



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ
ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ**

**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΔΙΚΑΙΟ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Θέμα: «Διαστάσεις της σύγχρονης
επιχειρηματικότητας: Η περίπτωση της Ελλάδας»**

Επιβλέπουσα: κ. Πέκκα - Οικονόμου Βικτωρία

Φοιτήτρια: Βεργαδή Ηρώ

Αρ. Μητρώου: ΜΔΟ1606

Πειραιάς, 2019

Παράρτημα Β: Βεβαίωση Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας



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

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

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

Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, «Δίκαιο και Οικονομία» με τίτλο **«Διαστάσεις της σύγχρονης επιχειρηματικότητας: Η περίπτωση της Ελλάδας»** έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

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

Υπογραφή Μεταπτυχιακής Φοιτήτριας: 

Ονοματεπώνυμο: Βεργαδή Ηρώ

Ημερομηνία: 06/02/2019

Ευχαριστίες

Με το πέρας της παρούσας διπλωματικής εργασίας ολοκληρώνεται ένας σημαντικός κύκλος εκπαίδευσης για τη γράφουσα, καθώς η επιλογή του Διατμηματικού Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών «Δίκαιο και Οικονομία» αποτέλεσε μία συνειδητή επιλογή. Στο σημείο αυτό, οφείλω να ευχαριστήσω όλους τους καθηγητές του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών, οι οποίοι ο καθένας στο αντικείμενό του συνεισέφεραν σημαντικά στην εμπάθυνση των γνώσεών μου σε τομείς που με ενδιαφέρουν σε προσωπικό, καθώς επίσης και σε επαγγελματικό επίπεδο.

Ιδιαιτέρως, θα ήθελα να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα της διπλωματικής μου εργασίας, Καθηγήτρια κα. Πέκκα – Οικονόμου Βικτωρία, για τη σημαντική καθοδήγηση που μου προσέφερε κατά την εκπόνηση της ανά χείρας διπλωματικής εργασίας. Οι καίριες υποδείξεις της και η τέλεια συνεργασία μας ήταν ιδιαίτερα καθοριστικά στοιχεία για την επιτυχή ολοκλήρωση της εργασίας.

Στη συνέχεια, θα ήθελα να εκφράσω την ευγνωμοσύνη μου στους γονείς μου, Βασίλειο και Αναστασία, που με στηρίζουν σε κάθε μου επιλογή και με βοηθούν να επιτυγχάνω τους στόχους που θέτω και στα αδέρφια μου, Χρυσή και Γιάννη, για την πολύτιμη βοήθειά τους. Επιπλέον, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον σύζυγό μου, Χρήστο, για τη συμπαράστασή του όλο αυτό το διάστημα του κύκλου σπουδών του Μεταπτυχιακού Προγράμματος και της εκπόνησης της ανά χείρας εργασίας.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω τη φίλη και συμφοιτήτριά μου κυρία Δήμητρα Ατζάμπου για την πολύ σημαντική βοήθειά της.

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας εργασίας αποτελεί η διερεύνηση και ανάλυση της ευρείας έννοιας της επιχειρηματικότητας μέσα από την παρουσίαση των βασικών ορισμών και μορφών αυτής, καθώς επίσης και των προσδιοριστικών παραγόντων που την επηρεάζουν. Παράλληλα, αποτυπώνεται η εικόνα της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα σε σύγκριση με άλλες χώρες με τη χρήση δεικτών μέτρησης. Στο επίκεντρο, ωστόσο, αυτής της μελέτης βρίσκεται η σύγχρονη επιχείρηση και η δραστηριοποίησή της στο συνεχώς μεταβαλλόμενο εξωτερικό περιβάλλον, με παρουσίαση της μορφής εκείνης της επιχείρησης, η οποία συναντάται περισσότερο στην Ελλάδα και στην Ευρωπαϊκή Ένωση και διαδραματίζει σπουδαίο ρόλο για την οικονομία τόσο της χώρας όσο και της Ευρωπαϊκής Ένωσης γενικότερα, ήτοι τη μικρή και μεσαία επιχείρηση, ενώ ταυτόχρονα παρουσιάζεται και μια πιο σύγχρονη μορφή επιχείρησης, η νεοφυής επιχείρηση. Περαιτέρω, στην παρούσα εργασία περιγράφονται οι στρατηγικοί στόχοι που θέτουν οι σύγχρονες επιχειρήσεις ερευνώντας τις ακόλουθες έννοιες: καινοτομία, δημιουργικότητα, περιβάλλον τεχνολογίας πληροφορικής και εποχή της γνώσης.

Λέξεις-κλειδιά: Επιχειρηματικότητα, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, νεοφυείς επιχειρήσεις, καινοτομία, δημιουργικότητα, τεχνολογία πληροφορικής, εποχή της γνώσης.

Abstract

The aim of the present study is the quest and analysis of the broad term of entrepreneurship by presenting its main definitions and forms, as well as the determining factors that influence it. At the same time, entrepreneurship in Greece is presented through the usage of indicators. However, in the center of this study lies the contemporary business and its activity in the constantly changing external environment, through presenting this form of enterprise, which is the most common one in Greece and in the European Union and plays an important role both on the country's economy and on the European Union's economy, namely the small or medium-sized enterprise, while a contemporary form of enterprise, start-up, is also described. Furthermore, this paper introduces the strategic goals raised by businesses by examining the following terms: innovation, creativity, information technology environment and knowledge era.

Keywords: Entrepreneurship, small or medium-sized enterprises, start-ups, innovation, creativity, information technology environment, knowledge era.

Πίνακας περιεχομένων

Ευχαριστίες	3
Περίληψη	4
Λίστα πινάκων και σχημάτων	8
Πίνακας συντμήσεων και συντομογραφιών.....	9
Κεφάλαιο 1^ο Εισαγωγή	10
1.1 Εισαγωγή	10
1.2 Αντικείμενο.....	10
1.3 Σκοπός και στόχοι.....	12
1.4 Διάρθρωση εργασίας	13
1.5 Συμπεράσματα	13
Λίστα Βιβλιογραφικών Αναφορών Κεφαλαίου	14
Μέρος Α΄	15
Κεφάλαιο 2^ο Η Έννοια της Επιχειρηματικότητας.....	15
2.1 Εισαγωγή	15
2.2 Ορισμός της Επιχειρηματικότητας.....	15
2.3 Ορισμός του Επιχειρηματία	19
2.4 Προσδιοριστικοί παράγοντες και κίνητρα που ενισχύουν την επιχειρηματικότητα ...	20
2.5 Μορφές επιχειρηματικότητας	21
2.5.1 Γυναικεία επιχειρηματικότητα.....	21
2.5.2 Κοινωνική επιχειρηματικότητα	22
2.5.3 Πράσινη επιχειρηματικότητα.....	23
2.5.4 Δημόσια επιχειρηματικότητα.....	25
2.5.5 Ένδο-επιχειρηματικότητα.....	26
2.5.6 Νεοφυής επιχειρηματικότητα.....	26
2.6 Είδη επιχειρηματικότητας.....	27
2.6.1 Αμιγής και μικτή επιχειρηματικότητα	27
2.6.2 Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και επιχειρηματικότητα ανάγκης	29
2.6.3 Τεχνολογική, γεωγραφική και κοινωνιολογική επιχειρηματικότητα	29
2.6.4 Κοινωνική και παραδοσιακή επιχειρηματικότητα	30
2.7 Συμπεράσματα	30
Λίστα Βιβλιογραφικών Αναφορών Κεφαλαίου	31
Κεφάλαιο 3^ο Ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία επιχειρηματικότητας.....	34

3.1 Εισαγωγή.....	34
3.2 Η μελέτη της Επιχειρηματικότητας μέσω του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα	34
3.3 Το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (I.O.B.E.)	36
3.4 Βασικοί Δείκτες Επιχειρηματικότητας στο πλαίσιο του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα	36
3.4.1 Ποσοτικοί δείκτες επιχειρηματικότητας	38
3.4.2 Ποιοτικοί δείκτες επιχειρηματικότητας	41
3.5 Δείκτες επιχειρηματικότητας Doing Business.....	46
3.6 Συμπεράσματα	48
Λίστα Βιβλιογραφικών Αναφορών Κεφαλαίου	48
Μέρος Β΄	49
Κεφάλαιο 4^ο Επιχειρηματική δραστηριότητα – Σύγχρονη επιχείρηση	49
4.1 Εισαγωγή.....	49
4.2 Η στρατηγική, η αποστολή και οι στόχοι της σύγχρονης επιχείρησης.....	49
4.2.1 Η στρατηγική της επιχείρησης	49
4.2.2 Η αποστολή και ο αντικειμενικός σκοπός της επιχείρησης.....	51
4.2.3 Οι στόχοι της σύγχρονης επιχείρησης.....	52
4.3 Η δομή και η κουλτούρα της σύγχρονης επιχείρησης.....	54
4.3.1 Η δομή της σύγχρονης επιχείρησης	54
4.3.2 Η κουλτούρα της σύγχρονης επιχείρησης	57
4.4 Η επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα	58
4.4.1 Μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις	59
4.4.1.1 Ορισμός των Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων	59
4.4.1.2 Χαρακτηριστικά Μικρομεσαίων επιχειρήσεων.....	61
4.4.1.3 Πλεονεκτήματα - Μειονεκτήματα Μικρομεσαίων επιχειρήσεων	62
4.4.2 Νεοφυείς επιχειρήσεις (Start-ups)	62
4.4.2.1 Ορισμός Νεοφυών Επιχειρήσεων	63
4.4.2.2. Χαρακτηριστικά νεοφυών επιχειρήσεων	63
4.4.2.3 Διαδικασία έναρξης Νεοφυών Επιχειρήσεων	64
4.4.2.4. Οι νεοφυείς επιχειρήσεις στην Ελλάδα - Βασικές ανάγκες.....	65
4.5 Συμπεράσματα	68
Λίστα Βιβλιογραφικών Αναφορών Κεφαλαίου	69
Κεφάλαιο 5^ο Στρατηγικοί στόχοι της σύγχρονης επιχείρησης	72

5.1 Εισαγωγή.....	72
5.2 Το μοντέλο της Τριπλής Έλικας	74
5.2.1 Η σημασία του μοντέλου της Τριπλής Έλικας.....	75
5.3 Ο ρόλος του δημόσιου τομέα ως αγοραστή.....	76
5.4 Καινοτομία	78
5.4.1 Ορισμός καινοτομίας.....	78
5.4.2 Τύποι καινοτομίας.....	79
5.4.3 Η καινοτομία στην Ελλάδα.....	80
5.4.4 Οφέλη της καινοτομίας	82
5.5 Δημιουργικότητα.....	82
5.5.1 Η διαδικασία της δημιουργικότητας.....	83
5.5.2 Οφέλη της δημιουργικότητας	84
5.6 Περιβάλλον Τεχνολογίας Πληροφορικής	85
5.6.1 Η σημασία των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών.....	86
5.6.2 Η κατάσταση της Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης στην Ελλάδα	87
5.7 Εποχή της γνώσης (Knowledge era).....	89
5.7.1 Ορισμός της γνώσης – επιχειρηματικής γνώσης	90
5.7.2 Διαχείριση της γνώσης	90
5.8 Συμπεράσματα	92
Λίστα Βιβλιογραφικών Αναφορών Κεφαλαίου	92
Κεφάλαιο 6° Συμπεράσματα – Προτάσεις	96
Λίστα Βιβλιογραφικών Αναφορών Κεφαλαίου	98
Λίστα Βιβλιογραφικών Αναφορών.....	99
Ελληνική Βιβλιογραφία.....	99
Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία	102
Διαδικτυακές πηγές.....	104

Λίστα πινάκων και σχημάτων

Σχήμα 3.1: Η επιχειρηματικότητα στο πλαίσιο του GEM	35
Πίνακας 3.1: Ορολογία – Βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας	36
Διάγραμμα 3.1: Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων	38
Διάγραμμα 3.2: Εξέλιξη δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα 2003-12	39
Πίνακας 3.2: Εξέλιξη βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών)	40
Πίνακας 3.3: Ποσοστά διακοπής και αναστολής επιχειρηματικής δραστηριότητας Λόγοι αποχώρησης από την επιχείρηση	40
Διάγραμμα 3.3: Διαχρονική εξέλιξη της κλαδικής κατανομής των νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα	41
Διάγραμμα 3.4: Προοπτικές απασχόλησης στα νέα εγχειρήματα, 2009-2011	42
Διάγραμμα 3.5: Καινοτομία και Ένταση Ανταγωνισμού στην Επιχειρηματικότητα Αρχικών Σταδίων (2009-2011)	43
Διάγραμμα 3.6: Εξέλιξη της εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα 2006-2011	45
Πίνακας 3.4: Ποσοστό νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που χρησιμοποιεί νέες τεχνολογίες/ διαδικασίες Ελλάδα (2008-2011)	46
Διάγραμμα 3.7: Διευκόλυνση επιχειρηματικότητας	47
Πίνακας 4.5: Ορισμός Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων	60
Διάγραμμα 4.8: Δραστηριότητα της επιχείρησης	66
Διάγραμμα 4.9: Η επιχειρηματική σας ιδέα... (Σύνολο δείγματος)	67
Πίνακας 5.6: Δείκτης πτωχεύσεων σε χώρες της Δυτικής Ευρώπης (2009)	72
Διάγραμμα 5.10: Στρατηγική διαφοροποίησης σε επιχειρήσεις με καλύτερες αποδόσεις	73
Σχήμα 5.2: Το μοντέλο της τριπλής έλικας	74
Διάγραμμα 5.11: Κατάταξη της Ελλάδας σε δείκτες καινοτομίας (EIS 2009)	80
Σχήμα 5.3: Η υπεροχή της Ελλάδας στην ανοιχτή καινοτομία	81
Διάγραμμα 5.12 Πλεονέκτημα επιχειρήσεων με πιο έντονη περιβαλλοντική δράση	81
Σχήμα 5.5: Μοντέλο δημιουργικής διαδικασίας	84
Πίνακας 5.7: Δαπάνες E&A ανά τομέα εκτέλεσης (σε εκατ. €), 2011-2017	88
Διάγραμμα 5.13: Δαπάνες E&A ανά τομέα εκτέλεσης (σε εκατ. €), 2011-2017	88
Πίνακας 5.8: Ένταση E&A (Δαπάνες E&A ως % του ΑΕΠ) του κάθε τομέα εκτέλεσης E&A, 2011-2017	89

Πίνακας συντμήσεων και συντομογραφιών

Ε.Ε.	Ευρωπαϊκή Ένωση
ΜμΕ	Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις
Ν.	Νόμος
ΟΟΣΑ	Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης
ΙΟΒΕ	Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών
ΕΚΤ	Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης
ΤΠΕ	Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών
Ε&Α	Έρευνα και Ανάπτυξη
ΑΕΠ	Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν
BES	Business Sector: Τομέας επιχειρήσεων
GOV	Government Sector: Κρατικός τομέας
HES	Higher Education Sector: Τομέας τριτοβάθμιας εκπαίδευσης
PNP	Private Non Profit Sector: Τομέας ιδιωτικών μη κερδοσκοπικών ιδρυμάτων
PCP	Pre-Commercial Procurement: Προ-εμπορικές δημόσιες συμβάσεις
PPI	Public Procurement of Innovation: Δημόσιες συμβάσεις καινοτόμων λύσεων

Κεφάλαιο 1ο

Εισαγωγή

1.1 Εισαγωγή

Στόχος του πρώτου κεφαλαίου της ανά χείρας εργασίας αποτελεί η σταχυολόγηση των βασικών στοιχείων που πρόκειται να εξεταστούν στα επιμέρους κεφάλαια της εργασίας, καθώς επίσης και η παρουσίαση του κινήτρου που ώθησε τη γράφουσα να μελετήσει και να ενασχοληθεί με το εν λόγω θέμα. Επιπλέον, στο παρόν κεφάλαιο πρόκειται να παρουσιαστεί η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την εκπόνηση της εν λόγω εργασίας, καθώς επίσης και οι στόχοι που επιδιώκονται με τη σύνταξη αυτής.

1.2 Αντικείμενο

Ένα από τα χαρακτηριστικά της σύγχρονης οικονομίας αποτελεί η ταχύτητα με την οποία πραγματοποιούνται καινοτομίες σε όλους τους τομείς της οικονομίας, με χαρακτηριστικό παράδειγμα τις εφευρέσεις στον τομέα της τεχνολογίας και των ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Η διερεύνηση και εν τέλει η κατανόηση των οικονομικών τάσεων μέσω της εξέτασης σημαντικών εννοιών που περιλαμβάνονται στον όρο «οικονομική ανάπτυξη», καθίσταται αναγκαία όχι μόνο για τους επαγγελματίες της οικονομικής επιστήμης αλλά και για όλους τους ενδιαφερόμενους πολίτες.

Σημειώνεται ότι η οικονομική επιστήμη στηρίζεται στην πραγματικότητα και, συνεπώς, βοηθάει το ενδιαφερόμενο κοινό να κατανοήσει τον κόσμο που το περιβάλλει, να εντοπίσει τη συνάφεια της οικονομικής ανάλυσης με τα πραγματικά προβλήματα και, στη συνέχεια, να δημιουργήσει μια οικονομική πολιτική με στόχο μεταξύ άλλων την άνοδο του βιοτικού επιπέδου μιας χώρας και του κόσμου γενικότερα. Αυτό που παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον αποτελεί το γεγονός ότι σε κάθε περίοδο οι επιστήμονες έχουν να αντιμετωπίσουν διαφορετικές προκλήσεις και εξελίξεις σε όλους τους τομείς της οικονομικής ζωής προκειμένου να κατανοήσουν τα εξελισσόμενα προβλήματα της οικονομικής πολιτικής

(Samuelson and Nordhaus, 2000a).
«Η οικονομική ανάπτυξη αντιπροσωπεύει την επέκταση του δυνητικού ΑΕΠ ή εθνικού προϊόντος μιας χώρας.» Από την άλλη πλευρά, μέσω της ταχείας οικονομικής ανάπτυξης προηγμένες

βιομηχανικές χώρες του κόσμου κατάφεραν να προσφέρουν στους πολίτες πάρα πολλές υπηρεσίες που στο παρελθόν δεν υπήρχαν. Για τον λόγο αυτό, τα κράτη θεωρούν την οικονομική ανάπτυξη κρίσιμο συντελεστή στην οικονομική επιτυχία τους, καθώς προσδιορίζει τον ρυθμό αύξησης του βιοτικού επιπέδου μιας χώρας. Οι παράγοντες που επηρεάζουν την οικονομική πρόοδο μιας χώρας ανεξάρτητα από το πόσο πλούσια ή φτωχή είναι, αλλιώς οι πόροι, όπως ονομάζονται οι εισροές που χρησιμοποιούνται στην παραγωγική διαδικασία, είναι:

- ✚ Η εργασία ή αλλιώς ανθρώπινοι πόροι, οι οποίοι σχετίζονται με την προσφορά εργασίας σε αριθμητικά στοιχεία και με τις δεξιότητες και την εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού·
- ✚ Οι φυσικοί πόροι, όπως η γη, το πετρέλαιο, τα ορυκτά και το κλίμα·
- ✚ Το κεφάλαιο, το οποίο περιλαμβάνει τις υποδομές, τον εξοπλισμό και το κοινωνικό κεφάλαιο·
- ✚ Η τεχνολογία και η επιχειρηματικότητα.

Οι φυσικοί πόροι και το κεφάλαιο συγκαταλέγονται στους περιουσιακούς πόρους (property resources), ενώ η εργασία και η επιχειρηματικότητα συγκαταλέγονται στους ανθρώπινους πόρους (Αγιακλόγλου, Πέκκα-Οικονόμου, 2014).

Οι τέσσερις αυτοί παράγοντες είναι εξίσου απαραίτητοι και συνδυάζονται κατά την παραγωγική διαδικασία σε διαφορετικό βαθμό από χώρα σε χώρα. Ωστόσο, έμφαση δίνεται στην επιχειρηματικότητα και στην τεχνολογική πρόοδο. Η έννοια της επιχειρηματικότητας στο πλαίσιο μίας επιχείρησης σχετίζεται με την αποδοτική διαχείριση της χρήσης των άλλων πόρων προκειμένου να παραχθούν αγαθά και υπηρεσίες με τον καλύτερο τρόπο καθώς επίσης και με τη γενικότερη διεύθυνση της παραγωγικής διαδικασίας υπό την έννοια της λήψης σωστών επιχειρηματικών αποφάσεων (Αγιακλόγλου, Πέκκα-Οικονόμου, 2014).

