση επιχειρηματικής διαχείρισης που να περιλαμβάνει λειτουργική διαφοροποίηση, εξορθολογισμό, ευελιξία και προσαρμογή, πρακτική συμμετοχή, τεχνολογική δεκτικότητα και διεθνοποίηση.

- ο Επιλογή νέων εκπαιδευτών και καλλιέργεια νέων κινήτρων καθώς το γεγονός ότι πολλά προγράμματα εστιάζονται αποκλειστικά στην τεχνική κατάρτιση ή παρέχουν μόνο πίστωση σε γυναίκες που ζουν σε συνθήκες φτώχειας αποτελεί στρατηγική αδυναμία στις προσπάθειες ανάπτυξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μερικές φορές, οι οργανώσεις παρέχουν μάρκετινγκ για τις γυναίκες επιχειρηματίες και τις κάνουν μόνο δικαιούχους μισθών. Υπάρχει ανάγκη για παροχή ενός ευρέος φάσματος υποστήριξης που θα βοηθήσει τις γυναίκες επιχειρηματίες να ξεκινήσουν και να αναπτύξουν επιχειρήσεις.

8.4.4. Αντιμετώπιση των χρηματοδοτικών εμποδίων

Τα μέτρα για ενίσχυση της πρόσβασης των γυναικών στη χρηματοδότηση θα πρέπει :

- να διευκολύνουν την πρόσβαση των γυναικών επιχειρηματιών σε πιστώσεις μέσω καινοτόμων προγραμμάτων και χρηματοδοτικών ρυθμίσεων πέρα από τις συμβατικές προσεγγίσεις που μεταξύ άλλων προϋποθέτουν εξασφαλίσεις και κεφάλαιο.
- τόσο ο δημόσιος τομέας όσο και οι επίσημοι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί θα πρέπει να ευαισθητοποιηθούν σχετικά με την σημασία της ισορροπίας στη συμμετοχή των φύλων στις επιχειρήσεις.
- προώθηση της κοινωνικής και οικονομικής ενδυνάμωσης των γυναικών, δεδομένου ότι αποτελούν μια ευάλωτη κοινωνική κατηγορία που είναι κρίσιμη για την αειφόρο ανάπτυξη
- τα ιδρύματα μικρής χρηματοδότησης πρέπει να λειτουργούν σε ένα περιβάλλον που δεν υπάρχουν διακρίσεις με βάση το φύλο
- προσφορά συμβουλευτικών υπηρεσιών, με πρακτική βοήθεια στη συμπλήρωση και υποβολή προτάσεων προς τις τράπεζες

8.4.5 Προώθηση Δικτύων Γυναικών Επιχειρηματιών

Η ανάπτυξη δικτύων γυναικών επιχειρηματιών είναι ζωτικής σημασίας για την προώθηση της επιχειρηματικότητας των γυναικών στις αναπτυσσόμενες χώρες. Τα δίκτυα γυναικών επιχειρηματιών προσφέρουν πολύτιμες πηγές πληροφόρησης και γνώσης σχετικά με την επιχειρηματικότητα των γυναικών και την ανάπτυξή της. Τα εθνικά και διεθνή δίκτυα θα μπορούσαν να διευκολύνουν τη συνεργασία και τις εταιρικές σχέσεις που θα ενισχύσουν την αύξηση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων των γυναικών, ιδίως στις αναπτυσσόμενες χώρες. Επιπλέον, οι κυβερνητικές πολιτικές πρέπει να φιλοξενήσουν περισσότερες γυναίκες σε πολιτικές θέσεις. Αυτό θα βελτιώσει την κοινωνική κατάσταση και τις θέσεις των γυναικών κάτι που θα έχει επίσης θετικό αντίκτυπο στη βελτίωση της κοινωνικής τους θέσης. Τα δίκτυα μπορούν να προσφέρουν την απαραίτητη υποστήριξη και αλληλεπίδραση που θα διευκολύνει την έναρξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και αλλά και τη διαχείριση τους.

8.5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Οι γυναίκες αποτελώντας το 52% του ευρωπαϊκού πληθυσμού, αντιπροσωπεύουν τη μεγαλύτερη ανεκμετάλλευτη πηγή οικονομικής ανάπτυξης στην Ευρώπη καθώς αποτελούν μόνο το ένα τρίτο του συνόλου των ατόμων που ξεκινούν μια επιχειρηματική δραστηριότητα. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι ιδιαίτερα σημαντική καθώς συντελεί στη μείωση της φτώχειας και της ανεργίας, στην αξιοποίηση νέων ιδεών και δεξιοτήτων, στην αξιοποίηση των εθνικών πόρων και στην αειφόρο ανάπτυξη.

Από τις μελέτες που έχουν διεξαχθεί στο ζήτημα των διαφορών ανάμεσα στις γυναίκες και τους άντρες επιχειρηματίες φάνηκε ότι οι γυναίκες έχουν πιο νέες και μικρές επιχειρήσεις, ασχολούνται με τον τομέα του εμπορίου κυρίως, έχουν την ίδια μόρφωση ενώ μειονεκτούν σε διαχειριστικά και επιχειρησιακά θέματα και προτιμούν επιχειρήσεις χαμηλού κινδύνου. Επίσης ενώ έχουν την ίδια σειρά προτεραιότητας στους περισσότερους στόχους τους, οι γυναίκες έχουν επιπρόσθετους στόχους όπως την αξιοποίηση των ταλέντων και των δεξιοτήτων τους καθώς και την απόκτηση σταθερής πηγής βιοπορισμού.

Τα εμπόδια που αποτρέπουν το γυναικείο δυναμικό από την επιχειρηματικότητα περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων την μεγαλύτερη δυσκολία στην πρόσβαση σε χρηματοδότηση, κατάρτιση, πληροφορίες, επαγγελματικά δίκτυα και πιθανή έλλειψη αυτοπεποίθησης. Επίσης αποτρεπτικά λειτουργούν οι τάσεις: να δίνεται βαρύτητα στους κινδύνους, να επικεντρώνονται στη δημιουργία επιχειρήσεων σε γνώριμες περιοχές και η ανάπτυξη των επιχειρήσεων τους να εξαρτάται από τον χρόνο που τους αφήνει η οικογενειακή τους κατάσταση.

Τα μέτρα που μπορούν να ληφθούν για υποστήριξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας εξαρτώνται από το περιβάλλον στο οποίο ζουν οι γυναίκες καθώς η θέση της γυναίκας είναι πολύ διαφορετική από χώρα σε χώρα. Τα μέτρα στις αναπτυσσόμενες χώρες αρχίζουν από τα βασικά όπως την διασφάλιση του δικαιώματος ελέγχου της προσωπικής και οικιακής ιδιοκτησίας και εισοδήματος και τις ευκαιρίες για ανάπτυξη δεξιοτήτων. Βέβαια μέτρα που ισχύουν τόσο για τις αναπτυσσόμενες όσο και για τις αναπτυγμένες χώρες εστιάζουν στην ενίσχυση του νομικού πλαισίου, στην ίδρυση και ενίσχυση οργανισμών υποστήριξης, στην εκπαίδευση και κατάρτιση, στην αντιμετώπιση των χρηματοοικονομικών εμποδίων καθώς και στην προώθηση Δικτύων Γυναικών Επιχειρηματιών.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Ξένη :

- Kalyani Brinda and Dileep Kumar, (2011), «Motivational factors, entrepreneurship and education: Study with reference to women in SMEs» Far East Journal of Psychology and Business, Vol 3 No 3 June 2011.
- Mayoux Linda, (2001), «Jobs, Gender and Small Enterprises: Getting the Policy Environment Right», International Labour Office Geneva, 2001
- Milagros F. Malaya, (2006), “A Gender-based Analysis of Performance of Small and Medium Printing Firms in Metro Manila” 2006, Journal of International Women's Studies, Volume 8, Issue 1, Article 6
- Mwobobia F.M. (2012), “The Challenges Facing Small-Scale Women Entrepreneurs: A Case of Kenya” International Journal of Business Administration Vol.3, No.2, March 2012.
- Shah Hina , (2015) “ Women Entrepreneurs in Developing Nations: Growth and Replication Strategies and Their Impact on Poverty Alleviation” Punit Saurabh, 2015
- Shane, S., Kolvereid, L., and Westhead, P. (1997) «An Exploratory Examination of the Reasons Leading to New Firm Formation across Country and Gender» Journal of Business Venturing, 6:431-446
- Shaw E., S.Carter H. Neergaard, (2005), “The impact of gender, social capital and networks on business ownership: a research agenda”, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research

Διαδικτυακές Πηγές :

- Niethammer Carmen, (2013) “Women, Entrepreneurship and the opportunity to promote development and business” Carmen Niethammer, 2013 Brooking Blum Roundtable <https://www.brookings.edu/research/women-entrepreneurship-and-the-opportunity-to-promote-development-and-business/>