Περαιτέρω, η τεχνολογική πρόοδος αποτέλεσε και εξακολουθεί να αποτελεί ζωτικό παράγοντα της ταχείας ανάπτυξης του βιοτικού επιπέδου, καθώς συμβάλλει στην αύξηση της παραγόμενης ποσότητας αλλά και στη βελτίωση της ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων. Με τον όρο τεχνολογική αλλαγή εννοούνται οι μεταβολές στη διαδικασία της παραγωγής ή η εισαγωγή νέων προϊόντων ή υπηρεσιών. Η τεχνολογική μεταβολή συνιστά προϊόν του οικονομικού συστήματος, ενώ χαρακτηριστικό των τεχνολογιών είναι ότι αποτελούν δημόσια ή «μη ανταγωνιστικά» αγαθά καθώς μπορούν να χρησιμοποιούνται από πολλούς χωρίς να εξαντλούνται. Η ανάπτυξη τεχνολογιών και εφευρέσεων είναι δαπανηρή για παραγωγή αλλά φθηνή για αναπαραγωγή. Για τον λόγο αυτό, δίνεται ιδιαίτερη σημασία στην προστασία των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας σε εκείνους που αναπτύσσουν νέες τεχνολογίες.

Επιπλέον, η καινοτομία απαιτεί την προαγωγή του επιχειρηματικού πνεύματος (Samuelson and Nordhaus, 2000b).

Κατόπιν της ανωτέρω ανάλυσης, η γράφουσα αναγνωρίζοντας τη σημασία των εννοιών της τεχνολογίας, της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας και λόγω προσωπικού ενδιαφέροντός της επί του θέματος επέλεξε την εξέταση των εννοιών αυτών και της μεταξύ τους σχέσης υπό το πρίσμα της επιχειρηματικής δραστηριότητας στο σύγχρονο περιβάλλον – ένα θέμα με πλούσιο υλικό τεκμηρίωσης.

Βασικό αντικείμενο της παρούσας εργασίας συνιστά η διερεύνηση της έννοιας της επιχειρηματικότητας και των ειδικότερων εκφάνσεων αυτής στο σύγχρονο συνεχώς μεταβαλλόμενο εξωτερικό περιβάλλον. Ειδικότερα, εξετάζονται οι προσδιοριστικοί παράγοντες της επιχειρηματικότητας, τα είδη και οι μορφές αυτής, ενώ παράλληλα γίνεται αναφορά σε ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία της επιχειρηματικότητας. Σε δεύτερο στάδιο επιδιώκεται η συσχέτιση της επιχειρηματικότητας με τη δραστηριοποίηση της σύγχρονης επιχείρησης και τους στρατηγικούς στόχους που αυτή θέτει στο σύγχρονο συνεχώς μεταβαλλόμενο εξωτερικό περιβάλλον. Στο πλαίσιο αυτό, εξετάζονται οι έννοιες «καινοτομία» (“innovation”), «δημιουργικότητα» (“creativity”), «περιβάλλον τεχνολογίας πληροφορικής» (“information technology environment”), «εποχή της γνώσης» (“knowledge era”) και παρουσιάζονται τα κύρια συμπεράσματα.

1.3 Σκοπός και στόχοι

Η έννοια της επιχειρηματικότητας και μόνο αποτελεί πρόσφορο έδαφος για μελέτη καθώς πρόκειται για ένα αντικείμενο που προσφέρει πλούσια ανάλυση τόσο σε επίπεδο βιβλιογραφίας όσο και σε επίπεδο πραγματικής οικονομίας και εξέλιξης στο σύγχρονο περιβάλλον. Μέσα από την προσέγγιση του θέματος που ακολουθείται, επιδιώκεται η όσο το δυνατόν πληρέστερη κάλυψη του φάσματος των εννοιών που εξετάζονται, ώστε ο αναγνώστης να έχει τη δυνατότητα να τις αφομοιώσει και να εμπεδώσει τη σημασία τους και την πρακτική εφαρμογή τους σε όλες τις πτυχές της επιχειρηματικής δραστηριότητας και του κοινωνικού συνόλου.

Επιπλέον, με τη μελέτη δύο βασικών μορφών επιχείρησης που δραστηριοποιούνται στο σύγχρονο περιβάλλον, ήτοι τις Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις και τις Νεοφυείς Επιχειρήσεις επιδιώκεται η εξαγωγή αξιόλογων συμπερασμάτων για τη σύγχρονη επιχείρηση και τους στρατηγικούς στόχους που αυτή θέτει.

1.4 Διάρθρωση εργασίας

Η παρούσα εργασία εκπονήθηκε μέσα από την ανασκόπηση και τη μελέτη της διαθέσιμης βιβλιογραφίας επί του θέματος. Επιπλέον, έγινε χρήση εγγράφων των επίσημων εκδόσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης και σχετικά νομοθετικά και προπαρασκευαστικά έγγραφα αναφορικά με την επιχειρηματικότητα σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Στη συνέχεια, αναζητήθηκαν και αξιολογήθηκαν αποτελέσματα μελετών σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο προκειμένου να υπάρξουν ασφαλή συμπεράσματα κυρίως ως προς την κατάσταση του σύγχρονου επιχειρηματικού περιβάλλοντος και τους στρατηγικούς στόχους των σύγχρονων επιχειρήσεων.

Το κυρίως μέρος της ανά χείρας εργασίας διαρθρώνεται ως εξής:

- I. Το Μέρος Α΄ διακρίνεται σε δύο (2) κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο παρατίθενται ο ορισμός της επιχειρηματικότητας και τα βασικά γνωρίσματα αυτής, με τη μελέτη των ειδών και των μορφών επιχειρηματικότητας. Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα σημαντικότερα ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία της επιχειρηματικότητας.
- II. Το Μέρος Β΄ περιλαμβάνει τρία (3) κεφάλαια. Το πρώτο κεφάλαιο επιχειρεί μία σταχυολόγηση των προϋποθέσεων της επιχειρηματικότητας υπό το πρίσμα της σύγχρονης επιχειρηματικής δραστηριότητας και της σύγχρονης επιχείρησης. Στο δεύτερο κεφάλαιο εξετάζονται οι στρατηγικοί στόχοι της σύγχρονης επιχείρησης μέσω της διερεύνησης των εννοιών «καινοτομία», «δημιουργικότητα», «περιβάλλον τεχνολογίας πληροφορικής» και «εποχή της γνώσης» και η σχέση τους με την επιχειρηματικότητα. Στο τελευταίο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της ανάλυσης που προηγήθηκε και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.

1.5 Συμπεράσματα

Η ενασχόληση με την έννοια της επιχειρηματικότητας, των βασικών χαρακτηριστικών και μορφών αυτής σε σχέση με τους στρατηγικούς στόχους της σύγχρονης επιχείρησης επιδιώκεται να αποτελέσει ένα σημαντικό προσωπικό έργο με προστιθέμενη αξία τόσο για την ίδια τη γράφουσα όσο και για το ενδιαφερόμενο αναγνωστικό κοινό σε εκπαιδευτικό και επαγγελματικό επίπεδο.

Ειδικότερα, μέσω αυτής θα αποσαφηνιστούν έννοιες που χρησιμοποιούνται σε μεγάλο βαθμό ιδίως τα τελευταία χρόνια και θα εξεταστεί η σχέση των εννοιών αυτών μεταξύ τους στο πλαίσιο του σύγχρονου επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

Λίστα Βιβλιογραφικών Αναφορών Κεφαλαίου

Ελληνική Βιβλιογραφία

Αγιακλόγλου, Χ., Πέκκα-Οικονόμου, Β. (2014). *Η μικροοικονομική προσέγγιση της σύγχρονης επιχείρησης*. Εκδόσεις Ε. Μπένου, Αθήνα.

Samuelson, P.A., Nordhaus, W.D. (2000a). *Οικονομική*. Α' Τόμος. 16^η Διεθνής Έκδοση, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.

Samuelson, P.A., Nordhaus, W.D. (2000b). *Οικονομική*. Β' Τόμος. 16^η Διεθνής Έκδοση, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.

Μέρος Α΄

Κεφάλαιο 2ο Η Έννοια της Επιχειρηματικότητας

2.1 Εισαγωγή

Προτού προχωρήσουμε στη μελέτη της σύγχρονης επιχείρησης και επιχειρηματικής δραστηριότητας, κρίθηκε σκόπιμη αρχικά η εξέταση του όρου επιχειρηματικότητα μελετώντας τους ορισμούς που διαχρονικά έχουν αποδοθεί καθώς και τα χαρακτηριστικά της. Η ετυμολογία του όρου «επιχειρηματικότητα» προέρχεται από το ρήμα «επιχειρώ» ή και το απαρέμφατο «επιχειρείν», εννοώντας την προσπάθεια κάποιου να επιτύχει κάτι καινοτόμο, αναλαμβάνοντας και το ανάλογο ρίσκο (Μπιτζένης, 2014). Στην πολυσύνθετη έννοια της επιχειρηματικότητας έχουν αποδοθεί πολλοί ορισμοί, οι οποίοι, ωστόσο, όπως θα δούμε στο παρόν κεφάλαιο, έχουν κοινά χαρακτηριστικά μεταξύ τους, ενώ κανένας δεν έχει επικρατήσει.

Αντικείμενο του εν λόγω κεφαλαίου, συνιστά η ανάλυση της έννοιας της επιχειρηματικότητας και των χαρακτηριστικών που αυτή έχει, ενώ, στη συνέχεια, παρουσιάζονται οι μορφές και τα είδη της επιχειρηματικότητας.

2.2 Ορισμός της επιχειρηματικότητας

Με την επιχειρηματικότητα να βρίσκεται στο επίκεντρο του οικονομικού ενδιαφέροντος λόγω της σημαντικής συμβολής της στην οικονομική ανάπτυξη (Baumol, 1990· 2002· Hayek, 1948), στην απασχόληση και στην ανταγωνιστικότητα (Birch, 1987· Fölster, 2000· Storey, 1994) και στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων (Gartner, 1988), έχουν γίνει πολλές απόπειρες ορισμού του όρου αυτού. Παρακάτω, παρατίθενται οι επικρατέστεροι ορισμοί που έχουν δοθεί από το παρελθόν έως σήμερα.

Η προέλευση του όρου «επιχειρηματικότητα» έρχεται από τον οικονομολόγο Joseph Schumpeter (1934), η άποψη του οποίου επηρέασε σημαντικά τη σύγχρονη αντίληψη για την επιχειρηματικότητα. Σύμφωνα με τον Schumpeter, η επιχειρηματικότητα σχετίζεται τόσο με τη δημιουργία νέων οργανισμών όσο και με τη δημιουργία νέων συνδυασμών. Ο Schumpeter θεωρεί την επιχειρηματικότητα ξεχωριστή λειτουργία της επιχείρησης. Έτσι, αναφέρει πέντε τρόπους για την αλλαγή του τρόπου διεξαγωγής της παραγωγής:

- i. ανάπτυξη ενός νέου προϊόντος ή σημαντική βελτίωση ενός υφιστάμενου προϊόντος
- ii. ανακάλυψη μιας νέας μεθόδου παραγωγής
- iii. ανακάλυψη και εκμετάλλευση μιας νέας αγοράς
- iv. ανακάλυψη και εκμετάλλευση μιας καινούριας πηγής για την προμήθεια πρώτων υλών
- v. ανακάλυψη ή ανάπτυξη και εφαρμογή ενός νέου τρόπου οργάνωσης.

Η μεγαλύτερη συμβολή του Schumpeter έγκειται στη συσχέτιση της επιχειρηματικότητας με την καινοτομία στην προσπάθειά του να περιγράψει την επιχειρηματικότητα. Στην περιγραφή αυτή στηρίζονται πολλοί σύγχρονοι ορισμοί.

Προχωρώντας σε μεταγενέστερους ορισμούς της επιχειρηματικότητας, το 1985 ο Drucker όρισε την επιχειρηματικότητα ως «πράξη καινοτομίας» και υποστήριξε πως η καινοτομία αποτελεί μία βασική πτυχή της επιχειρηματικότητας (Drucker, 1985, Lumpkin & Dess, 1996). Συγκεκριμένα, στον ορισμό του αναφέρει ότι επιχειρηματικότητα δεν είναι απλά η ίδρυση μιας οποιασδήποτε νέας εταιρείας η οποία θα κάνει ό,τι περίπου κάνουν οι παρόμοιες υπάρχουσες εταιρείες της αγοράς. Αντίθετα, προσθέτει τον όρο «καινοτομία» υποστηρίζοντας ότι «επιχειρηματικότητα αποτελεί η ίδρυση εταιρείας η οποία εισάγει καινούριο προϊόν ή υπηρεσία το οποίο διαταράσσει την αγορά». Άλλοι ακαδημαϊκοί έδωσαν έμφαση στο πρόσωπο του επιχειρηματία σχετικά με τον καλύτερο συντονισμό των συντελεστών παραγωγής με τις υπάρχουσες τεχνολογικές δυνατότητες προκειμένου να επιτευχθεί μέγιστο οικονομικό όφελος (Μπιτζένης, 2014).

Στη συνέχεια, ακολούθησε ένας ορισμός βασισμένος στη συμπεριφοριστική θεώρηση. Αυτός δόθηκε από τον Gartner (1988), ο οποίος συνέδεσε τον όρο επιχειρηματικότητα με το πρόσωπο που την πραγματοποιεί, δηλαδή τον επιχειρηματία. Πιο συγκεκριμένα, ανέφερε ότι επιχειρηματικότητα είναι το φαινόμενο της ίδρυσης μιας επιχείρησης από έναν άνθρωπο ο οποίος για κάποιο διάστημα στη ζωή του αναλαμβάνει τον ρόλο του επιχειρηματία. Ωστόσο, το φαινόμενο επιχειρηματικότητα, σύμφωνα με τον ίδιο, ολοκληρώνεται όταν ολοκληρώνεται και ο ρόλος του επιχειρηματία, όταν δηλαδή η νέα επιχείρηση αποκτήσει μερίδιο και εγκατασταθεί στην αγορά.

Σύμφωνα με τον Timmons (1994), η επιχειρηματικότητα είναι «η δημιουργία πράγματος ή υπηρεσίας που έχει αξία από το πρακτικά “τίποτα”». Με τον όρο «αξία» ο Timmons φυσικά αναφέρεται στην οικονομική αξία, η οποία καθορίζεται από την τιμή, και με την λέξη «τίποτα» υποδηλώνει ότι όλα τα απαραίτητα μέσα ή οι διαδικασίες παραγωγής του

προϊόντος μπορεί μεν να υπάρχουν, αλλά σε μορφή η οποία δεν είναι οργανωμένη ώστε να τροφοδοτήσει συστηματικά με προϊόν μια αγορά¹.

Οι VanderWerf και Brush, το 1994 όρισαν την επιχειρηματικότητα ως μια επιχειρηματική δραστηριότητα στην οποία απαντώνται πέντε είδη συμπεριφοράς, τα οποία περιλαμβάνουν τη δημιουργία μιας νέας επιχειρηματικής μονάδας, τη γενικότερη διοίκηση και διαχείριση μιας επιχείρησης, την καινοτομία, δηλαδή την εμπορική εκμετάλλευση ενός νέου προϊόντος, νέας διαδικασίας, την ανάληψη κινδύνου από πιθανές απώλειες ή αποτυχία της επιχείρησης και, τέλος, την πρόθεση απόδοσης, δηλαδή την επιτυχία σημαντικής ανάπτυξης και κέρδους μέσω μιας επιχειρηματικής μονάδας (Μπιτζένης, 2014).

Σύμφωνα με τους Hisrich and Peters (1998), όλοι οι ορισμοί της επιχειρηματικότητας έχουν μια κοινή συνισταμένη που αναφέρεται στην «ανάληψη πρωτοβουλίας, την οργάνωση κοινωνικών και οικονομικών μηχανισμών για τη μετατροπή μέσων και καταστάσεων σε πρακτικό επίπεδο, την αποδοχή ρίσκου ή αποτυχίας και τέλος την ανταμοιβή». Η ανάληψη πρωτοβουλίας αναφέρεται στη δημιουργία κάτι νέου που έχει αξία τόσο για τον επιχειρηματία όσο και για τον αγοραστή (Μπιτζένης, 2014).

Οι McGrath και MacMillan (2000) με τη σειρά τους απείχαν από την άποψη που υποστήριζε ότι η επιχειρηματικότητα είναι μια πράξη ή μια διαδικασία, διατυπώνοντας την θεώρηση ότι η επιχειρηματικότητα είναι «τρόπος σκέψης» τον οποίο κατέχουν ορισμένοι άνθρωποι. Οι συγγραφείς αυτοί ονομάζουν όσους έχουν τον επιχειρηματικό τρόπο σκέψης «καθ' έξιν επιχειρηματίες» (habitual entrepreneurs) οι οποίοι εντοπίζουν συνεχώς καινούριες επιχειρηματικές ευκαιρίες τις οποίες αξιοποιούν σε χρόνο που οι ίδιοι επιλέγουν.

Η θεώρηση των Shane και Venkataraman (2000) για την επιχειρηματικότητα είναι μια άποψη την οποία πολλοί μελετητές ακολούθησαν από τις αρχές του 21^{ου} αιώνα στις έρευνες και τις μελέτες τους. Σύμφωνα με αυτή τη θεώρηση, η επιχειρηματικότητα νοείται ως ένα διακριτό πεδίο μελέτης το οποίο συμπεριλαμβάνει ένα σύνολο επιχειρηματικών ευκαιριών που εμφανίζονται στην αγορά, ένα ανθρώπινο δυναμικό που επιθυμεί να εκμεταλλευτεί και να αξιοποιήσει αυτές τις ευκαιρίες αλλά και μια διαδικασία ανακάλυψης και αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών. Όπως φαίνεται, αυτός ο ορισμός αναφέρεται και στις τρεις συνιστώσες της επιτυχημένης επιχειρηματικότητας (ανθρώπινο δυναμικό, νέες ευκαιρίες, διαδικασία αξιοποίησής τους) συνδυαστικά και όχι ξεχωριστά στην καθημιά όπως γινόταν ως τότε στους προηγούμενους ορισμούς².

Στη σημασία του εντοπισμού των νέων ευκαιριών αλλά και της πραγματοποίησης αυτών αναφέρθηκαν και οι Link & Siegel (2007) οι οποίοι όρισαν την επιχειρηματικότητα ως

¹<http://kdvm.gr/Media/Default/Pdf%20enotites/1.1.pdf>

²<http://kdvm.gr/Media/Default/Pdf%20enotites/1.1.pdf>

«αναγνώριση της ύπαρξης μιας ευκαιρίας και ικανότητα δράσης γύρω από αυτήν». Η επιχειρηματικότητα λοιπόν ύστερα από την αναγνώριση μιας καινοτομίας έχει μια οργανωσιακή διάσταση, που αφορά είτε στη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης βασισμένης στην καινοτόμα ιδέα, είτε στην αναδιοργάνωση μιας υπάρχουσας επιχείρησης με σκοπό την εμπλοκή σε νέες δραστηριότητες³.

Μία πρόσφατη προσπάθεια ορισμού της επιχειρηματικότητας έγινε από την Ευρωπαϊκή Ένωση το 2003 στην Πράσινη Βίβλο Επιχειρηματικότητας (Ευρωπαϊκή Επιτροπή), όπου αναφέρεται ότι «η επιχειρηματικότητα είναι νοοτροπία και τρόπος δημιουργίας και ανάπτυξης οικονομικής δραστηριότητας μέσω του συνδυασμού της ανάληψης κινδύνου, της δημιουργικότητας και/ή της καινοτομίας με τη χρηστή διαχείριση, στο πλαίσιο ενός νέου ή υφιστάμενου οργανισμού».

Στις μέρες μας φαίνεται να επικρατεί ο ορισμός του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου της Επιχειρηματικότητας (2012), ο οποίος είναι και ο πιο πρόσφατος. Σύμφωνα με αυτόν, επιχειρηματικότητα ορίζεται η προσπάθεια που έχει στόχο τη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης ή νέας δραστηριότητας για παραγωγή και πώληση προϊόντων και υπηρεσιών ή την επέκταση μιας ήδη υπάρχουσας επιχείρησης που γίνεται από έναν μόνο ή από ομάδα ιδιωτών ή από άλλες υπάρχουσες επιχειρήσεις. Η επιχειρηματικότητα συνιστά από μόνη της μια καινοτομική διαδικασία, καθώς αναφέρεται στην ικανότητα των ατόμων να διαβλέπουν συγκεκριμένες ευκαιρίες επένδυσης, με σκοπό την εκμετάλλευση συγκριτικών πλεονεκτημάτων. Στο επίκεντρο αυτής της διαδικασίας βρίσκονται η δημιουργία προστιθέμενης αξίας και το κέρδος, η απόκτηση του οποίου διέρχεται μέσα από την οργάνωση της παραγωγής (Μανασάκης, 2013).

Από τους παραπάνω ορισμούς, οι οποίοι παρουσιάζουν όπως φάνηκε διαφορές και ομοιότητες, προκύπτουν κάποια βασικά στοιχεία – συστατικά – της έννοιας της επιχειρηματικότητας. Αρχικά, είναι η ικανότητα κάποιου να διαβλέπει, να αναγνωρίζει και να αξιοποιεί τις ευκαιρίες κέρδους που παρουσιάζονται στην αγορά. Στη συνέχεια, είναι η εισαγωγή και η εφαρμογή καινοτόμων ιδεών καθώς και η δημιουργική μίμηση των πρωτοποριακών επιχειρηματικών προσπαθειών. Τέλος, είναι ο άρτιος τρόπος οργάνωσης και συνδυασμού των συντελεστών παραγωγής για τη δημιουργία αγαθών και υπηρεσιών⁴. Στη συνέχεια του κεφαλαίου, δίνεται η ευκαιρία να αναλυθούν εκτενώς οι προσδιοριστικοί παράγοντες της επιχειρηματικότητας αλλά και τα είδη και οι μορφές της.

³https://mke.aegean.gr/files/2014/09/thematika_9F.pdf

⁴<http://repository.edulll.gr/900>

2.3 Ορισμός του επιχειρηματία

Ο επιχειρηματίας συνιστά έννοια αλληλένδετη με την επιχειρηματικότητα καθώς πρόκειται για το άτομο που κινητοποιεί τους αναγκαίους παραγωγικούς πόρους, τους εκμεταλλεύεται με παραγωγικό τρόπο ώστε να υλοποιήσει μια επιχειρηματική ευκαιρία (Shackle, 2013). Επομένως, πρόκειται για το άτομο που αναλαμβάνει το ρίσκο να δημιουργήσει ένα καινοτόμο προϊόν στην αγορά. Ο επιχειρηματίας αναπτύσσει και διατηρεί μια επιχείρηση που βασίζεται σε νέες ιδέες, ενώ επιδιώκει τη μεγιστοποίηση του οφέλους και του κέρδους και την επίτευξη των προσωπικών του στόχων.

Στο πρόσωπο του καλού επιχειρηματία συναντώνται χαρακτηριστικά όπως η σωστή διαχείριση του κινδύνου προκειμένου να επιτύχει τη δημιουργία ενός καινοτόμου προϊόντος με το ανάλογο κέρδος και η προσπάθεια να βρει τρόπους να ελαχιστοποιήσει τους πιθανούς επερχόμενους κινδύνους λόγω της αβεβαιότητας που υπάρχει στην οικονομικοκοινωνική ζωή. Η αβεβαιότητα αυτή οφείλεται είτε στην μεταβολή των οικονομικοκοινωνικών συνθηκών είτε στην ατελή γνώση των επιχειρηματιών για τις υφιστάμενες συνθήκες. Επιπλέον, άλλο χαρακτηριστικό του καλού επιχειρηματία είναι ο τρόπος που ενεργεί και η ικανότητα του να διαβλέπει επιχειρηματικές ευκαιρίες και τον βαθμό απόδοσής τους (Μπιτζένης, 2014).

Σύμφωνα με τον Drucker (1985), ο επιχειρηματίας είναι το άτομο που μεσολαβεί μεταξύ του προμηθευτή και του καταναλωτή και αναλαμβάνει παράλληλα και το αντίστοιχο ρίσκο της όποιας επιτυχίας. Αντίθετα, οι Kihlstrom and Laffont (1979) κρίνουν ότι οι επιχειρηματίες είναι άτομα που κινούνται στα όρια της αβεβαιότητας, ενώ ο Brockhaus (1980) θεωρεί ότι ο επιχειρηματίας είναι ο κύριος ιδιοκτήτης μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας, ο οποίος ελέγχει απόλυτα την επιχειρηματική μονάδα. Για τους Meredith, Nelson and Neck (1982), ο επιχειρηματίας έχει την ικανότητα να εντοπίζει και να αξιολογεί τις ευκαιρίες σε μία αγορά, να αναλαμβάνει το ανάλογο ρίσκο και να επιδιώκει το αντίστοιχο κέρδος. Σύμφωνα με τον Gartner (1988), οι επιχειρηματίες δημιουργούν νέες μονάδες και εντοπίζουν ευκαιρίες. Τέλος, οι Tyson, Petrin and Rogers (1994) ορίζουν τον επιχειρηματία ως το άτομο που συνδυάζει τους συντελεστές παραγωγής, εντοπίζει νέες ευκαιρίες και αναλαμβάνει το αντίστοιχο ρίσκο.

Από την παράθεση των παραπάνω ορισμών του όρου «επιχειρηματίας», προκύπτει ότι ο επιχειρηματίας εμφανίζει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά (Μπιτζένης, 2014):

Συγκεντρώνει και επενδύει τους διαθέσιμους πόρους.

Διακρίνει αξιόλογες επιχειρηματικές ευκαιρίες στην αγορά.

Μετατρέπει τις ευκαιρίες αυτές μέσω της ικανότητάς του και της τεχνογνωσίας του σε επιχειρηματικό έργο.

2.4 Προσδιοριστικοί παράγοντες και κίνητρα που ενισχύουν την επιχειρηματικότητα

Σύμφωνα με τον Gartner (1985), οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα είναι ο επιχειρηματίας, το περιβάλλον, ο οργανισμός και η διαδικασία η οποία ακολουθείται κατά την εγκαθίδρυση της επιχείρησης. Ο επιχειρηματίας σηματοδοτεί την έναρξη μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας, ενώ δίνεται έμφαση στην ικανότητά του να εντοπίζει επιχειρηματικές ευκαιρίες. Το περιβάλλον στο οποίο αναπτύσσεται η επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει θεσμικά, οικονομικά και κοινωνικά στοιχεία.

Η επιχειρηματικότητα είναι η διαδικασία μέσω της οποίας τα άτομα συγκεντρώνουν τους απαραίτητους πόρους προκειμένου να εκμεταλλευτούν ευκαιρίες που εμφανίζονται για να παράγουν αξία. Τα σημαντικότερα κίνητρα που ωθούν τα άτομα να αναλάβουν επιχειρηματική δράση είναι τα ακόλουθα:

- ✓ Το κέρδος, ως οικονομική ανταμοιβή για την ανάληψη επιχειρηματικής δράσης από έναν επιχειρηματία ο οποίος επιδιώκει να επιτύχει απόδοση της επένδυσης όχι μόνο ως προς τον χρόνο και το χρήμα που έχουν επενδυθεί αλλά και ως προς την κάλυψη των κινδύνων και των πρωτοβουλιών που ανέλαβε.
- ✓ Η ανεξαρτησία στην εργασία.
- ✓ Η προσωπική και επαγγελματική καταξίωση του επιχειρηματία, ο οποίος αναδεικνύει τις προσωπικές του δεξιότητες διοίκησης και διαχείρισης σημαντικών τομέων δράσης.
- ✓ Η ύπαρξη εναλλακτικής επιλογής σε σύγκριση με μία μη ικανοποιητική εργασία λόγω των περιορισμένων κινήτρων και ευκαιριών εξέλιξης αλλά και λόγω της μη αναμενόμενης καλής απόδοσης μιας επιχείρησης.

- ✓ Η ύπαρξη οικογενειακής επιχείρησης. Στην περίπτωση αυτή, ωστόσο, σημασία έχει να πρόκειται για προσωπική επιλογή του ατόμου και όχι για επιβολή.
- ✓ Άλλα κίνητρα σχετίζονται με πιθανές ευκαιρίες που προκύπτουν, όπως ο εντοπισμός μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας, η καινοτομία με την έννοια της ανακάλυψης νέων προϊόντων, υπηρεσιών ή διαδικασιών και, στη συνέχεια, η εμπορική τους εκμετάλλευση, η τεχνογνωσία και τα δίκτυα συνεργασίας (Μπιτζένης, 2014).

2.5 Μορφές επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα εμφανίζεται σε διάφορες μορφές ανάλογα με τον σκοπό και τους στόχους της αλλά και βάσει του επιχειρηματικού μοντέλου που εφαρμόζεται για να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι. Στην ενότητα αυτή θα αναφερθούμε στις διάφορες μορφές της επιχειρηματικότητας και, συγκεκριμένα, στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, την πράσινη επιχειρηματικότητα, την δημόσια επιχειρηματικότητα, την επιχειρηματικότητα καινοτομίας, την ενδό-επιχειρηματικότητα, την νεοφυή επιχειρηματικότητα και την γυναικεία επιχειρηματικότητα.

2.5.1 Γυναικεία επιχειρηματικότητα

Μια μορφή επιχειρηματικότητας που αυξάνεται όλο και περισσότερο τα τελευταία χρόνια είναι η γυναικεία επιχειρηματικότητα. Ένας ορισμός της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι αυτός που έδωσε ο Chu (2000), σύμφωνα με τον οποίο «γυναίκες επιχειρηματίες θεωρούνται αυτές που ιδρύουν μια επιχείρηση μέσα από δική τους πρωτοβουλία, κληρονομιά, με ή χωρίς τα μέλη της οικογένειας και διευθύνουν οι ίδιες, έχοντας ενεργό συμμετοχή σε αυτήν.

Σύμφωνα με τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης, τα βασικά χαρακτηριστικά μιας «γυναικείας» επιχείρησης είναι να υπάρχει γυναικεία συμμετοχή σε ποσοστό τουλάχιστον 51% στο κεφάλαιο της επιχείρησης και οι ενέργειες στρατηγικής σκοπιμότητας που αφορούν την ανάπτυξη της επιχείρησης να λαμβάνονται από την ιδιοκτήτριά της.

Τα σημαντικότερα κίνητρα που οδηγούν τις γυναίκες στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι κυρίως οικονομικά σε συνδυασμό με το φαινόμενο της ανεργίας που μαστιάζει την εν λόγω ομάδα. Οι περισσότερες από τις γυναίκες έχουν εργασιακή εμπειρία είτε σε οικογενειακή επιχείρηση ή σε ξένη και αυτό λειτουργεί σαν κίνητρο να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση.

Οι βασικοί τομείς της οικονομίας που δραστηριοποιούνται οι γυναίκες είναι κυρίως τριτογενούς τομέα δηλαδή στις υπηρεσίες όπως ταξιδιωτικά γραφεία, διαφήμιση, στελέχη πολυεθνικών εταιριών και λιανικού εμπορίου. Άλλοι τομείς στους οποίους έχουν αναπτύξει τα τελευταία χρόνια οι γυναίκες την επιχειρηματική τους δραστηριότητα είναι στον αγροτικό τομέα μέσω της συνεταιριστικής οργάνωσης στον αγροτουρισμό και στην κατασκευή και εμπορία προϊόντων πολιτιστικής κληρονομιάς κ.α. (Brush, 1992).

2.5.2 Κοινωνική επιχειρηματικότητα

Η κοινωνική οικονομία περιλαμβάνει τον χώρο της οικονομίας που βρίσκεται μεταξύ του ιδιωτικού και του δημοσίου τομέα και στον οποίο οι οικονομικές δραστηριότητες έχουν κοινωνικούς σκοπούς και στόχους. Η κοινωνική οικονομία αναφέρεται σε οικονομικές δραστηριότητες επιχειρήσεων, φορέων και οργανισμών, των οποίων η ηθική, ο τρόπος λειτουργίας και οι στόχοι έχουν ως σκοπό να εξυπηρετηθούν τα μέλη τους ή το συλλογικό όφελος, η διαχειριστική αυτονομία, οι δημοκρατικές διαδικασίες λήψης αποφάσεων και η ανάπτυξη δίνοντας προτεραιότητα στις ανάγκες των ανθρώπων και στην απασχόληση (Σαρρή και Τριχοπούλου, 2012).

Στις περισσότερες χώρες η ανάπτυξη των δραστηριοτήτων της κοινωνικής οικονομίας συμβάλλει στην ενίσχυση του επιχειρηματικού πνεύματος, στη δημιουργία κατάλληλων συνθηκών απασχόλησης των ατόμων με δυσκολίες πρόσβασης στην αγορά εργασίας και στην κάλυψη των κοινωνικών υπηρεσιών, που δεν ήταν εύκολο να καλυφθούν με διαφορετικό τρόπο (Χρυσάκης, Ζιώμας, Καραμητοπούλου, & Χατζηαντώνης, 2002).

Όσον αφορά την κοινωνική και αλληλέγγυα οικονομία ως μορφή εναλλακτικής οργάνωσης των οικονομικών δραστηριοτήτων στην Ελλάδα, το νομοθετικό πλαίσιο αυτής ρυθμίστηκε πρόσφατα με τον νόμο 4430/2016 (Α'205) «Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία και ανάπτυξη των φορέων της και άλλες διατάξεις». Μέσω του εν λόγω νομοθετήματος επιδιώκεται η διάχυση της Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας σε όλους τους δυνατούς τομείς οικονομικής δραστηριότητας και η στήριξη και ενίσχυση των παραγωγικών εγχειρημάτων αυτοδιαχείρισης και της συλλογικής κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Περαιτέρω, στον νόμο αυτό περιλαμβάνονται διατάξεις για τη σύσταση, λειτουργία και διοικητική εποπτεία των Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας. Φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας είναι μεταξύ άλλων:

- οι Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις,
- οι Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε.) και

➤ οι Συνεταιρισμοί Εργαζομένων.

Στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, στόχος του επιχειρηματία είναι η αντιμετώπιση και κάλυψη μιας κοινωνικής και ανθρώπινης ανάγκης. Συνεπώς, η αξία της επιχειρηματικότητας στην περίπτωση αυτή δεν είναι μόνο οικονομική αλλά και κοινωνική. Με άλλα λόγια η αποστολή της επιχείρησης που έχει κοινωνική μορφή και το κίνητρο του κοινωνικού επιχειρηματία είναι η οριστική ικανοποίηση μιας κοινωνικής ανάγκης ή προβλήματος.

Τα μέσα που χρησιμοποιούνται για την επίτευξη των στόχων των κοινωνικών επιχειρήσεων είναι τα κέρδη από τις πωλήσεις των προϊόντων τους, χορηγίες, δωρεές, όπως και συνεργασίες με φορείς ή άλλες μη-κερδοσκοπικές επιχειρήσεις. Σε αντίθεση με τις επιχειρήσεις που ασχολούνται με προϊόντα και υπηρεσίες όπου η αποτίμηση της οικονομικής αξίας της επιχείρησης είναι ευκολότερη, για τις κοινωνικές επιχειρήσεις αυτό είναι πιο περίπλοκο. Συγκεκριμένα, ο κοινωνικός επιχειρηματίας οφείλει να λογοδοτεί έναντι των χρηματοδοτήσεων που λαμβάνει και η μόνη παράμετρος που μπορεί να θεωρηθεί ενδεικτική για την πορεία της επιχείρησης είναι ο αριθμός και το ύψος των χορηγιών που λαμβάνει με τον χρόνο⁵.

Η ανάπτυξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας μπορεί να καλύψει τις ανάγκες της τοπικής κοινωνίας, όπου το κράτος δεν είναι σε θέση να το κάνει και ο ιδιωτικός τομέας ενδεχομένως τις θεωρεί ασύμφωτες, ενώ επίσης μπορεί να συμβάλλει σε σημαντικό βαθμό στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας (I.O.B.E., 2010).

Τέλος, συχνά παρατηρείται η σύγχυση της κοινωνικής με την πράσινη επιχειρηματικότητα η οποία έχει ως στόχο όπως θα δούμε στη συνέχεια την προστασία του περιβάλλοντος. Φυσικά αυτός αποτελεί έναν κοινωνικό στόχο αλλά η δράση των κοινωνικών επιχειρήσεων δεν περιορίζεται μόνο σε αυτόν.

2.5.3 Πράσινη επιχειρηματικότητα

Η πράσινη επιχειρηματικότητα είναι μια καινοτόμα μορφή οικονομικής δραστηριότητας η οποία θέτει στο επίκεντρο των στόχων της την προστασία του περιβάλλοντος και της φύσης. Η στάση αυτής της μορφής επιχείρησης είναι θετική προς το περιβάλλον στο σύνολο των δραστηριοτήτων της (διαδικασίες παραγωγής και προϊόντα ή υπηρεσίες που παρέχει). Οι δύο βασικές αρχές στις οποίες στηρίζεται η πράσινη

⁵<http://kdvm.gr/Media/Default/Pdf%20enotites/1.1.pdf>

επιχειρηματικότητα είναι η ποιότητα ζωής των ανθρώπων καθώς και η απαίτηση για διατήρηση και ήπια αξιοποίηση του περιβάλλοντος.

Η πράσινη επιχειρηματική αντίληψη σχετίζεται με τα ακόλουθα:

- ❖ Το επιχειρηματικό περιβάλλον αποτελεί μέρος του φυσικού περιβάλλοντος καθώς οι φυσικοί πόροι που χρησιμοποιούνται στην παραγωγική διαδικασία προέρχονται από τη γη, τον αέρα και τη θάλασσα.
- ❖ Το βασικό σύστημα παραγωγής και κατανάλωσης χαρακτηρίζεται από σπατάλη, ενώ τα έξυπνα συστήματα παραγωγής βασίζονται στην αποτελεσματική αξιοποίηση των πόρων μειώνοντας το οικολογικό τους αποτύπωμα.
- ❖ Η πράσινη επιχειρηματικότητα συμβάλλει στην παροχή ποιοτικών υπηρεσιών για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των πολιτών (Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, 2009).

Η πράσινη επιχείρηση δεν αντιμετωπίζει το περιβάλλον ως εμπόδιο στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας, ενώ επίσης εφευρίσκει τρόπους για να συμφιλιώσει την οικονομική δραστηριότητα με την προστασία του περιβάλλοντος.

Η πράσινη επιχειρηματικότητα συναντάται κυρίως σε συνεταιρισμούς, καταναλωτικές οργανώσεις και μονάδες δημόσιας αυτοδιοίκησης, ενώ παρατηρούνται μεγάλα ποσοστά χρήσης της συγκεκριμένης μορφής επιχειρηματικότητας σε νέες επιχειρήσεις απαρτιζόμενες από άτομα νεαρών ηλικιών, μέσω των καινοτόμων ιδεών και διαδικασιών που εφαρμόζουν. Το εύρος των δραστηριοτήτων της πράσινης επιχειρηματικότητας είναι αρκετά μεγάλο, καθώς καλύπτει από δραστηριότητες του πρωτογενούς τομέα έως την παροχή υπηρεσιών προς τους καταναλωτές (Ζήσης, 2003).

Κάποια παραδείγματα δραστηριοποίησης πράσινων επιχειρήσεων είναι η παραγωγή βιολογικών προϊόντων, η ανακύκλωση και παραγωγή ενέργειας με εναλλακτικούς τρόπους που δεν είναι επώδυνοι για το περιβάλλον και το εμπόριο πράσινων προϊόντων. Τα τελευταία χρόνια ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος καθώς και στον περιορισμό της κλιματικής αλλαγής που υλοποιείται μέσω επενδύσεων στην έρευνα και ανάπτυξη πράσινων τεχνολογιών και πρακτικών (Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, 2009).