9. ΕΣΩΤΕΡΙΚΕΣ ΑΠΕΙΛΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

9.1 Εσωτερικές απειλές και προκλήσεις

Παρόλο που οι εσωτερικές απειλές και προκλήσεις δεν αποτελούν μέρος της παρούσας εργασίας αναφέρονται συνοπτικά πιο κάτω καθώς, επηρεάζουν βέβαια την ανταγωνιστικότητα των ΜμΕ. Αφορούν κινδύνους που απορρέουν από τα εγγενή χαρακτηριστικά των ΜμΕ όπως π.χ. την προσωποπαγή ηγεσία. Τα κυριότερα προβλήματα που προκύπτουν από τις διάφορες έρευνες είναι: η αύξηση του κόστους, η δυσκολία και η αργοπορία εξόφλησης από τους πελάτες, η εξεύρεση του κατάλληλου προσωπικού, η απουσία marketing budget, η ανυπαρξία σαφούς σχεδιασμού, η αναποτελεσματική ηγεσία και η αποτελεσματικότητα της προώθησης των προϊόντων και υπηρεσιών, η αποτυχία εκτέλεσης, η διαχείριση των γραφειοκρατικών διαδικασιών.

- **Κόστος που αυξάνεται**

Μια πρόσφατη έρευνα από την Western Union έδειξε ότι 56% των ΜμΕ του Ηνωμένου Βασιλείου ανέφεραν αύξηση στο κόστος λειτουργίας στους τελευταίους 12 μήνες. Το 55% αυτών επέλεξαν να απορροφήσουν την αύξηση, μειώνοντας τα κέρδη τους παρά να μεταφέρουν το κόστος στους πελάτες. Προσπάθειες για μείωση του κόστους που εμπίπτει στο δικό τους έλεγχο και καλύτερη οργάνωση της επιχείρησης θα μπορούσαν να αποδώσουν σε περιορισμό των δαπανών.

- **Είσπραξη των απλήρωτων τιμολογίων ή αλλιώς «το κυνήγι των απλήρωτων τιμολογίων»**

Σύμφωνα με Bowen, Morara, Mureithi (2009) είσπραξη των οφειλών κατατάσσεται από τις ίδιες τις ΜμΕ ανάμεσα στις τρεις πιο σοβαρές προκλήσεις που έχουν να αντιμετωπίσουν. Το πρόβλημα των απλήρωτων τιμολογίων σε συνδυασμό με την δυσκολία στην πρόσβαση χρηματοδότησης που συζητήθηκε πιο πάνω, έχει σοβαρές επιπτώσεις στην ταμειακή ροή και επιβαρύνει την εταιρεία με τόκους παρατραβήγματος, δημιουργώντας έτσι ένα ασφυκτικό περιβάλλον για τις ΜμΕ. Είναι μεγάλος ο αριθμός των επιχειρήσεων που αντιμετωπίζουν πρόβλημα στο να πληρωθούν έγκαιρα από τους πελάτες τους καθώς και στην ανάκτηση χρεών. Αυτό οδηγεί σε κακή βαθμολογία πίστωσης των εταιρειών, κάτι που δυσχεραίνει περισσότερο την χρηματοοικονομική τους κατάσταση εφόσον το να έχουν

καλή βαθμολογία πίστωσης είναι σημαντικό όχι μόνο για να μπορούν να δανειστούν λεφτά αλλά και να μπορούν να εξασφαλίζουν καλύτερους όρους στις εμπορικές πιστώσεις τους.

Μια προορατική πρακτική στην έκδοση των τιμολογίων και στις υπενθυμίσεις από μέρους των εταιρειών, με καλό έλεγχο της παραχωρούμενης πίστωσης μπορεί να αποτρέψει την εξέλιξη του προβλήματος σε σοβαρό για την εταιρεία. Περαιτέρω μέτρα όπως η εξυπηρέτηση κατά προτεραιότητα των πελατών που εξοφλούν έγκαιρα τα τιμολόγια τους, δυνατόν να δώσουν κίνητρο στους πελάτες για έγκαιρη εξόφληση.

- **Εξεύρεση του σωστού προσωπικού**

Οι ικανοί υποψήφιοι έχουν μεγάλο αριθμό επιλογών στην αγορά εργασίας, ως εκ τούτου είναι φυσικό να στοχεύουν στις μεγάλες εταιρείες. Επιπρόσθετα οι περισσότερες ΜμΕ δεν διαθέτουν ικανή ομάδα ειδική για τις προσλήψεις όπως επίσης ούτε το χρόνο για να επενδύσουν σε μια ολοκληρωμένη έρευνα για το σκοπό των προσλήψεων.

Μια καλή εναλλακτική λύση είναι η ανάθεση των προσλήψεων σε ειδικούς εκτός της ΜμΕ. Κάτι που ασφαλώς συνεπάγεται κόστος για την ίδια την επιχείρηση, το οποίο τις περισσότερες φορές αξίζει να δαπανηθεί εφόσον θα υπερκαλυφθεί από τις δεξιότητες και τις ικανότητες του προσωπικού που θα εξασφαλίσει. Μια φημισμένη εταιρεία προσλήψεων θα έχει την εμπειρία, τα δίκτυα και τη γνώση της αγοράς ώστε να ταιριάσει τον σωστό υποψήφιο στην σωστή εταιρεία χωρίς να χρειαστεί να ξοδέψει από τον πολύτιμο χρόνο της η ίδια η ΜμΕ .

- **Απουσία Marketing Budget**

Ανεξαρτήτως του μεγέθους της, κάθε εταιρεία έχει ανάγκη τόσο τη διατήρηση του πελατολογίου της όσο και την προσθήκη νέων πελατών που είναι απαραίτητοι για την ανάπτυξη και τη σταθερότητα της. Δυστυχώς οι μικρές επιχειρήσεις συχνά, είτε αδυνατούν να διαθέσουν ένα προϋπολογισμό για σκοπούς προώθησης είτε ενώ θα μπορούσαν να διαθέσουν έστω περιορισμένους πόρους, αδυνατούν να αντιληφθούν τη χρησιμότητα του.

Αν οι προσπάθειες για εξασφάλιση νέων πελατών έχουν φτάσει στον κορεσμό τους , τότε είναι φανερό ότι χρειάζονται νέες προσεγγίσεις, που ευτυχώς σήμερα με τη βοήθεια της τεχνολογίας μπορούν να υιοθετηθούν με χαμηλό κόστος, όπως : εκστρατείες μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, έντυπα/διαφημίσεις σε ιστοσελίδες, προσφορά κινήτρων στους πελάτες για να προτείνουν τα προϊόντα της εταιρείας σε άλλους, σχέδια με βαθμούς για τακτικούς πελάτες κλπ. Όλα αυτά είναι σχετικά φθηνή προώθηση των προϊόντων/υπηρεσιών. Έτσι με χαμηλή επένδυση, ανοίγεται η επιχείρηση σε νέο κύκλο πελατών ή αυξάνονται οι πωλήσεις στους υφιστάμενους. Φτάνει βέβαια οι ΜμΕ να αντιληφθούν την ανάγκη συγκεκριμένου σχεδιασμού και προϋπολογισμού προώθησης.

- **Ανυπαρξία σαφούς σχεδιασμού, Αναποτελεσματική Ηγεσία, Αποτελεσματικότητα Προώθησης των προϊόντων/υπηρεσιών.**

Οι 3 απειλές/παράγοντες είναι συνδεδεμένοι σε μεγάλο βαθμό μεταξύ τους. Περαιτέρω, φαίνεται ότι ο ένας εκ των τριών, η αναποτελεσματική ηγεσία επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τους 2 υπόλοιπους και πιθανόν να ευθύνεται για τις ανεπάρκειες που δημιουργούνται.

Οι περισσότερες ΜμΕ δεν γνωρίζουν πώς να σχεδιάσουν και να προγραμματίσουν. Η απουσία σχεδιασμού χειροτερεύει το πρόβλημα ρευστότητας καθώς είτε χαραμίζονται και εκτρέπονται ελκυστικές πηγές χρηματοδότησης, είτε η χρηματοδότηση δαπανάται για σκοπούς διαφορετικούς από την ανάπτυξη για την οποία προοριζόταν. Επιπρόσθετα αυτή η αδυναμία οδηγεί στην κατασπατάληση χρημάτων για επίλυση προβλημάτων που δημιουργούνται ως συνέπεια αυτής της ίδιας της αδυναμίας. Εξάλλου η Διευθυντική Ομάδα κάθε επιχείρησης πρέπει να είναι προορατική, ευέλικτη και αποτελεσματική καθώς το ίδιο σημαντική με την ύπαρξη του σχεδιασμού, είναι η τροποποίηση του σχεδιασμού σύμφωνα με τις οικονομικές και επιχειρηματικές συνθήκες που διαμορφώνονται στην οικονομία ώστε να διασφαλίζεται η επιβίωση της εταιρείας.