Σε αυτό συμβάλλουν ως έναν βαθμό και οι Πράσινες Δημόσιες Συμβάσεις, δηλαδή συμβάσεις μεταξύ δημόσιου τομέα και επιχειρήσεων του ιδιωτικού τομέα για την απόκτηση αγαθών, υπηρεσιών και έργων με «μικρότερες περιβαλλοντικές επιπτώσεις καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους». Ειδικότερα, η σύναψη των συμβάσεων αυτών αποτελεί ένα επιπλέον κίνητρο για τις επιχειρήσεις να υιοθετήσουν περιβαλλοντικά κριτήρια και να

δημιουργήσουν τεχνολογίες φιλικές προς το περιβάλλον κατά την παραγωγική διαδικασία αλλά και στα τελικά προϊόντα, λαμβάνοντας υπόψη τη ζήτηση του δημόσιου τομέα για πιο φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα. Κατ' αυτόν τον τρόπο, δημιουργούνται νέες τάσεις στην παραγωγή και εξαπλώνονται οι αγορές για «πράσινα» προϊόντα και υπηρεσίες (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2008).

Σύμφωνα με το Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (2009), κάποια βασικά πλεονεκτήματα της πράσινης επιχειρηματικότητας είναι η επίτευξη ευνοϊκότερων όρων ασφάλισης και δανειοδότησης, η προσέλκυση περισσότερων πράσινων επενδύσεων, η μείωση του λειτουργικού κόστους της επιχείρησης και η δημιουργία νέων εμπορικών ευκαιριών για τη διάθεση του παραγόμενου προϊόντος/υπηρεσίας στην πράσινη αγορά.

2.5.4 Δημόσια επιχειρηματικότητα

Η έννοια της δημόσιας επιχειρηματικότητας αφορά σε δημόσιους οργανισμούς και εισήχθη από τον Drucker (1985), ο οποίος υποστήριξε ότι «οι δημόσιοι φορείς πρέπει να λειτουργούν επιχειρηματικά όπως οι εταιρείες, ίσως και περισσότερο». Παρατηρείται ότι οι δημόσιοι φορείς επωμίζονται σκοπούς ηθικής φύσεως τους οποίους δύσκολα ικανοποιούν, λόγω των εξελίξεων. Αντίθετα, οι οργανισμοί που είναι σε θέση να καινοτομήσουν θα μπορούν να εξυπηρετούν καλύτερα την αποστολή τους. Η διαδικασία αυτή είναι ανάλογη με αυτή των επιχειρήσεων και συχνά αναφέρεται ο όρος «ψευδο-αγορά» για τις ανάγκες τις οποίες καλύπτουν οι δημόσιοι οργανισμοί.

Σύμφωνα με τους Terry & Gennotte (1993), ο δημόσιος τομέας είναι ο τομέας της δημόσιας διοίκησης στον οποίο δεν μπορεί, εκ φύσεως, να υπάρξει η έννοια της επιχειρηματικότητας λόγω των μη ιδιωτικών κεφαλαίων. Αυτό αιτιολογείται από το γεγονός ότι τα διαθέσιμα ποσά του δημοσίου αποτελούν προϊόν κυρίως φορολογικών εισφορών και προορίζονται για κοινούς σκοπούς και την κάλυψη αναγκών.

Από την ανωτέρω παράθεση των δύο απόψεων προκύπτει ότι υπάρχει διάσταση για το εν λόγω θέμα και, έτσι, η δημόσια επιχειρηματικότητα δεν συναντάται ακόμα συχνά καθώς δεν είναι πέρα για πέρα σαφές το περιεχόμενό της. Επιπλέον, η δημόσια επιχειρηματικότητα μπορεί να συνδεθεί με την κοινωνική επιχειρηματικότητα λόγω των κοινωνικών στόχων και πολιτικών που υλοποιούνται και των υπηρεσιών κοινωνικού χαρακτήρα που παρέχονται μέσω των δημόσιων φορέων.

2.5.5 Ενδο-επιχειρηματικότητα

Η ενδο-επιχειρηματικότητα είναι μια ακόμη μορφή επιχειρηματικής δραστηριότητας που αναφέρεται στην επιχειρηματική συμπεριφορά ατόμων που δραστηριοποιούνται μέσα σε ένα μεγαλύτερο και εδραιωμένο οργανισμό ο οποίος τους προσφέρει ευκαιρίες ώστε να δράσουν αναλόγως και να δημιουργήσουν καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες, οι οποίες, στη συνέχεια, να μπορούν να έχουν τη δυνατότητα μετατροπής τους σε νεοφυείς εταιρείες. Ένας άλλος όρος για την ενδο-επιχειρηματικότητα είναι η «Εταιρική Επιχειρηματικότητα» (Corporate Entrepreneurship). Πρόκειται για μια σχετικά νέα μορφή επιχειρηματικότητας που απαντάται σε μεγάλες και καινοτόμες επιχειρήσεις (π.χ. 3M, Apple, Intel κ.ά.)⁶.

Οι Antoncic και Hisrich (2003) παρουσιάζουν κάποιες πιο συγκεκριμένες διαδικασίες οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων αυτής της μορφής οι οποίες είναι η δημιουργία νέων αυτόνομων ενδοεταιρικών μονάδων, η δημιουργία νέων προϊόντων, η καινοτομία σε προϊόντα και υπηρεσίες, η καινοτομία σε διαδικασίες παραγωγής, η ανανέωση της εταιρείας, η ανάληψη ρίσκου από τους εργαζόμενους, η πρόνοια και η προεργασία για πρωτοβουλίες της εταιρείας και το επιχειρηματικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών.

Συνοπτικά, στόχος αυτών των εταιριών είναι η επιχειρηματική δραστηριοποίηση των εργαζομένων τους. Μια δηλαδή εκ της βάσης (bottom-up) διαδικασία ανακάλυψης και αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών. Η διοίκηση της επιχείρησης (top-management) συγκεντρώνει, αξιολογεί και αποφασίζει ποιες από τις επιχειρηματικές προτάσεις των εργαζομένων θα γίνουν δεκτές προστατεύοντας παράλληλα τις επενδύσεις των μετόχων της εταιρείας (Davidsson, and Honig, 2003).

2.5.6 Νεοφυής Επιχειρηματικότητα

Η τελευταία αυτή μορφή επιχειρηματικότητας εμφανίστηκε στον οικονομικό και επιχειρηματικό κόσμο σχετικά πρόσφατα και βρίσκεται ακόμα σε επίπεδο ανάπτυξης και έρευνας για τις περισσότερες χώρες. Ένας ορισμός που περιγράφει τον στόχο και τη λειτουργία αυτών των επιχειρήσεων είναι αυτός που έδωσε ο Ιδρυτής της Ελληνικής Ένωσης Νεοφυών Επιχειρήσεων⁷ και ο οποίος έχει ως εξής:

«Νεοφυής είναι μια επιχείρηση που ο λόγος ύπαρξής της είναι να προσφέρει μια καινοτόμο λύση σε ένα πρόβλημα ή μια επιθυμία των πελατών της και που στοχεύει να αναπτυχθεί

⁶<http://kdvm.gr/Media/Default/Pdf%20enotites/1.1.pdf>

⁷<http://hellenicstartups.gr/>

δημιουργώντας αξία για τους πελάτες, τους μετόχους και τους εργαζομένους της.» (Τσίγκος, 2012).

Με τον όρο «νεοφυής επιχείρηση» χαρακτηρίζεται μία οικονομική οντότητα η οποία βασίζεται σε ένα συγκεκριμένο επιχειρηματικό μοντέλο. Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά που εντοπίζεται στις νεοφυείς επιχειρήσεις είναι αυτό της καινοτομίας. Για να μπορέσει να επιτευχθεί η καινοτομία ειδικότερα αυτή του προϊόντος θα πρέπει να εφαρμοστούν νέες μορφές τεχνολογίας και συνάμα να γίνει σωστή έρευνα και αξιοποίηση των ευκαιριών που υπάρχουν.

Γίνεται, επομένως, σαφές πως για να μπορέσει να είναι καινοτόμα μία νεοφυής επιχείρηση δεν θα πρέπει να ακολουθήσει και να αντιγράψει το επιχειρηματικό μοντέλο μίας ανταγωνίστριας εταιρείας. Αντιθέτως, οφείλει να βασιστεί είτε σε μία νέα επιχειρηματική ιδέα είτε να εξελίξει και να καλύψει τα κενά που υπάρχουν στην ήδη υφιστάμενη αγορά. Ένα επιπλέον χαρακτηριστικό γνώρισμα των νεοφυών επιχειρήσεων είναι η δυναμική της ραγδαίας ανάπτυξης αυτών. Απαραίτητη προϋπόθεση για την ύπαρξη και την ανάπτυξη του συνεχώς επαναλαμβανόμενου μοντέλου είναι η ύπαρξη της ραγδαίας ανάπτυξης της επιχείρησης αφενός και αφετέρου η ύπαρξη ενός μεγάλου επενδυτικού κοινού ώστε να έχει αντίκτυπο στα οικονομικά μεγέθη της επιχείρησης⁸.

2.6 Είδη επιχειρηματικότητας

Εκτός από τις μορφές επιχειρηματικότητας εμφανίζονται και διαφορετικά είδη επιχειρηματικότητας ανάλογα με τα άτομα και τις διαδικασίες που την αποτελούν. Τα σημαντικότερα είδη επιχειρηματικότητας, τα οποία θα αναπτύξουμε σύντομα στη συνέχεια του παρόντος κεφαλαίου, είναι η αμιγής και η μικτή επιχειρηματικότητα, η επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας, η παραδοσιακή, η τεχνολογική και η γεωγραφική επιχειρηματικότητα.

2.6.1 Αμιγής και μικτή επιχειρηματικότητα

Η πρώτη βασική διάκριση της υγιούς επιχειρηματικότητας είναι αυτή της αμιγούς και μικτής επιχειρηματικότητας. Η αμιγής επιχειρηματικότητα είναι αυτό το είδος επιχειρηματικότητας στο οποίο η προσωπικότητα και τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία παίζουν πολύ μεγάλη σημασία καθώς αυτός εξασκεί τα επιχειρηματικά του καθήκοντα χωρίς

⁸ <http://kdvm.gr/Media/Default/Pdf%20enotites/1.1.pdf>

να διαθέτει άλλα παραγωγικά μέσα, παρά μόνο την προσωπική του συμβολή, την σύλληψη και την αξιοποίηση μιας νέας παραγωγικής ιδέας (Καραγιάννης κ' συν, 2002).

Στην αμιγή επιχειρηματικότητα συμπεριλαμβάνονται δραστηριότητες οι οποίες δεν μπορούν να πραγματοποιηθούν με εξίσου αποτελεσματικό τρόπο από άλλα άτομα (π.χ. μισθωτούς), υπηρεσίες (π.χ. δημόσιες) ή άλλους φορείς. Ωστόσο, αυτό το είδος επιχειρηματικότητας δεν είναι συχνό στην πραγματική οικονομική ζωή, καθώς τις περισσότερες φορές ο επιχειρηματίας είναι υποχρεωμένος για διάφορους λόγους να αναλάβει δραστηριότητες που θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν και από άλλα άτομα χωρίς να μειωθεί η αποτελεσματικότητά της επιχειρηματικότητάς του⁹.

Αντιθέτως, η μικτή επιχειρηματικότητα συναντάται όταν ένας επιχειρηματίας αναλαμβάνει ρόλους και δραστηριότητες που θα μπορούσαν εύκολα να πραγματοποιηθούν και από άλλα άτομα μιας επιχείρησης (π.χ. επιχειρηματικά στελέχη) ή φορείς της οικονομίας (π.χ. δημόσιες υπηρεσίες, διοικητικούς υπαλλήλους, τραπεζικό σύστημα κ.α.). Έτσι, τα προσωπικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας του επιχειρηματία δεν αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της επιχείρησης (Καραγιάννης κ' συν, 2002). Επιπλέον, η μικτή επιχειρηματικότητα διακρίνεται σε δύο κατηγορίες: τη μικτή επιχειρηματικότητα εργαζομένων και τη μικτή επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων.

Η πρώτη περιλαμβάνει όλες τις διαδικασίες ή δραστηριότητες οι οποίες πραγματοποιούνται από άτομα, όπως για παράδειγμα μισθωτούς υπαλλήλους, διευθυντές, χωρίς αυτό να επηρεάζει αρνητικά την αποτελεσματικότητά της επιχείρησης. Η μορφή αυτή μικτής επιχειρηματικότητας έχει απήχηση κυρίως στις μη ανεπτυγμένες/αναπτυσσόμενες οικονομίες και τυγχάνει συχνότερης εφαρμογής στις περιπτώσεις που η επιχείρηση δεν απαρτίζεται από ειδικευμένο και καταρτισμένο προσωπικό ή όταν βρίσκεται στην αρχή της ίδρυσής της. Ωστόσο, η μικτή επιχειρηματικότητα εργαζομένων τείνει στις μέρες μας να εκλείψει καθώς ο επιχειρηματίας είναι αδύνατον να είναι τέλειος γνώστης όλων των θεμάτων που ανακύπτουν στην επιχείρηση και επειδή θα ήταν πιο αποδοτικό για την επιχείρηση, ο επιχειρηματίας να ασχολείται κυρίως με την ανακάλυψη μιας νέας επιχειρηματικής ευκαιρίας. Συνθήκη η οποία δεν συνέβαινε στο παρελθόν λόγω της έλλειψης κεφαλαίων και καταρτισμένου ανθρώπινου δυναμικού.

Στη συνέχεια, η μικτή επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων απαντάται όταν το άτομο που προχωρά στην ίδρυση μιας επιχείρησης, αξιοποιεί την επιχειρηματική του ιδέα παρέχοντας κεφάλαια στην νεοϊδρυθείσα επιχείρησή του ή αναζητώντας κατάλληλους πόρους για την υλοποίηση της επιχειρηματικής του ιδέας. Στην έννοια κεφάλαιο

⁹<http://kdvm.gr/Media/Default/Pdf%20enotites/1.1.pdf>

περιλαμβάνονται ο εξοπλισμός, οι εγκαταστάσεις και τα χρηματικά ποσά που είναι απαραίτητα για κάθε επιχείρηση, ενώ το άτομο που διαθέτει τα κεφάλαια χαρακτηρίζεται ως επενδυτής (Καραγιάννης κ' συν, 2002). Ωστόσο, η μορφή αυτή μικτής επιχειρηματικότητας τείνει επίσης να εκλείψει σήμερα καθώς, πρώτον, υπάρχει συνεχής αύξηση νέων μορφών επιχειρηματικής συνεργασίας και παροχής κεφαλαίων από το τραπεζικό σύστημα, και η διάκριση των ρόλων και των προτιμήσεων ανάμεσα σε επιχειρηματίες, επενδυτές και κεφαλαιούχους έχει γίνει ήδη πιο ορατή (Καραγιάννης κ' συν, 2002).

2.6.2 Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και επιχειρηματικότητα ανάγκης

Η επιχειρηματικότητα ανάλογα με την αφορμή και το κίνητρο για την ανάληψη μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας διαχωρίζεται σε επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και σε επιχειρηματικότητα ανάγκης. Η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας έχει ως κίνητρο κυρίως την αξιοποίηση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας που εντοπίζεται από το άτομο. Με άλλα λόγια αποτελεί έκφραση επιδίωξης, εξεύρεσης και εκμετάλλευσης κερδοφόρων ευκαιριών από το άτομο. Η εκάστοτε ευκαιρία αξιολογείται στο πλαίσιο του οικονομικού περιβάλλοντος του ατόμου και προκρίνεται ικανή είτε να οδηγήσει σε αύξηση του εισοδήματος του επιχειρηματία, είτε να του προσφέρει εργασιακή ανεξαρτησία.

Η επιχειρηματικότητα ανάγκης συναντάται όταν το άτομο που αναλαμβάνει να ιδρύσει μια επιχείρηση καταλήγει σε αυτή την απόφαση λόγω έλλειψης άλλων επιλογών εργασίας, δυσαρέσκειας με την υπάρχουσα απασχόληση, φόβου για πιθανή απόλυση βραχυπρόθεσμα με στόχο απλώς τη διατήρηση του εισοδήματός του. Προέρχεται λοιπόν από την αδυναμία εξασφάλισης μιας άλλης μορφής απασχόλησης¹⁰.

2.6.3 Τεχνολογική, γεωγραφική και κοινωνιολογική επιχειρηματικότητα

Η τεχνολογική επιχειρηματικότητα αναφέρεται στην εισαγωγή νέας τεχνολογίας στην αγορά με τη μορφή νέων προϊόντων ή υπηρεσιών τα οποία διαθέτουν αυξημένο επίπεδο τεχνολογίας ή στην εισαγωγή καινούριων μορφών παραγωγής παλιών προϊόντων.

Η γεωγραφική επιχειρηματικότητα αφορά στην μετακίνηση τεχνολογικών επιτευγμάτων από το ένα γεωγραφικό μέρος στο άλλο. Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελούν οι εταιρίες κατασκευής φορητών υπολογιστών από το Ταιβάν στην Κίνα.

¹⁰ <http://repository.edulll.gr/900>

Τέλος, η κοινωνιολογική επιχειρηματικότητα αναφέρεται σε επιχειρήσεις οι οποίες εισάγουν ξανά στην αγορά παλιά προϊόντα ακολουθώντας διαφορετικές πολιτικές προώθησης και ενισχύοντας κάποιο χαρακτηριστικό τους (Thurow, 1997).

2.6.4 Κοινωνική και παραδοσιακή επιχειρηματικότητα

Μία τελευταία διάκριση της επιχειρηματικότητας λαμβάνοντας ως επίκεντρο τον επιχειρηματία είναι αυτή της κοινωνικής και της παραδοσιακής επιχειρηματικότητας. Ο παραδοσιακός επιχειρηματίας λειτουργεί με σκοπό το προσωπικό του οικονομικό όφελος αναλαμβάνοντας φυσικά το ρίσκο της επένδυσης. Αντιθέτως, ο κοινωνικός επιχειρηματίας στοχεύει σε μία κοινωνική αποστολή. Ειδικότερα, μία παραδοσιακή επιχείρηση επιδιώκει την επίτευξη οικονομικού κέρδους, ενώ μία κοινωνική επιχείρηση στοχεύει στην επίλυση συγκεκριμένων προβλημάτων (Martin & Osberg, 2007).

Σύμφωνα με τον Dees (2001), ο ρόλος των κοινωνικών επιχειρηματιών είναι να επιφέρουν μεγάλη αλλαγή στον κοινωνικό τομέα, η οποία μπορεί να επιτευχθεί με τους ακόλουθους τρόπους:

- i. Αναλαμβάνοντας υψηλό ρίσκο ανεξάρτητα από τους διαθέσιμους πόρους της επιχείρησης.
- ii. Διατηρώντας την κοινωνική αξία της επιχείρησης.
- iii. Αναζητώντας νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες και υλοποιώντας τις με στόχο την εκπλήρωση την κοινωνικής αποστολής της επιχείρησης.
- iv. Μέσω καινοτόμων διαδικασιών.
- v. Κάνοντας σωστό απολογισμό των προηγούμενων καταστάσεων και συνεπειών.

2.7 Συμπεράσματα

Μέσα από το κεφάλαιο αυτό έγινε μία παρουσίαση των κυριότερων ορισμών της έννοιας της επιχειρηματικότητας, βασικό στοιχείο των οποίων είναι η επικέντρωσή τους στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Στη συνέχεια, παρουσιάστηκε η έννοια του επιχειρηματία ως κεντρικού προσώπου στην επιχειρηματική δραστηριότητα, ο οποίος λαμβάνει τις αποφάσεις, παίρνει το ρίσκο και είναι αρμόδιος για την κατανομή των παραγωγικών συντελεστών στην επιχείρηση. Στα κυριότερα σημεία του κεφαλαίου αυτού περιλαμβάνονται οι βασικοί παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα, δηλαδή ο επιχειρηματίας, το περιβάλλον, ο οργανισμός και η διαδικασία η οποία ακολουθείται κατά την ίδρυση της επιχείρησης.