Στις μικρές επιχειρήσεις ο ιδρυτής της εταιρείας παραμένει και επικεφαλής της για πολλά χρόνια, γεγονός που δημιουργεί σωρεία προβλημάτων. Συνήθως είναι πολύ συγκεντρωτικός και δεν περιορίζεται σε ηγετικό ρόλο αλλά ασκεί περισσότερο διευθυντικό ρόλο και επιπρόσθετα αποτυγχάνει να εξασφαλίσει βοήθεια από αρμόδιους διευθυντές και προσωπικό που υπάρχουν ή θα έπρεπε να υπάρχουν κάτω ή πίσω από τον ίδιο. Με αυτό τον τρόπο δυσχεραίνει το έργο των διευθυντών – αν υπάρχουν – και τους εμποδίζει από την άσκηση αρμοδιοτήτων τους. Αυτό δεν επιτρέπει στην εταιρεία να βελτιωθεί και να αναπτυχθεί με νέες ιδέες και σύγχρονες προσεγγίσεις, κάτι που μπορεί να οδηγήσει σε κατάρρευση. Οι Διευθυντές πρέπει να αφήνονται να επιτελούν το έργο που σχετίζεται με τις αρμοδιότητες τους, όχι βέβαια ανεξέλεγκτα αλλά σίγουρα αυτός ο έλεγχος δεν πρέπει να γίνεται τροχοπέδη για την ανάπτυξη και επιτυχία της επιχείρησης. Περαιτέρω υπάρχουν προγράμματα εκπαίδευσης για αποτελεσματική ηγεσία με επιχειρηματικές προσεγγίσεις σχεδιασμού που μπορούν να αξιοποιηθούν από τις επιχειρήσεις.

Η αποτελεσματικότητα της προώθησης οδηγεί πάλι στο σχεδιασμό και την ηγεσία. Πολλές επιχειρήσεις δεν διαθέτουν αρκετό χρόνο για να αποφασίσουν ποιο είναι το δικό τους πλεονέκτημα στις πωλήσεις. Έτσι, καταλήγουν να ανταγωνίζονται σε περιοχές που είναι αλληλοσυγκρουόμενες όπως «χαμηλότερη τιμή» και «καλύτερη εξυπηρέτηση». Από τη μια η χαμηλότερη τιμή διώχνει λεφτά και από την άλλη η καλύτερη εξυπηρέτηση αυξάνει το κόστος. Ο σχεδιασμός και η προώθηση για ένα νέο προϊόν πρέπει να περιλαμβάνει μια ξεκάθαρη απάντηση στο ερώτημα «με όλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που έχουν στη διάθεση τους οι πελάτες μου γιατί πρέπει να αγοράσουν αυτό το προϊόν από μένα?»

Θα μπορούσαν να αναφερθούν και άλλα προβλήματα, όπως αδυναμία διαχείρισης του χρόνου, αδυναμία σωστής τιμολόγησης, αποτυχία εκτέλεσης καθώς πολλές φορές στρατηγικές που αναπτύσσονται ποτέ δεν υλοποιούνται, κακή επικοινωνία με τους

υπαλλήλους που έχει ως αποτέλεσμα να μην γνωρίζουν τη στρατηγική της επιχείρησης εφόσον η Διεύθυνση δεν τεκμηριώνει και δεν κοινοποιεί, μη χρησιμοποίηση τρόπων μέτρησης της απόδοσης κλπ.

9.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Οι ΜμΕ πέραν από τις εξωτερικές απειλές και προκλήσεις, έχουν να αντιμετωπίσουν και τις εσωτερικές απειλές που πηγάζουν από τα ίδια τα χαρακτηριστικά τους όπως το μικρό μέγεθος, την ιδιοκτησία κλπ. Στις κυριότερες εσωτερικές απειλές των ΜμΕ περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων η αύξηση του κόστους, οι δυσκολίες είσπραξης των απλήρωτων τιμολογίων, η εξεύρεση του σωστού προσωπικού, η απουσία Marketing Budget, η ανυπαρξία σαφούς σχεδιασμού, η αναποτελεσματική ηγεσία, η αναποτελεσματικότητα στην προώθηση των προϊόντων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Ξένη :

- Bowen Michael, Makarius Morara, Samuel Mureithi, (2009), “Management of Business Challenges among Small and Micro Enterprises in Nairobi-Kenya” - KCA Journal of Business Management: Vol. 2, Issue 1 (2009).