Από την παρουσίαση των μορφών επιχειρηματικότητας προέκυψε η υπεροχή ορισμένων μορφών στη σύγχρονη οικονομία έναντι άλλων, όπως η γυναικεία, η πράσινη και η κοινωνική επιχειρηματικότητα.

Επιπλέον, η επιχειρηματικότητα βάσει του ρόλου του επιχειρηματία στο εσωτερικό της επιχείρησης διακρίνεται σε μικτή και αμιγής, ενώ βάσει τη συμπεριφορά του διακρίνεται σε κοινωνική και παραδοσιακή. Τέλος, υπάρχει η τεχνολογική επιχειρηματικότητα λόγω της εφαρμογής νέων τεχνολογιών, η γεωγραφική επιχειρηματικότητα και η κοινωνιολογική επιχειρηματικότητα.

Λίστα Βιβλιογραφικών Αναφορών Κεφαλαίου

Ελληνική Βιβλιογραφία

Αγιάκλογλου, Χ., Πέκκα-Οικονόμου, Β. (2014). *Η μικροοικονομική προσέγγιση της σύγχρονης επιχείρησης*. Εκδόσεις Ε. Μπένου, Αθήνα.

Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (2008). Ανακοίνωση προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών. *Οι δημόσιες συμβάσεις στην υπηρεσία του περιβάλλοντος*. COM(2008) 400 τελικό.

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

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

Μανασάκης, Κ., (2013). Κείμενο Πολιτικής *Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα κατά τη διάρκεια της οικονομικής ύφεσης*, Παρατηρητήριο για την Κρίση, Ελληνικό Ίδρυμα Ευρωπαϊκής και Εξωτερικής Πολιτικής (ΕΛΙΑΜΕΠ).

Μπιτζένης, Α. (2014). *Διεθνής επιχειρηματικότητα και επενδύσεις. Σύγχρονο ελληνικό επιχειρηματικό περιβάλλον*. Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης Αθήνα.

Νόμος 4430/2016 (Α' 205) «Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία και ανάπτυξη των φορέων της και άλλες διατάξεις».

Πέκκα – Οικονόμου, Β. & Χατζηδημητρίου Ι. (2017). *Επιχειρηματικότητα και Μικρές Επιχειρήσεις. Νεοφυείς Επιχειρήσεις. Μια Δυναμική Απάντηση των Νέων στην Ανεργία*. 2η έκδοση, Εκδόσεις Rosili, Αθήνα.

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

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

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

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

Antončič, B. & Hisrich, R.D. (2003). *Clarifying the intrapreneurship concept*. Journal of Small Business and Enterprise Development, 10(1), 7–24.

Baumol, W.J. (1990). *Entrepreneurship, Productive, Unproductive and Destructive*. Journal of Political Economy 98 (5), 893-921.

Birch, L.D. (1987). *Job creation in America*. London: Free Press.

Brockhaus, R.H. Sr. (1980). *Risk taking propensity of entrepreneurs*. Academy of Management Journal.

Brush, C. (1992). *Research on woman business owners: Past trends, a new perspective and future directions*. Entrepreneurship Theory and Practice, 5-30.

Brush, G. & Vanderwerf, P. (1992). *A comparison of methods and sources for obtaining estimates of new venture performance*. Journal of Business Venturing, 7(2), 157-170.

Chu, P. (2000). *The Characteristics of Chinese Female Entrepreneurs: Motivation and Personality*. Journal of Enterprising Culture, 8 (1), 64-84.

Davidsson, P., & Honig, B. (2003). *The role of social and human capital among nascent entrepreneurs*. Journal of Business Venturing, 18(3), 301-331.

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

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

Fölster, S. (2000). *Do Entrepreneurs Create Jobs?* *Small Business Economics*, 14(2), 137-148.

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

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

Hisrich, R.D. and Peters, M.P. (1998). *Entrepreneurship* (4th ed.). Boston: Irwin McGraw-Hill.

Kihlstrom, R. and Laffont, J. (1979). *A general equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion*. Journal of Political Economy.

Link, A. and Siegel, D. (2007). *Innovation, Entrepreneurship and Technological Change*. Oxford: Oxford University Press.

Lumpkin, G.T. and Dess, G.G. (1996). *Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to the Performance*. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.

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

Meredith, GG., Nelson, RE. and Neck, PA. (1982). *The practice of entrepreneurship*. International Labour Organisation.

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

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

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

Shane, S. and Venkataraman, S. (2000). *The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research*. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

Storey, D. (1994). *Understanding the Small Business Sector*. London: Routledge.

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

Thurow, L.C. (1997). *Needed: A new system of intellectual property rights*. *Harvard Business Review*, 75 (5): 94-103.

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

Tyson LA., Petrin, T., Rogers, H. (1994). *Promoting entrepreneurship in eastern Europe*. *Small Business Economics*, Springer.

Διαδικτυακές Πηγές

Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις. (2009). *Εγχειρίδιο πράσινης επιχειρηματικότητας για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις*. Διαθέσιμο στον σύνδεσμο: <http://www.acsmi.gr/Portals/0/prasini.pdf> [Πρόσβαση στις 23/09/2018].

Τεχνολογία, Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα. Διαθέσιμο στον σύνδεσμο: https://mke.aegean.gr/files/2014/09/thematika_9F.pdf [Πρόσβαση στις 20/09/2018].

Καινοτομία - Επιχειρηματικότητα - Επιχειρήσεις. Διαθέσιμο στον σύνδεσμο: <http://repository.edulll.gr/900> [Πρόσβαση στις 18/09/2018].

Καινοτομία – Επιχειρηματικότητα – Διοίκηση Επιχειρήσεων. Διαθέσιμο στον σύνδεσμο: <http://kdvm.gr/Media/Default/Pdf%20enotites/1.1.pdf> [Πρόσβαση στις 15/09/2018].

<http://hellenicstartups.gr/>

<https://isbe.org.uk/>

Κεφάλαιο 3ο

Ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία επιχειρηματικότητας

3.1 Εισαγωγή

Η εξέταση της έννοιας της επιχειρηματικότητας λαμβάνει πιο πρακτική σημασία εάν μελετήσουμε τα επίπεδα επιχειρηματικότητας μιας κοινωνίας βάσει των διαθέσιμων από τους διάφορους οργανισμούς και τις σχετικές εκθέσεις δείκτες επιχειρηματικότητας.

Για τον σκοπό αυτό, στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζονται βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας που χρησιμοποιούνται από το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα και το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, προκειμένου να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα για την κατάσταση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.

3.2 Η μελέτη της Επιχειρηματικότητας μέσω του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα

Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (Global Entrepreneurship Monitor, GEM) συνιστά ερευνητικό πρόγραμμα για τη μελέτη της επιχειρηματικότητας και την αντίληψη της σχέσης της με την ανάπτυξη μιας χώρας. Επιπλέον, παρέχει μία συγκριτική αξιολόγηση (benchmarking) της επιχειρηματικότητας σε ένα ευρύ σύνολο χωρών, με στόχο τη μέτρηση του επιπέδου επιχειρηματικότητας, την αιτιολόγηση των διαφορών που εμφανίζονται μεταξύ των υπό εξέταση χωρών, την επισήμανση των παραγόντων που συμβάλλουν στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και την πρόταση σχετικών πολιτικών.

Το γεγονός ότι αυξάνονται οι χώρες που συμμετέχουν στην εν λόγω έρευνα και τα στοιχεία αναλύονται βάσει και του επιπέδου οικονομικής ανάπτυξης αυτών συμβάλλουν στο να τους δίνεται η δυνατότητα να συγκριθούν με χώρες που βρίσκονται σε παρόμοιο επίπεδο ανάπτυξης με αποτέλεσμα μέσω της σύγκρισης να αναδεικνύονται βέλτιστες πρακτικές (best practices) που δυνητικά μπορούν να χρησιμοποιηθούν.

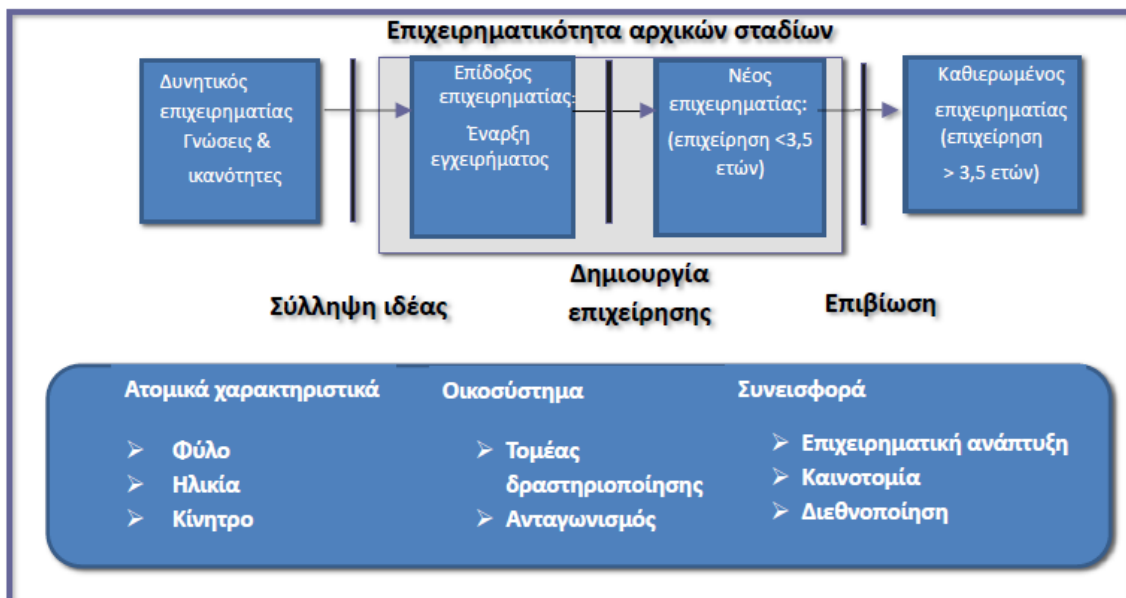
Το πλαίσιο του GEM απεικονίζει τις δυνατότητες της επιχειρηματικότητας, με έμφαση στη δυναμική, τις καινοτόμες πρακτικές και την συμπεριφορά των ατόμων απέναντι σε κινδύνους σχετικούς με την επιχειρηματικότητα, σε αλληλεπίδραση με το περιβάλλον. Επιπλέον, το μοντέλο του GEM αφορά στην αλληλεπίδραση ανάμεσα στις τρεις πλευρές της επιχειρηματικότητας και τους τρεις τύπους οικονομικής ανάπτυξης. Το κοινωνικό, πολιτισμικό και πολιτικό πλαίσιο κάθε χώρας χαρακτηρίζει μια σειρά παραγόντων που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα και χαρακτηρίζονται ως Διαστάσεις του Επιχειρηματικού Πλαισίου. Οι εν

λόγω διαστάσεις σχετίζονται με τη χρηματοδότηση, την κυβερνητική πολιτική και τα προγράμματα, την εκπαίδευση, την έρευνα και ανάπτυξη, αλλά και τη δυναμική της εσωτερικής αγοράς και τις πολιτιστικές και κοινωνικές νόρμες.

Οι Διαστάσεις του Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος έχουν σχέση με τις κοινωνικές αξίες της επιχειρηματικότητας και τα ατομικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία διαμορφώνοντας το επιχειρηματικό περιβάλλον και καθορίζοντας διαφορετικούς τύπους επιχειρηματικότητας. Η επιχειρηματική δραστηριότητα περιλαμβάνει τις φάσεις της επιχειρηματικής διαδικασίας, τις ενδεχόμενες συνέπειες στο κοινωνικό-οικονομικό περιβάλλον και το είδος της δραστηριότητας.

Το ερευνητικό μοντέλο του GEM μελετά την έννοια της επιχειρηματικότητας σε ένα αρκετά ευρύ πλαίσιο, καθώς καλύπτει ολόκληρο το φάσμα της επιχειρηματικής δραστηριότητας και συμπεριφοράς από την κατάσταση που οδήγησε ένα άτομο στην ανάληψη επιχειρηματικής δράσης έως την εξέταση των παραγόντων που διατηρούν στη ζωή μια επιχείρηση. Έτσι, το ερευνητικό αυτό πρόγραμμα ασχολείται με όλους τους πιθανούς τύπους επιχειρηματία προκειμένου να εξεταστούν ποικίλα επιχειρηματικά χαρακτηριστικά, όπως είναι τα κίνητρα, η καινοτομία, η ανταγωνιστικότητα και οι προσδοκίες (I.O.B.E., 2016).

Σχήμα 3.1: Η επιχειρηματικότητα στο πλαίσιο του GEM



Πηγή: I.O.B.E. (2016). *Επιχειρηματικότητα 2015 – 2016: Κρίσιμη καμπή για την αναπτυξιακή δυναμική του επιχειρηματικού συστήματος*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

3.3 Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (Ι.Ο.Β.Ε.)

Το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (Ι.Ο.Β.Ε.) αποτελεί τον εθνικό ερευνητικό συνεργάτη του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα. Το εν λόγω Ίδρυμα συστάθηκε το 1975 προκειμένου να προωθεί την επιστημονική έρευνα για τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η ελληνική οικονομία και να παρέχει πληροφόρηση και να διατυπώνει προτάσεις χρήσιμες στη διαμόρφωση πολιτικής¹¹.

Το Παρατηρητήριο είναι αρμόδιο για τη διεξαγωγή των σχετικών ερευνών και την πρώτη επεξεργασία των δεδομένων. Μετά την εναρμόνιση όλων των διεθνών δεδομένων, αναλύει πλευρές της επιχειρηματικότητας που εμφανίζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την Ελλάδα, ενώ συντάσσει την Εθνική Έκθεση για την επιχειρηματικότητα στη χώρα, που αποσκοπεί στο να αναδείξει εθνικές ιδιαιτερότητες και πιθανές διαφοροποιήσεις. Στόχος αποτελεί η παραγωγή προτάσεων δημόσιας πολιτικής για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, λαμβάνοντας υπ' όψη τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της χώρας (Ι.Ο.Β.Ε., 2017).

3.4 Βασικοί Δείκτες Επιχειρηματικότητας στο πλαίσιο του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα

Προκειμένου να γίνουν κατανοητοί οι βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας που συναντώνται στο πλαίσιο του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα, παρατίθεται παρακάτω ένας πίνακας με ορολογία και τους βασικούς δείκτες επιχειρηματικότητας.

Πίνακας 3.1: Ορολογία – Βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας

Επίδοξοι Επιχειρηματίες (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα που είχαν ξεκινήσει κάποιες αρχικές ενέργειες για την έναρξη ενός νέου εγχειρήματος (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης), στο οποίο θα είναι ιδιοκτήτες είτε του συνόλου είτε κάποιου μέρους του («συνεταίρος»). Οι ενέργειες αυτές μπορεί να είναι η συλλογή κεφαλαίου και η αναζήτηση χώρων εγκατάστασης και απαραίτητου εξοπλισμού, καθώς επίσης και η εκπόνηση ενός επιχειρηματικού σχεδίου για αναζήτηση χρηματοδότη. Στην κατηγορία αυτή συμπεριλαμβάνονται και όσοι έχουν ήδη ξεκινήσει να λειτουργούν μία επιχείρηση και έχουν ήδη πληρώσει μισθούς ή έχουν έναν κύκλο εργασιών από αυτή τη δραστηριότητα, όχι
--	--

¹¹ <http://iobe.gr/iobe.asp>

μεγαλύτερο των τελευταίων τριών μηνών. Επιπλέον, αυτή η ενέργεια μπορεί να αποτελεί την υπάρχουσα εργασία του ατόμου και να πραγματοποιείται για λογαριασμό του εργοδότη, με τη συμμετοχή του να αφορά έτσι έναν διοικητικό ή διευθυντικό ρόλο και όχι απαραίτητα ιδιοκτησία.

Νέοι Επιχειρηματίες (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα που ήταν ιδιοκτήτες – συμμετείχαν στην ιδιοκτησία ενός νέου εγχειρήματος για το οποίο έχουν ήδη πληρώσει μισθούς και έχουν έναν κύκλο εργασιών για τουλάχιστον τρεις, αλλά όχι περισσότερους από 42 μήνες.
Επιχειρηματίες Αρχικών Σταδίων (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα των δύο παραπάνω κατηγοριών σύμφωνα με του αντίστοιχους ορισμούς.
Καθιερωμένοι Επιχειρηματίες (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα που ήταν ιδιοκτήτες – συμμετείχαν στην ιδιοκτησία μιας εδραιωμένης επιχείρησης που έχει κάνει αμοιβές ή οποιεσδήποτε άλλες πληρωμές στους ιδιοκτήτες για περισσότερους από 42 μήνες.
Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα που είτε ασχολούνται επιχειρηματικά σε αρχικό στάδιο είτε είναι εδραιωμένοι επιχειρηματίες (βλ. παραπάνω).
Επιχειρηματική Δραστηριότητα Αρχικών Σταδίων Υψηλών Προσδοκιών Μεγέθυνσης (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα που ασχολούνται επιχειρηματικά σε αρχικό στάδιο και αναμένουν ότι το εγχείρημά τους θα απασχολεί τουλάχιστον 20 εργαζομένους σε βάθος πενταετίας.
Ποσοστό Αναστολής Επιχειρηματικής δραστηριότητας (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα που κατά το τελευταίο έτος από τη στιγμή της έρευνας διέκοψαν τη λειτουργία μιας επιχείρησης, εξαγόρασαν το μερίδιό τους και παραιτήθηκαν, πούλησαν την επιχείρηση και γενικά έπαψαν να συμμετέχουν στη λειτουργία της ανεξάρτητα από το αν αυτή συνέχισε ή όχι τη λειτουργίας της.
Χαρακτηριστικά της Επιχειρηματικής Δραστηριότητας Αρχικών Σταδίων	
Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας	Ποσοστό αυτών που εμπλέκονται σε επιχειρηματική δραστηριότητα αρχικών σταδίων οι οποίοι: (α) δηλώνουν ότι ασχολήθηκαν επιχειρηματικά με σκοπό την αξιοποίηση μιας ευκαιρίας και όχι λόγω της έλλειψης εναλλακτικών επιλογών απασχόλησης και (β) δηλώνουν ότι βασική αιτία είναι η διάθεση εργασιακής ανεξαρτησίας ή η αύξηση του εισοδήματός τους και όχι απλώς η συντήρηση του εισοδήματός τους στα ίδια επίπεδα.
Επιχειρηματικότητα Αρχικών Σταδίων με Υψηλές Προσδοκίες Μεγέθυνσης	Ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που αναμένουν να απασχολήσουν τουλάχιστον 20 εργαζομένους στην επόμενη πενταετία.
Επιχειρηματική Δραστηριότητα Αρχικών Σταδίων, με Προσανατολισμό Νέα Προϊόντα-Υπηρεσίες	Ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που πιστεύουν ότι το προϊόν ή η υπηρεσία τους είναι καινούριο για κάποιους πελάτες και θεωρούν ότι δεν προσφέρουν πολλές επιχειρήσεις αυτό το προϊόν ή υπηρεσία.
Επιχειρηματική Δραστηριότητα	Ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που πιστεύουν ότι τουλάχιστον το 25% των πελατών τους είναι από ξένες

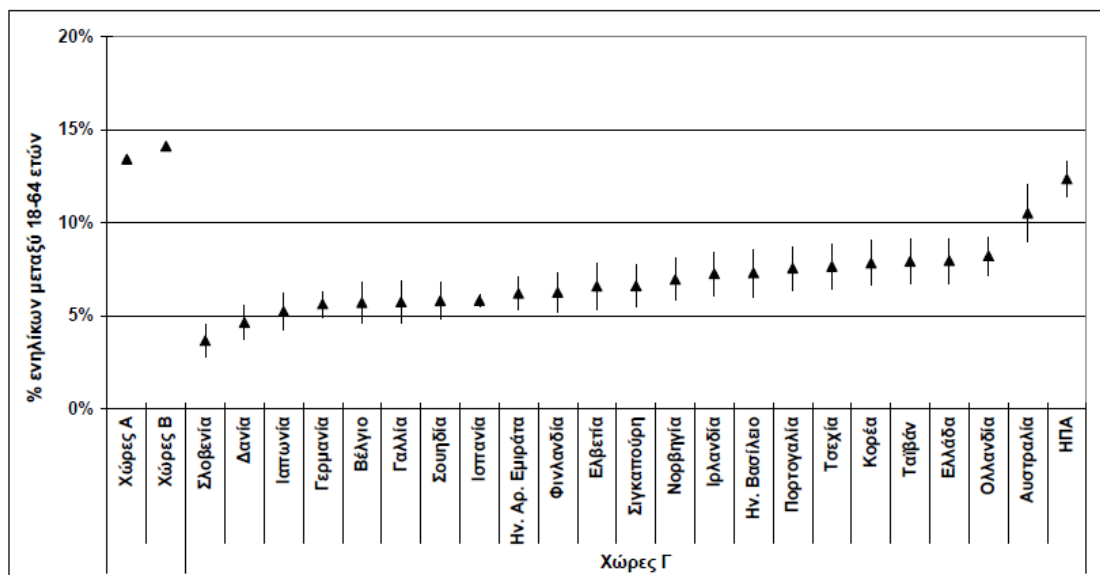
Πηγή: Ι.Ο.Β.Ε. (2017). *Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητα 2016-2017: Σε κάμψη η νέα επιχειρηματικότητα*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

3.4.1 Ποσοτικοί δείκτες επιχειρηματικότητας

Σύμφωνα με το GEM, ο βασικός δείκτης μέτρησης της «επιχειρηματικότητας των αρχικών σταδίων» μετράει την έναρξη νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων σε μια χώρα με επίκεντρο τους επίδοξους και νέους επιχειρηματίες. Πρόκειται για τα άτομα που είχαν προχωρήσει σε κάποιες προκαταρκτικές ενέργειες για την έναρξη μιας επιχείρησης (επίδοξοι επιχειρηματίες) ή είχαν ήδη ξεκινήσει μια νέα δραστηριότητα για τουλάχιστον τρεις έως 42 μήνες (νέοι επιχειρηματίες).

Α) Η επιχειρηματικότητα των αρχικών σταδίων

Διάγραμμα 3.1: Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (νέοι και επίδοξοι επιχειρηματίες) ανά χώρα το 2011



Χώρες Α: χαμηλό κόστος, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

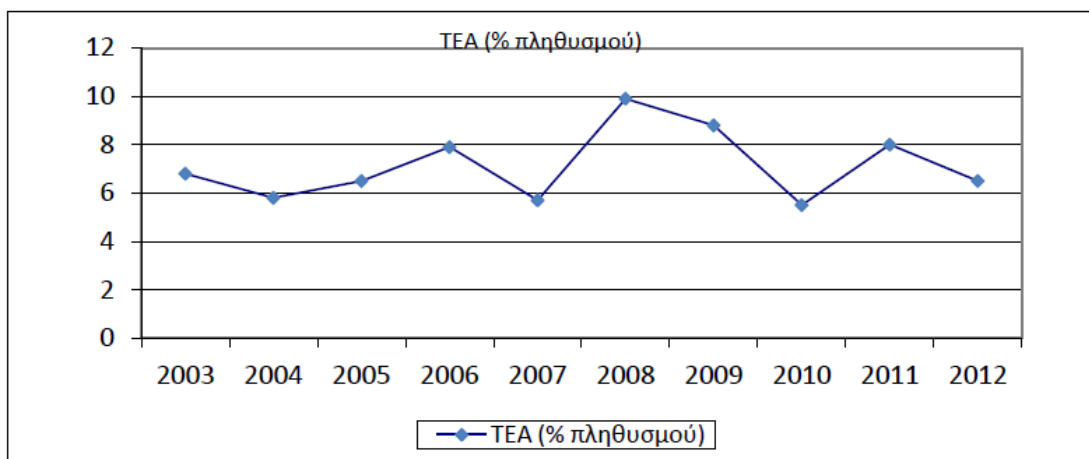
Πηγή: Ι.Ο.Β.Ε. (2013). *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011-12. Η Εξέλιξη των Δεικτών της Επιχειρηματικότητας στη διάρκεια τα κρίσης*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

Από το ανωτέρω διάγραμμα προκύπτει ότι υψηλότερη επιχειρηματική δραστηριότητα εμφανίζουν οι χώρες των οποίων το κυριότερο εισόδημα προκύπτει από την εκμετάλλευση

πρωτογενών συντελεστών παραγωγής (Ομάδα Α) και χώρες η ανάπτυξη των οποίων στηρίζεται στην βελτίωση της αποτελεσματικότητας της οικονομίας τους (Ομάδα Β), γεγονός που αιτιολογείται από την αυξημένη επιχειρηματικότητα ανάγκης των χωρών αυτών.

Το αντίστοιχο ποσοστό στην Ελλάδα τα έτη 2011-2012 ήταν σχετικά υψηλό (8%), κατατάσσοντας την το 2011 στην 4η θέση των χωρών με το υψηλότερο εισόδημα. Η εξέλιξη του εν λόγω δείκτη, όπως αποτυπώνεται στο παρακάτω σχήμα, δείχνει την αντίδραση των Ελλήνων στην κρίση, οι οποίοι προέβησαν στην ίδρυση μικρών επιχειρήσεων με τον δείκτη αυτόν το έτος 2007 να ανέρχεται σε 10%. Ωστόσο, η ύφεση δυσκόλεψε την επιβίωση αυτών των επιχειρήσεων σε σύγκριση με τα προηγούμενα χρόνια με αποτέλεσμα ο δείκτης αυτός να παρουσιάζει μεγάλη διακύμανση.

Διάγραμμα 3.2: Εξέλιξη δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα 2003-12



Πηγή: Ι.Ο.Β.Ε. (2013). *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011-12. Η Εξέλιξη των Δεικτών της Επιχειρηματικότητας στη διάρκεια τα κρίσης*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

Στη συνέχεια, όπως αποδεικνύεται από τον παρακάτω πίνακα, η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα δεν παρουσιάζει τη διακύμανση που παρουσίαζε ο δείκτης της επιχειρηματικότητας των αρχικών σταδίων με αποτέλεσμα το ποσοστό της συνολικής επιχειρηματικότητας να παραμένει υψηλό.

**Πίνακας 3.2: Εξέλιξη βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας
(% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών)**

	Επίδοξη επι/κότητα	Νέα Επι/κότητα	Επι/κότητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένη επι/κότητα	Συνολική Επι/κότητα
2007	4,6	1,1	5,7	13,3	18,7
2008	5,3	4,6	9,9	12,6	22,0
2009	4,5	4,7	8,8	15,1	23,6
2010	2,0	3,5	5,3	14,2	18,8
2011	4,4	3,7	8,0	15,8	23,4
M.O.	4,2	3,5	7,5	14,2	21,0

Πηγή: I.O.B.E. (2013). *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011-12. Η Εξέλιξη των Δεικτών της Επιχειρηματικότητας στη διάρκεια τα κρίσης*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

B) Η διακοπή της επιχειρηματικής δραστηριότητας

Ένας άλλος, επίσης, ποσοτικός δείκτης είναι η διακοπή της επιχειρηματικής δραστηριότητας, με το ποσοστό των χωρών, όπου το κυριότερο εισόδημα προκύπτει από την εκμετάλλευση πρωτογενών συντελεστών παραγωγής (Ομάδα Α) και των χωρών των οποίων η ανάπτυξη στηρίζεται στην βελτίωση της αποτελεσματικότητας της οικονομίας τους (Ομάδα Β), να είναι αρκετά υψηλό σε αντίθεση με τις χώρες που έχουν υψηλή καινοτομία και επιβιώνουν περισσότερο.

**Πίνακας 3.3: Ποσοστά διακοπής και αναστολής επιχειρηματικής δραστηριότητας
Λόγοι αποχώρησης από την επιχείρηση**

	% του συνολικού πληθυσμού 18-64 ετών		Λόγοι αποχώρησης από επιχείρηση (%)			
	Διακοπή λειτουργίας	Αναστολή επιχειρηματικής δραστηριότητας	Μη κερδοφόρα επιχείρηση	Προβλήματα χρημα/σης	Συνταξιο- δότηση	Λοιποί λόγοι
Ελλάδα	3,0	0,5	63,6	7,3	5,5	23,6
Χώρες Γ	1,7	1,0	29,8	10,5	7,6	52,1
M.O. GEM	2,3	1,1	27,5	12,3	4,3	55,9

Πηγή: I.O.B.E. (2013). *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011-12. Η Εξέλιξη των Δεικτών της Επιχειρηματικότητας στη διάρκεια τα κρίσης*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

Για την περίπτωση της Ελλάδας, το ποσοστό αναστολής της επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι ιδιαίτερα υψηλό με τον κυριότερο λόγο να είναι η έλλειψη κερδοφορίας των επιχειρηματιών σε σύγκριση με την έλλειψη ρευστότητας, ενώ δύο άλλοι λόγοι είναι η πώληση της επιχείρησης και η εύρεση άλλης εργασίας.

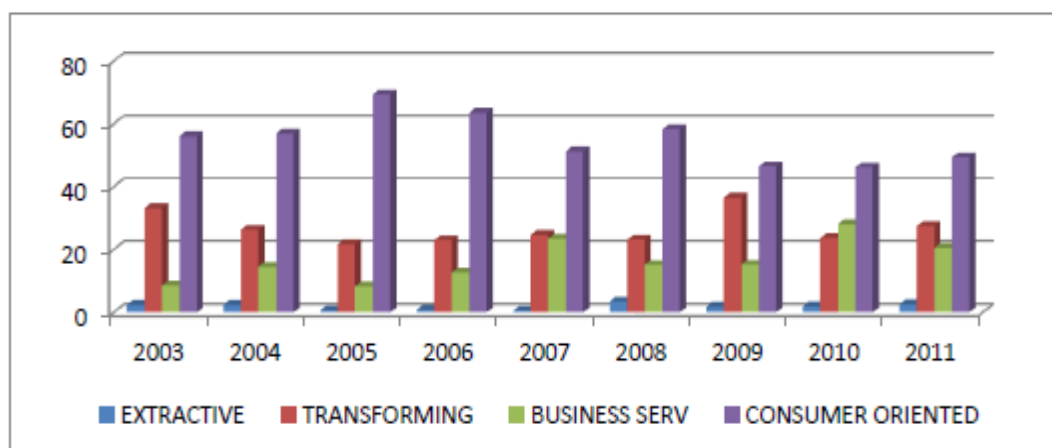
3.4.2 Ποιοτικοί δείκτες μέτρησης της επιχειρηματικότητας

Η Ελλάδα βρίσκεται σε υψηλά επίπεδα, τόσο αναφορικά με τους επίδοξους όσο και με τους νέους επιχειρηματίες με αποτέλεσμα η επιχειρηματική δραστηριότητα να εμφανίζει άνοδο. Όσον αφορά τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα, αυτά είναι η κλαδική διάσταση των νέων εγχειρημάτων, οι προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης, η καινοτομικότητα και η ένταση του ανταγωνισμού που θα κληθούν να αντιμετωπίσουν, ο βαθμός εξωστρέφειάς τους και το επίπεδο της τεχνολογίας που χρησιμοποιούν.

Α) Η κλαδική διάσταση των νέων εγχειρημάτων

Η κλαδική διάσταση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων οριοθετείται από τον πρωτογενή, τον δευτερογενή και τον τριτογενή τομέα περιλαμβάνοντας τις υπηρεσίες προς τις επιχειρήσεις και προς τον τελικό καταναλωτή. Στην Ελλάδα, στην πρώτη θέση των δραστηριοτήτων ανά κλάδο βρίσκεται ο τριτογενής τομέας, ακολουθεί ο τομέας της μεταποίησης και, τέλος, ο πρωτογενής τομέας.

Διάγραμμα 3.3: Διαχρονική εξέλιξη της κλαδικής κατανομής των νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα



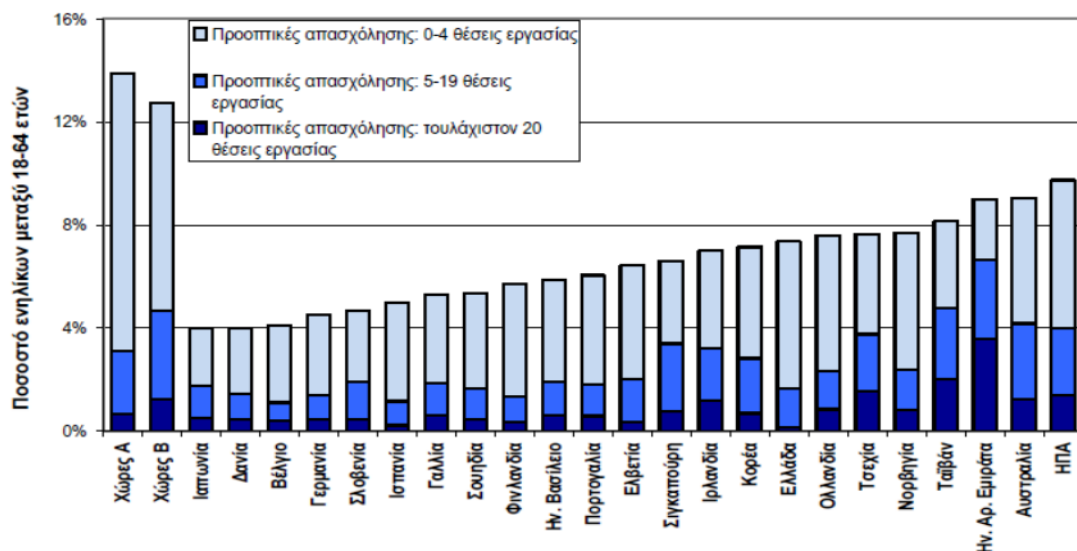
Πηγή: Ι.Ο.Β.Ε. (2013). *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011-12. Η Εξέλιξη των Δεικτών της Επιχειρηματικότητας στη διάρκεια τα κρίσης*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

Από το ανωτέρω σχήμα αποδεικνύεται ότι μειώθηκε το ποσοστό των υπηρεσιών που απευθυνόταν στον τελικό καταναλωτή, ενώ αυξήθηκε το ποσοστό των υπηρεσιών που απευθυνόταν στις επιχειρήσεις, γεγονός που έχει θετικές συνέπειες για την οικονομική ανάπτυξη.

Β) Οι προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης

Η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας αποτελεί ένα από τα κυριότερα κριτήρια αναφορικά με τη συμβολή ενός νέου εγχειρήματος στη γενικότερη οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Για τον λόγο αυτόν, ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στις επιχειρήσεις που θεωρούν πως θα αναπτυχθούν σημαντικά σε όρους απασχόλησης, γνωστές ως «γαζέλες» ή επιχειρήσεις υψηλής ανάπτυξης (high-growth), καθώς η σημασία τους για την οικονομία είναι μεγάλη λόγω των πολλών θέσεων εργασίας που μπορούν να προσφέρουν.

Διάγραμμα 3.4: Προοπτικές απασχόλησης στα νέα εγχειρήματα, 2009-2011



Σημ.: Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: Ι.Ο.Β.Ε. (2013). *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011-12. Η Εξέλιξη των Δεικτών της Επιχειρηματικότητας στη διάρκεια τα κρίσης*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

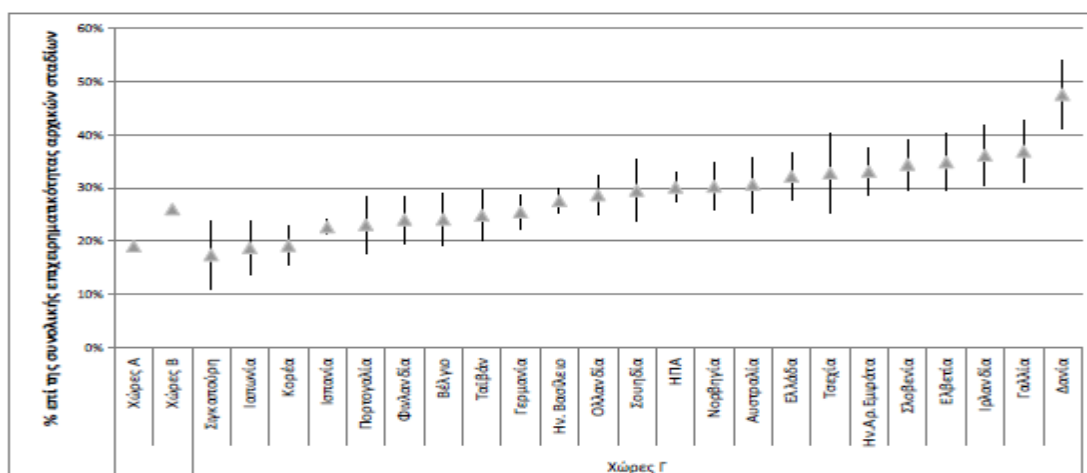
Στις χώρες χαμηλού κόστους και βελτίωσης επιχειρηματικότητας εμφανίζεται το μεγαλύτερο ποσοστό εγχειρημάτων που αναμένουν να δημιουργήσουν λιγότερες από πέντε νέες θέσεις εργασίας κατά την επόμενη πενταετία λόγω και της υψηλής επιχειρηματικότητας ανάγκης που συναντάται σε αυτές. Στις χώρες καινοτομίας υπερτερεί η μικρή επιχείρηση – έως πέντε νέες θέσεις εργασίας- στα νέα εγχειρήματα. Ωστόσο, το ποσοστό τους στο συνολικό πληθυσμό των νέων εγχειρημάτων είναι μικρότερο.

Όσον αφορά την Ελλάδα, αποδεικνύεται ότι το ποσοστό των επιχειρήσεων «υψηλής ανάπτυξης» είναι ελάχιστο, ενώ τρεις στους τέσσερις επιχειρηματίες δήλωσαν ότι προσδοκούν να απασχολήσουν το πολύ έως πέντε νέους εργαζόμενους. Αντίθετα, από το διάγραμμα αυτό αποδεικνύεται και πάλι ο υψηλός αριθμός μικρών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, το οποίο εν τέλει συμβάλλει στη δημιουργία σημαντικού αριθμού θέσεων απασχόλησης, έως και 4 θέσεων απασχόλησης ανά επιχείρηση (Ι.Ο.Β.Ε., 2013). Η αύξηση της απασχόλησης παίζει πρωτεύοντα ρόλο για την επιχειρηματικότητα και αυτό γιατί οι επενδύσεις προκαλούν αυξημένη συνολική ζήτηση και προσφορά, ιδιαίτερα όταν στοχεύουν στην άνοδο της παραγωγικότητας (Μανασάκης, 2013).

Γ) Η καινοτομικότητα και η ένταση του ανταγωνισμού

Σημαντικό ρόλο στην συνολική επίδραση της επιχειρηματικότητας κατέχει η καινοτομία, δηλαδή οποιαδήποτε αλλαγή σε προϊόν ή υπηρεσία που μια επιχείρηση εισάγει στην αγορά. Η καινοτομία περιλαμβάνει τη δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών συνήθως μέσω τμημάτων έρευνας και ανάπτυξης, καθώς επίσης και οποιαδήποτε αλλαγή στην χρήση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας πέρα από τον αρχικό σκοπό του (Μανασάκης, 2013). Τα ερωτήματα που τέθηκαν στους επιχειρηματίες είναι εάν το προϊόν ή η υπηρεσία που θα διατεθεί στην αγορά είναι κάτι εντελώς καινούριο για τους καταναλωτές καθώς και αν το νέο αυτό εγχείρημα αντιμετωπίζει έντονο, μέτριο ή χαμηλό ανταγωνισμό. Όσο πιο καινοτομικό είναι ένα προϊόν, τόσο λιγότερο ανταγωνισμό θα κληθεί να αντιμετωπίσει.