Διαδικτυακές Πηγές :

- UK SMEs increasing international activity entering into 2015, Business Money 2015
<http://www.business-money.com/announcements/uk-smes-increasing-international-activity-entering-into-2015>

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η στρατηγική σημασία των ΜμΕ για την ανάπτυξη της οικονομίας είναι τεκμηριωμένη, όπως και η ανάγκη για λήψη συντονισμένων μέτρων για την στήριξη τους σε κάθε τομέα της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η ΕΕ, οι εθνικές κυβερνήσεις, η ακαδημαϊκή κοινότητα ακόμα και οι μεγάλες πολυεθνικές έχουν συμφέρον να στηρίξουν τις ΜμΕ στη δημιουργία ανάπτυξης . Περαιτέρω για να επιτύχουν και να αποδώσουν , θα πρέπει οι ίδιες οι ΜμΕ να εγκαταλείψουν κακές συνήθειες σχετικές με την οικογενειακή διαχείριση, να οργανώσουν καλύτερα τη δομή τους, να επιδιώξουν συνεργασίες ώστε να καλύψουν τις αδυναμίες που οφείλονται στο μικρό τους μέγεθος και να προσαρμοστούν στο νέο περιβάλλον ώστε να είναι σε θέση να αξιοποιήσουν τις ευκαιρίες που τους παρέχει.

ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική:

- Μούση Ν.(2011) Ευρωπαϊκή Ένωση: δίκαιο, οικονομία, πολιτικές (βιβλίο) ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΑΠΑΖΗΣΗ Αθήνα

Ξένα :

- Aghion, Fally and Scarpetta, (2007), “Credit Constraints as a Barrier to the Entry and Post-Entry Growth of Firms” *Economic Policy* 22(52): 731-779.
- Beck Thorsten, Asli Demirguc, -Kuntand Vojislav Maksimovic, (2005), « Financial and Legal Constraints to Growth: Does Firm Size Matter? » - *The Journal of Finance* • Vol. LX, No. 1 February.
- Beck Thorsten, Asli Demirguc-Kunt, (2006), «Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint» *Journal of Banking and Finance* 2006.
- Bostjan Antoncic, Hisrich and Konecnik, (2007), «Human Capital and SME Internationalization: A Structural Equation Modeling Study» *Canadian Journal of Administrative Sciences* 24:15-29 ,2007.
- Bowen Michael, Makarius Morara, Samuel Mureithi, (2009), “Management of Business Challenges among Small and Micro Enterprises in Nairobi-Kenya” - *KCA Journal of Business Management: Vol. 2, Issue 1* (2009).
- Brammer Stephen, Stefan Hoejmose and Kerry Marchant, (2012), “Environmental Management in SMEs in the UK: Practices, Pressures and Perceived Benefits” *Business Strategy and the Environment, Bus. Strat. Env.* 21, 423–434 (2012)
- Edmunds, S. E., and Khoury, S.J. (1986), “Exports: A Necessary Ingredient in the Growth of Small Business Firms”, *Journal of Small Business Management*,
- Ensaria M.Şebnem , Melisa ErdilekKarabayb, (2014), “What Helps to Make SMEs Successful in Global Markets?” , *Social and Behavioral Sciences* 150 (2014) 192 – 201
- Ghauri Pervez, Clemens Lutz, Goitom Tesfom, (2003), “Using networks to solve export-marketing problems of small-and medium-sized firms from developing countries” *European Journal of Marketing*,2003

- Kalyani Brinda and Dileep Kumar, (2011), «Motivational factors, entrepreneurship and education: Study with reference to women in SMEs» Far East Journal of Psychology and Business, Vol 3 No 3 June 2011.
- Katua. Ngui Thomas, (2014), The Role of SMEs in Employment Creation and Economic Growth in Selected Countries International Journal of Education and Research, Vol. 2 No. 12 December 2014.
- Klapper Leora, (2006), The Role of “Reverse Factoring” in Supplier Financing of Small and Medium Sized Enterprises,” Journal of Banking and Finance 30, 3111-30.
- Klapper Leora, Luc Laeven, and Raghuram Rajan, «Business Environment and Firm Entry: Evidence from International Data» National Bureau of Economic Research Working Paper 10380, March 2004.
- Kneller, R., & Pisu, M. (2007), Industrial Linkages and Export Spillovers from FDI. The World Economy, 2007.
- Mason, C.M. and Kwok, Jennifer, (2010), Investment readiness programmes and access to finance: a critical review of design issues. Local Economy, 25 (4). pp. 269-292.
- Mayoux Linda, (2001), «Jobs, Gender and Small Enterprises: Getting the Policy Environment Right», International Labour Office Geneva, 2001
- Milagros F. Malaya, (2006), “A Gender-based Analysis of Performance of Small and Medium Printing Firms in Metro Manila” 2006, Journal of International Women's Studies, Volume 8, Issue 1, Article 6
- Mundim Ana Paula Freitas, Rossi Alessandro, Andrea Stocchetti, (2000), “SMEs in Global Market: Challenges, Opportunities and Threats” BEJE 2000.
- Mwobobia F.M. (2012), “The Challenges Facing Small-Scale Women Entrepreneurs: A Case of Kenya” International Journal of Business Administration Vol.3, No.2, March 2012.
- Normah, Mohd. Aris, (2006), “SMEs: building Blocks for economic growth”. Statistics Malaysia - Journal of the Department of Statistics, Malaysia (Volume 1, 2007) .
- Parker, Redmond & Simpson, (2009), «A review of interventions to encourage SMEs to make environmental improvements», Environment and Planning C: Government and Policy 27(2): 279-301
- Pinho José Carlos & Lurdes Martins, (2010), «Exporting barriers: Insights from Portuguese small- and medium-sized exporters and non-exporters», Springer Science Journal International Enterprises (2010) 8: 254–272