Διάγραμμα 3.5: Καινοτομία και Ένταση Ανταγωνισμού στην Επιχειρηματικότητα Αρχικών Σταδίων (2009-2011)



Πηγή: Ι.Ο.Β.Ε. (2013). *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011-12. Η Εξέλιξη των Δεικτών της Επιχειρηματικότητας στη διάρκεια τα κρίσης*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

Ο δείκτης αυτός, ο οποίος μετράει την καινοτομικότητα και την ένταση του ανταγωνισμού για ένα προϊόν ή μία υπηρεσία, αποδεικνύει ότι περίπου ένα στα τρία νέα εγχειρήματα κατέγραφε κάποια καινοτομικότητα και χαμηλή ένταση ανταγωνισμού. Σύμφωνα με το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (2013), η Ελλάδα βρίσκεται στην 8η θέση της σχετικής κατάταξης, με τα νέα εγχειρήματα να έχουν χαρακτηριστικά καινοτομίας σε βαθμό πάνω από το 30% γεγονός που αποτυπώνει την αναδιοργάνωση που επιχειρείται στην επιχειρηματική δραστηριότητα.

Από αυτό προκύπτει ότι οι επιχειρηματίες αντιλαμβάνονται τη σημασία της πρωτοπορίας για την επιτυχία ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος. Επιπλέον, αναδεικνύεται η επίδραση που ασκεί η οικονομική ύφεση στις παραδοσιακές δραστηριότητες με την εμφάνιση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών λόγω των αλλαγών που υφίσταται η δομή της αγοράς, η οποία συνδέεται άμεσα με την καινοτομία. Αυτό συμβαίνει καθώς η καινοτομία αποτελεί στοιχείο διαφοροποίησης και ανταγωνιστικότητας, το οποίο ενισχύει την πορεία των προϊόντων στις αγορές (Μανασάκης, 2013).

Δ) Η εξωστρέφεια των νέων εγχειρημάτων

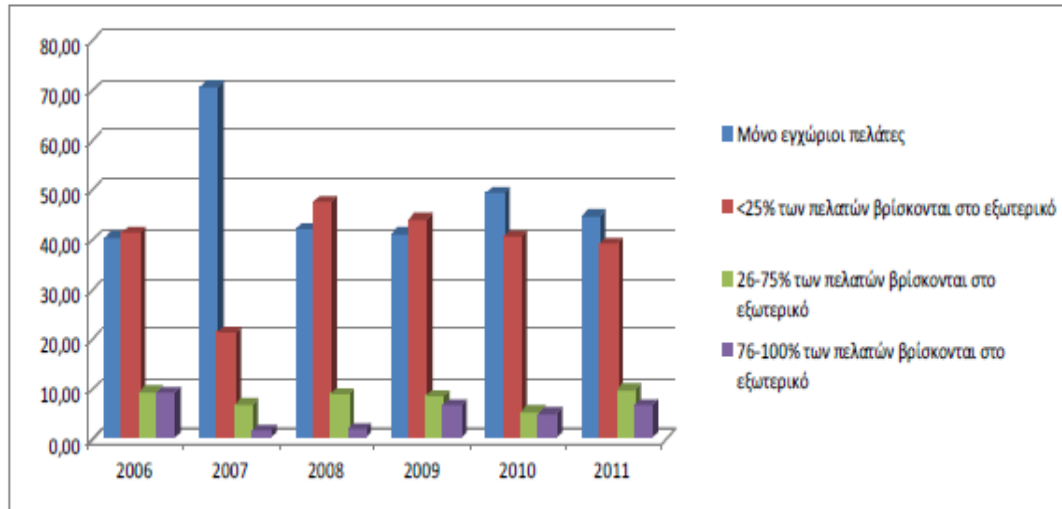
Ένας άλλος δείκτης της έκθεσης του Ίδρυματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (2013) είναι η εξωστρέφεια η οποία αποτελεί μια σημαντική επιλογή πλέον για τις ελληνικές επιχειρήσεις λόγω της μείωσης της εγχώριας ζήτησης. Επομένως, έχει ιδιαίτερη σημασία κατά πόσο τα ελληνικά προϊόντα που βασίζονται στην καινοτομία απευθύνονται στην αγορά του εξωτερικού ή στην εγχώρια.

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι η παραγωγή των προϊόντων στις χώρες χαμηλού κόστους και βελτίωσης αποτελεσματικότητας καλύπτει την εγχώρια ζήτηση, σε αντίθεση με τις χώρες καινοτομίας που απευθύνονται στην αγορά του εξωτερικού. Έτσι, αποδεικνύεται η διαφοροποίηση των επιπέδων οικονομικής ανάπτυξης ανάμεσα στις διάφορες χώρες. Οι εξαγωγές της Ελλάδας καταγράφουν υψηλά επίπεδα λαμβάνοντας, ωστόσο, υπόψη ότι σε αυτές περιλαμβάνεται και ο τουριστικός κλάδος, ο οποίος αποτελεί πολύ σημαντική δραστηριότητα της ελληνικής οικονομίας. Η Ελλάδα κατά περίπου 40 % απευθύνεται σε έως 25 % των πελατών που βρίσκονται στο εξωτερικό, ενώ κατά 45 % περίπου απευθύνεται σε εγχώριους πελάτες. Ωστόσο, από αυτό αναδεικνύεται η ικανοποίηση κυρίως των τοπικών αναγκών και όχι της διεθνούς ζήτησης, γεγονός που επιβραδύνει την αντιμετώπιση της κρίσης (Μανασάκης, 2013).

Ένα, επίσης, αρνητικό σημείο όσον αφορά στην εξωστρέφεια των ελληνικών νέων εγχειρημάτων είναι το γεγονός ότι, όπως αποτυπώνεται στο παρακάτω διάγραμμα, κατά την

περίοδο της κρίσης η εξωστρέφεια των επιχειρημάτων δεν βελτιώθηκε σε σύγκριση με τα προηγούμενα χρόνια.

Διάγραμμα 3.6: Εξέλιξη της εξωστρέφειας των νέων επιχειρημάτων στην Ελλάδα 2006-2011



Πηγή: Ι.Ο.Β.Ε. (2013). *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011-12. Η Εξέλιξη των Δεικτών της Επιχειρηματικότητας στη διάρκεια τα κρίσης*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

Ε) Η τεχνολογία των νέων επιχειρημάτων

Μια ακόμη σημαντική μεταβλητή στην ανάπτυξη της επιτυχούς επιχειρηματικότητας είναι η **τεχνολογία**. Για τον σκοπό αυτό, εφαρμόστηκε ο δείκτης που μετράει το επίπεδο της τεχνολογίας που προτίθενται να χρησιμοποιήσουν οι επίδοχοι και νέοι επιχειρηματίες. Για την εφαρμογή του χρησιμοποιείται η συγκεκριμένη χώρα και αγορά στην οποία δραστηριοποιείται ο εκάστοτε επίδοχος/νέος επιχειρηματίας. Στην απάντηση ενός επιχειρηματία ότι πρόκειται να χρησιμοποιήσει εντελώς νέα τεχνολογία, αυτό σημαίνει ότι πρόκειται για μία εντελώς νέα τεχνολογία σε σχέση με την τοπική αγορά, στην οποία αυτός δραστηριοποιείται.

Σύμφωνα με την έκθεση του Ι.Ο.Β.Ε. (2013), το 17,1% των νέων επιχειρήσεων στην Ελλάδα βασίζεται στη χρήση νέων τεχνολογιών, σε ενδιάμεσο στάδιο όσον αφορά τις νέες τεχνολογίες βρίσκεται το 24,2% των επιχειρήσεων, ενώ αντίθετα το 58,7% χρησιμοποιεί παλιές τεχνολογίες. Όσον αφορά την τεχνολογία, αυτή υπολογίζεται βάσει των χαρακτηριστικών και των στοιχείων της παραγωγικής διαδικασίας που χρησιμοποιούνται σε κάθε χώρα ξεχωριστά, καθώς η τεχνολογία που χρησιμοποιείται σχετίζεται με την ικανοποίηση των τοπικών αναγκών (Μανασάκης, 2013).

Ωστόσο, παρά το γεγονός ότι τα προηγούμενα χρόνια, δηλαδή από το 2008 έως το 2010 παρουσιάστηκε αύξηση της χρήσης νέας τεχνολογίας από τους νέους και τους επίδοξους επιχειρηματίες, γεγονός που συνέβαλε στη βελτίωση και στη σύνδεση των βασικών επιχειρηματικών λειτουργιών, η τάση αυτή δεν παρατηρήθηκε κατά το έτος 2011 (Ι.Ο.Β.Ε., 2013).

Πίνακας 3.4: Ποσοστό νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που χρησιμοποιεί νέες τεχνολογίες/ διαδικασίες Ελλάδα (2008-2011)

	Εντελώς νέες τεχνολογίες	Νέες τεχνολογίες	Παλαιότερες
2008	22,7	17,9	55,4
2009	10,3	31,6	58,1
2010	34,7	10,6	54,7
2011	17,1	24,2	58,7

Πηγή: Ι.Ο.Β.Ε. (2013). *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011-12. Η Εξέλιξη των Δεικτών της Επιχειρηματικότητας στη διάρκεια τα κρίσης*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

3.5 Δείκτες επιχειρηματικότητας Doing Business

Η Παγκόσμια Τράπεζα και ειδικότερα ο Διεθνής Οργανισμός Χρηματοδότησης προβαίνει σε ετήσια βάση στη σύνταξη της Έκθεσης «Doing Business» με στόχο τη δημιουργία μιας αντικειμενικής βάσης δεδομένων για την κατανόηση και βελτίωση των νομοθετικών πλαισίων ανά χώρα με θετικές συνέπειες για το επιχειρηματικό περιβάλλον. Σύμφωνα με την παγκόσμια κατάταξη του Doing Business το 2014, η Ελλάδα βρέθηκε στην 72^η θέση, ενώ την πρώτη θέση κατέχει η Σιγκαπούρη, τη δεύτερη η Κίνα, την τρίτη η Νέα Ζηλανδία και την τέταρτη οι Η.Π.Α..

Στην κατάταξη αυτή λαμβάνονται υπόψη έντεκα σετ δεικτών μέτρησης της επιχειρηματικής νομοθεσίας σε 189 χώρες, τα οποία έχουν ως εξής:

- Έναρξη επιχείρησης
- Κατασκευαστική αδειοδότηση
- Παροχή ρεύματος
- Καταχώριση ιδιοκτησιών
- Παροχή πιστώσεων
- Προστασία επενδυτών
- Πληρωμή φόρων

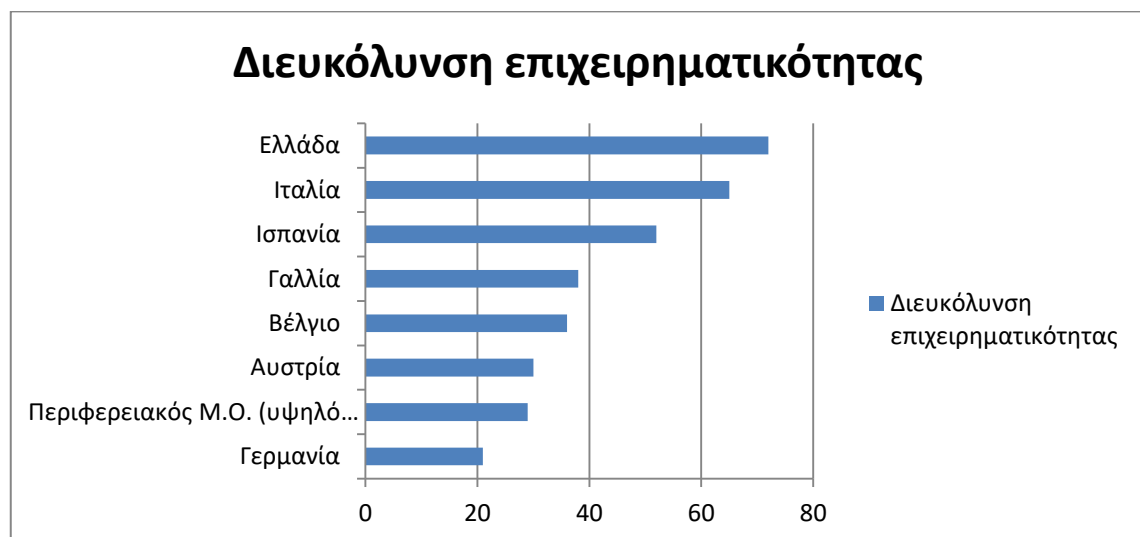
- Διασυνωριακό εμπόριο
- Εφαρμογή συμβάσεων
- Απόδοση λύσεων στην αφερεγγυότητα
- Απασχόληση εργαζομένων.

Ένα σημαντικό συμπέρασμα που προκύπτει από αυτήν την έκθεση είναι η μεγάλη πρόοδος που σημείωσαν οι οικονομίες του Ευρωπαϊκού Νότου, οι οποίες παρά την οικονομική κρίση συνεχίζουν να βελτιώνουν το επιχειρηματικό κλίμα ώστε να προσελκύσουν επενδύσεις και να επιτύχουν επιχειρηματική ανάπτυξη (Μπιτζένης, 2014).

Σύμφωνα με τη συγκεκριμένη έκθεση, η Ελλάδα σημείωσε μεγάλη πρόοδο όσον αφορά στην έναρξη επιχείρησης καθώς περιορίστηκε η ελάχιστη μείωση κεφαλαίου για την έναρξη μιας επιχείρησης, μειώθηκε το κόστος φορολόγησης κεφαλαίου αλλά και ο χρόνος υποχρεωτικής δημοσίευσης. Επιπλέον, η διαδικασία για την έναρξη μιας επιχείρησης έγινε πιο ευέλικτη, ενώ δημιουργήθηκε και μια απλούστερη μορφή εταιρείας περιορισμένης ευθύνης και καταργήθηκε η ελάχιστη κεφαλαιακή απαίτηση.

Όπως φαίνεται από το παρακάτω διάγραμμα, ο Δείκτης Διευκόλυνσης της Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα βελτιώθηκε, ενώ επίσης προέβη σε μεταρρυθμίσεις προκειμένου να γίνει η αγορά εργασίας της πιο ευέλικτη. Από την έκθεση αυτή προκύπτει ότι αν και το επιχειρηματικό περιβάλλον της Ελλάδας έχει βελτιωθεί, εντούτοις δεν μπορεί να υποστηριχθεί η άποψη ότι η Ελλάδα προσελκύει αρκετές επενδύσεις (Μπιτζένης, 2014).

Διάγραμμα 3.7: Διευκόλυνση επιχειρηματικότητας



Πηγή: Βάση δεδομένων Doing Business (Μπιτζένης, 2014)

3.6 Συμπεράσματα

Η σημασία του ανά χείρας κεφαλαίου έγκειται στην παρουσίαση της εικόνας που εμφανίζει η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Οι δείκτες που χρησιμοποιήθηκαν για τη μέτρηση της επιχειρηματικότητας διακρίνονται σε ποσοτικούς και ποιοτικούς. Στους ποσοτικούς δείκτες περιλαμβάνονται η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, δηλαδή η έναρξη νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων με βάση τους επίδοξους και τους νέους επιχειρηματίες και η διακοπή της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Αντίθετα, στους ποιοτικούς δείκτες περιλαμβάνονται η κλαδική διάσταση των εγχειρημάτων, οι προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης, η καινοτομικότητα και η ένταση ανταγωνισμού, η εξωστρέφεια και η τεχνολογία των νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

Λίστα Βιβλιογραφικών Αναφορών Κεφαλαίου

Ελληνική Βιβλιογραφία

Μανασάκης, Κ. (2013). *Κείμενο Πολιτικής Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα κατά τη διάρκεια της οικονομικής ύφεσης*. Παρατηρητήριο για την Κρίση, Ελληνικό Ίδρυμα Ευρωπαϊκής και Εξωτερικής Πολιτικής (ΕΛΙΑΜΕΠ).

Ι.Ο.Β.Ε. (2013). *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011-12. Η Εξέλιξη των Δεικτών της Επιχειρηματικότητας στη διάρκεια τα κρίσης*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

Ι.Ο.Β.Ε. (2016). *Επιχειρηματικότητα 2015 – 2016: Κρίσιμη καμπή για την αναπτυξιακή δυναμική του επιχειρηματικού συστήματος*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

Ι.Ο.Β.Ε. (2017). *Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας 2016-2017: Σε κάμψη η νέα επιχειρηματικότητα*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

Μπιτζένης, Α. (2014). *Διεθνής Επιχειρηματικότητα και Επενδύσεις. Σύγχρονο Ελληνικό Επιχειρηματικό Περιβάλλον*. Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης, Αθήνα.

Διαδικτυακές Πηγές

<http://iobe.gr/iobe.asp> [Πρόσβαση στις 2/10/2018].

Μέρος Β΄

Κεφάλαιο 4ο

Επιχειρηματική δραστηριότητα – Σύγχρονη επιχείρηση

4.1 Εισαγωγή

Οι επιχειρήσεις σήμερα δραστηριοποιούνται σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον από οικονομική και κοινωνική άποψη, το οποίο παρέχει νέες δυνατότητες ανάπτυξης ενώ παράλληλα δημιουργεί νέους κινδύνους και εμπόδια. Επιπλέον, η εξέλιξη της τεχνολογίας και οι αλλαγές του εσωτερικού περιβάλλοντος μιας επιχείρησης, όπως προκύπτουν από τη σημασία της επιχειρηματικής γνώσης και της διοίκησης ανθρώπινου δυναμικού και από τις νέες εργασιακές σχέσεις επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τη λήψη αποφάσεων για το μέλλον της επιχείρησης.

Οι αποφάσεις αυτές ανταποκρίνονται στην στρατηγική της επιχείρησης, δηλαδή στη βασική της κατεύθυνση, λαμβάνοντας υπόψη τους στόχους, τις δυνάμεις και τις δυνατότητές της. Οι στρατηγικές αποτυπώνουν την προσπάθεια της επιχείρησης να δημιουργήσει ή να βελτιώσει ένα υπάρχον ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Μιχαλόπουλος, Γρηγορούδης & Ζοπουνίδης, 2007). Στο κεφάλαιο αυτό προτού αναφερθούμε στη σύγχρονη επιχειρηματική δραστηριότητα μέσω των δομών - οργανισμών που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, όπως είναι οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και οι νεοφυείς επιχειρήσεις, αξίζει να διερευνήσουμε τη στρατηγική, την αποστολή, τους στόχους και τη δομή της σύγχρονης επιχείρησης.

4.2 Η στρατηγική, η αποστολή και οι στόχοι της σύγχρονης επιχείρησης

4.2.1 Η στρατηγική της επιχείρησης

Στην έννοια της στρατηγικής έχουν αποδοθεί αρκετοί ορισμοί, εντούτοις ένα βασικό χαρακτηριστικό όλων είναι ο ορθολογικός προγραμματισμός ως βασική διαδικασία διαμόρφωσης της στρατηγικής μιας επιχείρησης. Αυτό σημαίνει ότι η επιχείρηση εξετάζει τις επικρατούσες συνθήκες στο εξωτερικό και εσωτερικό της περιβάλλον προκειμένου να καθορίσει την αποστολή της, τους αντικειμενικούς της στόχους, τις στρατηγικές της επιλογές και τον τρόπο υλοποίησης και αξιολόγησης αυτών (Παπαδάκης, 2007).