- Psomas Evangelos L., Christos Fotopoulos, Dimitrios P. Kafetzopoulos, (2010), «Critical factors for effective implementation of ISO 9001 in SME service companies» *Managing Service Quality: An International Journal* 2010
- Reuber A. Rebecca and Eileen Fischer (1997) «The Influence of the Management Team's International Experience on the Internationalization Behaviors of SMEs» *Journal of International Business Studies*, Vol. 28, No. 4 (4th Qtr., 1997)
- Rotger και Gørtz, (2009), «Evaluating the Effect of Soft Business Support to Entrepreneurs in North Jutland» AKF, Danish Institute of Governmental Research 2009
- Sadikoglu Esin and Hilal Olcay, (2014) «The Effects of Total Quality Management Practices on Performance and the Reasons of and the Barriers to TQM Practices in Turkey” *Advances in Decision Sciences* Volume 2014,
- Salaheldin Ismail Salaheldin, (2009) “Critical Success Factors for TQM implementation and their impact on performance of SMEs” *International Journal of Productivity and Performance management*,2009
- Santow Gilberto, Siria Barros, Fatima Mendes, Nuno Lopes, (2012) “The main benefits associated with health and safety management systems certification in Portuguese small and medium enterprises post quality management system certification” *Safety Science*, Elsevier 2012
- SavlovschiLudovicaloana and Nicoleta Raluca ROBU, (2011), «The Role of SMEs in Modern Economy»
- Shah Hina , (2015) “ Women Entrepreneurs in Developing Nations: Growth and Replication Strategies and Their Impact on Poverty Alleviation” Punit Saurabh, 2015
- Shane, S., Kolvereid, L., and Westhead, P. (1997) «An Exploratory Examination of the Reasons Leading to New Firm Formation across Country and Gender» *Journal of Business Venturing*, 6:431-446
- Shaw E., S.Carter H. Neergaard, (2005), “The impact of gender, social capital and networks on business ownership: a research agenda”, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*
- Studer, Tsang, Hills, Welford, (2008), “SMEs and voluntary environmental initiatives: A study of stakeholders' perspectives in Hong Kong”, *Journal of Environmental Planning and Management* 51(2):285-301 · March 2008
- Sultan Rehman Sherief, (2005), «Entrepreneurship as an economic force in rural development», *Africa Economic Analysis*

- Svetličič Marian, Andreja Jaklič, and Anže Burger, (2007) Internationalization of Small and Medium-Size Enterprises from Selected Central European Economies, Eastern European Economics, Vol. 45, 2007
- Thomas A J and D Webb, (2003), "Quality systems implementation in Welsh small-to medium-sized enterprises: a global comparison and a model for change" Institute of Mech. Engineers 2003
- Xiaohui Liu and Mike Wright and Igor Filatotchev and Ou Dai and Jiangyong Lu, (2010), «Human Mobility and Knowledge Spillovers: Evidence from High-tech Small and Medium Enterprises in an Emerging Market» - Strategic Entrepreneurship Journal, 4 (4). pp. 340-355. ISSN 1932-4391 (2010)
- Zafar U. Ahmed, Craig C. Julian, Imad Baalbaki, Tamar V. Hadidian, (2004), «Export Barriers and Firm Internationalisation: A Study of Lebanese Entrepreneurs» JOURNAL OF MANAGEMENT & WORLD BUSINESS RESEARCH, Vol 1, No 1, 2004

Διαδικτυακές Πηγές :

ΕΕ

- Συνθήκη Λειτουργίας της ΕΕ ενοποιημένη απόδοση
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=celex%3A12012E%2FTXT>
- Σύσταση της Επιτροπής της 3ης Απριλίου 1996 σχετικά με τον ορισμό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX%3A31996H0280>
- Σύσταση της Επιτροπής της 6ης Μαΐου 2003 σχετικά με τον ορισμό των πολύ μικρών, των μικρών και των μεσαίων επιχειρήσεων
- DG Enterprise and Industry (2007) «Models to reduce the disproportionate regulatory burden on SMEs»
[file:///C:/Users/user/Downloads/regmod_en%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/regmod_en%20(5).pdf)
- «Small Business Act» για την Ευρώπη» 2008
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52008DC0394>
- DG Enterprise and Industry (2010) «Internationalisation of European SMEs» EIM Business & Policy Research, Entrepreneurship Unit,
file:///C:/Users/user/Downloads/internationalisation_of_european_smes_final_en.pdf

- Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών «Εμβληματική πρωτοβουλία στο πλαίσιο της στρατηγικής Ευρώπη 2020 Ένωση Καινοτομίας» 6/10/2010
https://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/innovation-union-communication_en.pdf
- Ανακοίνωση Ευρωπαϊκής Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών «Ανασκόπηση της πρωτοβουλίας Small Business Act για την Ευρώπη» 23/2/2011
- Δελτίο Τύπου της ΕΕ 16 Ιανουαρίου 2012
http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-20_el.htm
- DG for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, (2012) “Using standards to support growth, competitiveness and innovation”
<http://www.iosre.org/wp-content/uploads/2014/03/Using-standards-to-support-growth-competitiveness-innovation.pdf>
- DG for Regional and Urban Policy Evaluation and European Semester Unit «What are counterfactual impact evaluations teaching us about enterprise and innovation support? » Daniel Mouqué 2012,
http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/focus/2012_02_counterfactual.pdf
- DG TRADE Chief Economist Notes “Smes are more important than you think! challenges and opportunities for EU exporting smes Lucian Cernat, Ana Norman-López and Ana Duch T-Figueras” 2014
http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2014/september/tradoc_152792.pdf

OECD publications

- “Top Barriers and Drivers to SME Internationalisation”, Report by the OECD Working Party on SMEs and Entrepreneurship, OECD 2009,
<https://www.oecd.org/cfe/smes/43357832.pdf>
- Ministerial report on the OECD Innovation Strategy May 2010
- https://www.academia.edu/5716638/Ministerial_report_on_the_OECD_Innovation_Strategy_Innovation_to_strengthen_growth_and_address_global_and_social_challenges_Key_Findings
- «Administrative Simplification in Poland» OECD 2011
http://www.oecd-ilibrary.org/governance/administrative-simplification-in-poland_9789264097261-en
- “Fostering markets for sme finance: Matching business and investor needs” OECD 2017
http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/financing-smes-and-entrepreneurs-2017/fostering-markets-for-sme-finance-matching-business-and-investor-needs_fin_sme_ent-2017-6-en

World Bank Publications

- Anderson John and Adrian Gonzalez, (2012) “Does Doing Business matter for foreign direct investment?” <http://www.doingbusiness.org/reports/thematic-reports/does-doing-business-matter-for-foreign-direct-investment>
- Meghana Ayyagari, Demirgüç Asli -Kunt Vojislav Maksimovic, (2006) “How Important Are Financing Constraints? The role of finance in the business environment” <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/8998/WPS3820.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

OTHER

- Edinburgh Group, Growing the global economy through SMEs, http://www.edinburgh-group.org/media/2776/edinburgh_group_research_-_growing_the_global_economy_through_smes.pdf
- Fathallah Oualalou ARLEM -Έκθεση με θέμα «Ο ρόλος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη Μεσόγειο» <http://cor.europa.eu/en/activities/arlem/Documents/report-on-SMEs-2011/EN.pdf>
- Niethammer Carmen, (2013) “Women, Entrepreneurship and the opportunity to promote development and business” Carmen Niethammer, 2013 Brooking Blum Roundtable <https://www.brookings.edu/research/women-entrepreneurship-and-the-opportunity-to-promote-development-and-business/>
- NESTA (2011) “Barriers to Growth: The views of high growth and potential high growth businesses” https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/barriers_to_growth_0.pdf
- The role of SME’s in the UK Economy-Thought Economics Interviews with the world’s leading thinkers
- <https://thoughteconomics.com/the-role-of-smes-in-the-uk-economy/>
- Telegraph 18 Jun 2014 “The importance of SMEs to the UK economy” <http://www.telegraph.co.uk/business/sme-home/>
- Rahman, Uddin και Lodorfos, 2014 «Barriers to Enter into Foreign Markets: Evidence from SMEs in an Emerging Economy» Leeds Business School <http://eprints.lincoln.ac.uk/18925/7/Barriers%20to%20Enter%20into%20Foreign%20Markets%20IMR.pdf>
- UK SMEs increasing international activity entering into 2015, Business Money 2015 <http://www.business-money.com/announcements/uk-smes-increasing-international-activity-entering-into-2015>