Η στρατηγική μιας επιχείρησης αν και δεν συνδέεται πάντα με την επιτυχία της, είναι σημαντική προϋπόθεση αυτής. Τα βασικά σημεία στα οποία συμβάλλει η ανάπτυξη στρατηγικής για μία επιχείρηση σταχυολογούνται ως εξής:

- Η στρατηγική θέτει κατευθύνσεις, υπό την έννοια ότι προσδιορίζονται οι μακροπρόθεσμοι στόχοι της επιχείρησης και τα απαραίτητα προγράμματα για την υλοποίηση των στόχων αυτών.
- Μία σαφής και αποδεκτή στρατηγική συμβάλλει στη λήψη ομοιόμορφων αποφάσεων καθώς όλοι αντιλαμβάνονται ότι οι αποφάσεις επιδιώκουν την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων, κάτι ιδιαίτερα σημαντικό λόγω της ατελούς πληροφόρησης που χαρακτηρίζει τον επιχειρηματικό κόσμο.
- Η στρατηγική συλλέγει την προσπάθεια όλων και συντονίζει τις εκάστοτε δραστηριότητες, ενώ σε αντίθετη περίπτωση το κάθε άτομο θα δρούσε όπως ήθελε.
- Η στρατηγική προσδίδει ταυτότητα στην ίδια την επιχείρηση και καθορίζει τη θέση της απέναντι στους ανταγωνιστές δεδομένου ότι αποτυπώνει τις επιχειρηματικές δραστηριότητες της επιχείρησης.
- Η στρατηγική περιορίζει την αβεβαιότητα καθώς πρόκειται για μια γενική κατευθυντήρια αρχή, μέσω της οποίας γίνονται ευκολότερα αντιληπτές τυχόν ευκαιρίες ή απειλές.
- Τέλος, η στρατηγική μπορεί να συμβάλλει στην ανάπτυξη ενός μακροπρόθεσμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος έναντι των ανταγωνιστών της επιχείρησης αναγνωρίζοντας τις συνθήκες που επικρατούν τόσο στο εξωτερικό της περιβάλλον, όπως τις τάσεις της αγοράς, τα χαρακτηριστικά και τις αδυναμίες των ανταγωνιστών της, όσο και στο εσωτερικό της περιβάλλον, όπως τις ικανότητές της και τις αδυναμίες της αντιστοίχως (Παπαδάκης, 2007).

Επιπλέον, η σχέση της στρατηγικής με την οργανωτική δομή της επιχείρησης απασχόλησε και συνεχίζει να απασχολεί την ακαδημαϊκή κοινότητα και τα στελέχη των επιχειρήσεων. Σύμφωνα με την πρώτη προσέγγιση, ύστερα από την έρευνα των Chandler και Williamson, πρώτα επιλέγεται η στρατηγική και, έπειτα, δημιουργείται η κατάλληλη οργανωτική δομή που θα την υποστηρίξει, δηλαδή πρόκειται για εφαρμογή της στρατηγικής μέσω της δομής (strategy before structure). Κατά την προσέγγιση αυτή, οι αλλαγές στη στρατηγική συνεπάγονται και αλλαγές στη δομή της επιχείρησης, καθώς η οργανωτική δομή προσδιορίζει τον τρόπο με τον οποίο θα θεσμοθετηθούν οι αντικειμενικοί στόχοι και οι πολιτικές της, αλλά και τον τρόπο καταμερισμού των πόρων.

Ωστόσο, η αντίθετη άποψη υποστηρίζει ότι η προσέγγιση αυτή δεν τυγχάνει εφαρμογής στις σύγχρονες επιχειρήσεις καθώς υπάρχει ανάγκη για μια αλληλοσυνδεόμενη σχέση. Σύμφωνα με τη νεότερη προσέγγιση, στρατηγική και δομή πρέπει να εξελίσσονται καθημερινά και παράλληλα, ώστε να προσαρμόζονται στις νέες ανάγκες της επιχείρησης και του περιβάλλοντος στο οποίο δραστηριοποιείται. Η δημιουργία ευέλικτων οργανωτικών δομών με λιγότερα επίπεδα και μικρότερη γραφειοκρατία είναι αναγκαία για την προσαρμογή των επιχειρήσεων στις ραγδαίες αλλαγές του εξωτερικού περιβάλλοντος και των κοινωνικών αξιών.

Πέραν των ανωτέρω, η ανάγκη των επιχειρήσεων και των στελεχών τους για διαρκή μάθηση και οι ίδιες οι λειτουργίες της αλυσίδας αξίας καθώς και η μεταξύ τους σχέση επιβάλλουν την αλληλεξάρτηση στρατηγικής και οργανωτικής δομής. Αν και οι κύριες λειτουργίες μιας επιχείρησης απαιτούν μία συγκεντρωτική δομή και οι υποστηρικτικές λειτουργίες αυτής, χρειάζονται μία πιο ευέλικτη δομή δηλαδή, στην πράξη απαιτείται συνδυασμός λειτουργιών και τύπων δομών διαφορετικών μεταξύ τους, αποτυπώνεται η μεγάλη αλληλεξάρτηση στρατηγικής και οργανωτικής δομής.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι τόσο η στρατηγική όσο και η δομή μιας επιχείρησης είναι δύο έννοιες εξίσου σημαντικές για την επιχειρηματική δραστηριότητα καθώς από αυτές κρίνεται η προσαρμοστικότητα της επιχείρησης στις αλλαγές του περιβάλλοντος. Επομένως, απαιτείται συντονισμός στρατηγικής και οργανωτικής δομής (Παπαδάκης, 2007).

4.2.2 Η αποστολή και ο αντικειμενικός σκοπός της επιχείρησης

Η αποστολή μίας επιχείρησης σχετίζεται με τον λόγο ύπαρξής της. Σύμφωνα με τον Drucker (1954, 1974), η αποστολή αναφέρεται στην σωστή και απόλυτα κατανοητή απάντηση στο ερώτημα που θέτουν οι διευθύνοντες μιας επιχείρησης, δηλαδή ποιο είναι το έργο αυτής. Βασικά χαρακτηριστικά της αποστολής της επιχείρησης είναι το γεγονός ότι έχει μόνιμο χαρακτήρα και εκφράζεται διαφορετικά από επιχείρηση σε επιχείρηση (Μιχαλόπουλος, Γρηγορούδης & Ζοπουνίδης, 2007).

Το όραμα και η αποστολή είναι τα πρώτα σημεία από τα οποία προκύπτουν οι στρατηγικοί στόχοι, η στρατηγική καθώς και οι επιμέρους κινήσεις της επιχείρησης. Η αποστολή συνεπάγεται ομοφωνία ως προς τον επιχειρησιακό σκοπό, συμβάλλει στη λήψη στρατηγικών αποφάσεων, καθορίζει το επιχειρησιακό στίγμα και λειτουργεί ως σημείο αναφοράς μεταφράζοντας τους επιχειρησιακούς στόχους σε κατανοητές αρμοδιότητες. Περαιτέρω, η αποστολή λειτουργεί ως κριτήριο αξιολόγησης της απόδοσης των εργαζομένων,

συμβάλλει στην στελέχωση του οργανισμού με τον πλέον επιτυχή τρόπο, ενώ ταυτόχρονα λειτουργεί ως καθημερινός οδηγός που δίνει την κατεύθυνση (Παπαδάκης, 2007).

Όσον αφορά στις επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα, η αποστολή τους συνίσταται στα κάτωθι:

- i. **Μεγιστοποίηση του κέρδους**, είτε αναφέρεται στη μεγιστοποίηση του κέρδους σε απόλυτα μεγέθη, είτε στη μεγιστοποίηση του ποσοστού κέρδους, ή στην αύξηση του ποσοστού κέρδους μέσω του δανεισμού.
- ii. **Ανάπτυξη της επιχείρησης**, η οποία συνεπάγεται ευκαιρίες για ανέλιξη των εργαζομένων και μια καλή απόδοση από την υλοποίηση των επενδυτικών σχεδίων των διευθυνόντων, προκειμένου να δώσει κίνητρα στα στελέχη.
- iii. **Βούληση για εξουσία**, στην περίπτωση που ο εκάστοτε διευθύνων διακατέχεται από μεγαλομανία.
- iv. **Μοντέλο της ικανοποίησης**, υπό την έννοια ότι εάν έχει επενδυτικό σχέδιο, έχει ικανοποιητική απόδοση ή αλλάζει τον τρόπο εργασίας του προσωπικού (Μιχαλόπουλος, Γρηγορούδης & Ζοπουνίδης, 2007).

4.2.3 Οι στόχοι της σύγχρονης επιχείρησης

Ο στόχος αναφέρεται στη μελλοντική κατάσταση διαφόρων αντικειμένων τα οποία επιτυγχάνονται με την εφαρμογή μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς είτε ατομικής είτε ομαδικής. Η διαφορά των στόχων από την έννοια της αποστολής έγκειται στην ιεράρχηση των στόχων, που ενδέχεται να διαφοροποιείται ανάλογα με τις συνθήκες τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης.

Οι τεθέντες στόχοι μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως οδηγός για την κατεύθυνση που πρέπει να ακολουθηθεί και επηρεάζουν τον τύπο δράσεων που θα αναλάβει η επιχείρηση, της οποίας οι αποφάσεις λαμβάνονται με το μικρότερο δυνατό βαθμό αβεβαιότητας, ενώ μπορεί παράλληλα να λειτουργήσει ως τρόπο υποκίνησης αλλά και ως βάση αξιολόγησης και ελέγχου. Προκειμένου οι τεθέντες στόχοι να αποφέρουν τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα πρέπει να έχουν διατυπωθεί με σαφή και απλό τρόπο και να είναι συγκεκριμενοποιημένοι λαμβάνοντας υπόψη το περιεχόμενο, το μέγεθος (ποσότητα, αξία), τον χρόνο επίτευξής τους και τον φορέα τους (Μιχαλόπουλος, Γρηγορούδης & Ζοπουνίδης, 2007).

Οι στόχοι μιας επιχείρησης έχουν πολλές διαστάσεις ενώ μπορεί να είναι μακροπρόθεσμοι, μεσοπρόθεσμοι και βραχυπρόθεσμοι. Σύμφωνα με τον Drucker (1954), οι στόχοι μιας επιχείρησης προτείνεται να εμπίπτουν στις ακόλουθες περιοχές: κερδοφορία, παραγωγικότητα, μερίδιο αγοράς, καινοτομία, ανάπτυξη και επίδοση των στελεχών,

συμπεριφορά και επίδοση των εργατών, κοινωνική ευθύνη και χρηματοοικονομικές και εφοδιαστικές πηγές. Οι περιοχές αυτές περιορίζουν τη δραστηριοποίηση μιας επιχείρησης δημιουργώντας ένα σύστημα στόχων. Επιπλέον, υπάρχουν στόχοι που επιδιώκονται ταυτόχρονα από διάφορα άτομα ή ομάδες αποτελώντας το σύνολο των στόχων της επιχείρησης ή σύστημα στόχων μέσα στο οποίο αναπτύσσονται αρμονικές, ουδέτερες ή και αντίθετες σχέσεις (Μιχαλόπουλος, Γρηγορούδης & Ζοπουνίδης, 2007).

Οι στόχοι της σύγχρονης επιχείρησης διακρίνονται σε οικονομικούς και μη οικονομικούς:

A. Οικονομικοί στόχοι

Οι οικονομικοί στόχοι μιας επιχείρησης αλληλοσυμπληρώνονται καθώς η υλοποίηση του ενός συμβάλλει στην υλοποίηση και του επόμενου. Στους βασικούς οικονομικούς στόχους περιλαμβάνονται:

- ❖ η **απόδοση**, η οποία προκύπτει από τον λόγο πραγματοποιηθέν κέρδος/ επενδεδυμένο κεφάλαιο. Πρόκειται για ένα από τα πλέον σημαντικά κριτήρια καθώς για την επίτευξή του απαιτείται να τεθούν και άλλοι υπό-στόχοι.
- ❖ η **προσαρμοστικότητα** στις αλλαγές του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, σε επίπεδο ανθρώπινου δυναμικού, σε τεχνικό και σε χρηματοοικονομικό επίπεδο.
- ❖ η **μεγέθυνση**, θέτοντας στόχους ανάπτυξης και υλοποίησης οικονομικών κλίμακας μέσα από την ύπαρξη συνεργασιών.
- ❖ η **ποιότητα** των προϊόντων της επιχείρησης, η οποία πρέπει να βελτιώνεται.

Περαιτέρω οικονομικοί στόχοι μπορούν να τεθούν ως προς την κερδοφορία, την παραγωγικότητα και την σχέση με τους ανταγωνιστές (Μιχαλόπουλος, Γρηγορούδης & Ζοπουνίδης, 2007).

B. Μη οικονομικοί στόχοι

Οι μη οικονομικοί στόχοι είναι σημαντικοί για τη βιωσιμότητα της επιχείρησης και ενδέχεται να εκφράζουν σκοπό ή περιορισμούς. Μη οικονομικοί στόχοι μπορεί να είναι:

- ❖ η **ασφάλεια**, προκειμένου η επιχείρηση να εξασφαλίσει τη βιωσιμότητά της.
- ❖ οι **επιδιώξεις της ανώτατης ιεραρχίας**, η οποία επιδιώκει είτε να διατηρήσει τις θέσεις είτε την εξουσία είτε λαμβάνει αποφάσεις για λόγους γοήτρου.
- ❖ η **κοινωνική αποστολή της επιχείρησης**, μέσω της δημιουργίας θέσεων εργασίας, της ικανοποίησης των καταναλωτών, της προστασίας του περιβάλλοντος και της υλοποίησης έργων για κοινωνικό όφελος (Μιχαλόπουλος, Γρηγορούδης & Ζοπουνίδης, 2007).

4.3 Η δομή και η κουλτούρα της σύγχρονης επιχείρησης

4.3.1 Η δομή της σύγχρονης επιχείρησης

Επιχείρηση θεωρείται κάθε μονάδα, ανεξάρτητα από τη νομική της μορφή, που ασκεί οικονομική δραστηριότητα, και σε αυτές περιλαμβάνονται ιδίως οι μονάδες που ασκούν βιοτεχνική ή άλλη δραστηριότητα, ατομικά ή οικογενειακά, προσωπικές εταιρείες ή ενώσεις προσώπων που ασκούν σε τακτική βάση μια οικονομική δραστηριότητα, σύμφωνα με τη Σύσταση 2003/361/ΕΚ της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Στην έννοια της επιχείρησης περιλαμβάνεται «μια μικρή κοινωνία ατόμων οργανωμένων σε ομάδες», όπου η ανάθεση των αρμοδιοτήτων και η κατανομή των εργασιών θα πρέπει να γίνεται με αποδοτικό τρόπο. Η στρατηγική και η δομή είναι έννοιες αλληλένδετες καθώς αφενός η δομή εξελίσσεται με τη στρατηγική και αφετέρου η δομή προσδιορίζει τη στρατηγική (Μιχαλόπουλος, Γρηγορούδης & Ζοπουνίδης, 2007).

Η δομή αναφέρεται στο σύνολο των λειτουργιών και των σχέσεων που ορίζουν το έργο που υλοποιείται από κάθε μονάδα του οργανισμού και τους τρόπους συνεργασίας μεταξύ των μονάδων (Strategor, 1993). Η δομή της επιχείρησης περιλαμβάνει την κατανομή καθηκόντων στα άτομα, τον καταμερισμό των υπηρεσιών και την ανάλυση των σχέσεων μεταξύ των ατόμων (Μιχαλόπουλος, Γρηγορούδης & Ζοπουνίδης, 2007).

Τα βασικότερα οφέλη δημιουργίας συγκεκριμένης οργανωτικής δομής σε μία επιχείρηση εστιάζονται στο γεγονός ότι διευκολύνει την υλοποίηση της στρατηγικής, ορίζει τα καθήκοντα και τις αρμοδιότητες, οργανώνει τις τυπικές σχέσεις, ομαδοποιεί τους εργαζομένους με στόχο την αποτελεσματική λειτουργία της επιχείρησης, διευκολύνει την επικοινωνία, υποδεικνύει την εξουσία και τον έλεγχο και, τέλος, ενισχύει την παρακίνηση των εργαζομένων (Παπαδάκης, 2007).

Οι βασικές αρχές της οργάνωσης των επιχειρήσεων τέθηκαν από την **κλασική σχολή** (τέλος 19^{ου} – αρχή 20^{ου} αιώνα) από τους H. Fayol (1917) και F. Taylor (1967). Σύμφωνα με αυτούς,

- i. η επιχείρηση είναι ένα σύνολο με διαφορετικές λειτουργίες που διακρίνονται μεταξύ τους.
- ii. Η εξουσία ασκείται από πάνω προς τα κάτω.
- iii. Η ιεραρχία είναι μοναδική: ένας άνθρωπος και ένας αρχηγός.
- iv. Καθένας έχει εξειδικευτεί σε μία λειτουργία.
- v. Η διοίκηση πολλών υφισταμένων δεν είναι αποδοτική.
- vi. Η ανταμοιβή αντιστοιχεί στην παραγωγικότητα.

Έπειτα, η σχολή ανθρωπίνων σχέσεων (Elton Mayo, 1880-1949) δίνει έμφαση στις σχέσεις μεταξύ των ατόμων.

Τέλος, σύμφωνα με τη σύγχρονη θεωρία (Barnard, 2005, Cyert and March, 1963, March and Simon, 1958), στην επιχείρηση έρχονται σε επαφή διαφορετικές ομάδες που συνεργάζονται περιοδικά, με σκοπό την προάσπιση του συμφέροντος του κάθε ατόμου. Τα άτομα συνεχίζουν να εργάζονται στην επιχείρηση όσο πιστεύουν ότι οι θυσίες τους είναι κατώτερες από τις απολαβές τους, οικονομικές και μη. Στις δύσκολες συγκυρίες, η επιχείρηση κατευθύνεται σε μία ικανοποιητική για όλους λύση και όχι στην καλύτερη δυνατή (Μιχαλόπουλος, Γρηγορούδης & Ζοπουνίδης, 2007).

Στα βασικά χαρακτηριστικά της δομής της επιχείρησης, γνωστά ως «γραφειοκρατικός χώρος» συναντώνται η **εξειδίκευση**, ήτοι ο τρόπος και ο βαθμός καταμερισμού της εργασίας της επιχείρησης, ο **συντονισμός**, ο οποίος σχετίζεται με τους τρόπους συνεργασίας μεταξύ των μονάδων και τον βαθμό συγκέντρωσης – αποκέντρωσης που υιοθετείται, και η **τυποποίηση** στον προσδιορισμό των λειτουργιών και των σχέσεων (Μιχαλόπουλος, Γρηγορούδης & Ζοπουνίδης, 2007).

Περαιτέρω, η βιβλιογραφία αποδεικνύει ότι δεν υπάρχει ιδανική δομή για κάθε επιχείρηση, καθώς μία δομή είναι αποτελεσματική σε κάποιες περιπτώσεις ενώ σε άλλες υπάρχουν άλλες αποδοτικότερες δομές. Κάθε επιχείρηση χρησιμοποιεί ή εφευρίσκει νέες οργανωτικές δομές ανάλογα με τις ανάγκες και τις στρατηγικές της επιλογές. Οι παράγοντες που καθιστούν την οργανωτική δομή αποτελεσματική είναι η τεχνολογία και οι αλλαγές που επιφέρει στην οργάνωση, η ροή πληροφοριών και η δυναμική μεταξύ διαφοροποίησης και συμπληρωματικότητας (Παπαδάκης, 2007).

Παράλληλα, υπάρχουν κάποιοι προσδιοριστικοί παράγοντες που συνολικά συμβάλλουν στη διαμόρφωση της δομής, όπως είναι το μέγεθος, η τεχνολογία, το περιβάλλον, η στρατηγική, η εσωτερική πολυπλοκότητα της οργάνωσης και η πολιτισμική επίδραση.

Όσον αφορά το **μέγεθος** μιας επιχείρησης, μια απλή προσωποποιημένη δομή συναντάται σε μία μικρή επιχείρηση ενώ όσο μεγαλώνει η επιχείρηση τόσο εμφανίζονται νέα επίπεδα ευθύνης με διαφορετικές λειτουργίες, στόχους, μέσα και δύναμη εξουσίας, ενώ μεταξύ των τμημάτων υπάρχουν τυποποιημένες και συντονισμένες σχέσεις. Η **τεχνολογία** σχετίζεται με το σύνολο της διαδικασίας μετασχηματισμού που υλοποιεί η επιχείρηση εσωτερικά από την προμήθεια των πρώτων υλών έως την παράδοση των τελικών προϊόντων. Αναφορικά με το **περιβάλλον**, έχει ιδιαίτερη σημασία το γεγονός ότι οι επιχειρήσεις είναι ανοιχτά συστήματα που επηρεάζονται από το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται.

Στα χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος που σχετίζονται με τη δομή μιας επιχείρησης είναι η δυναμική για σταθερή ανάπτυξη, η πολυπλοκότητα λόγω της ανομοιογένειας των διαφόρων μερών της επιχείρησης και η αβεβαιότητα λόγω του ασταθούς περιβάλλοντος.

Στη συνέχεια, οι δομές πρέπει να συντονίζονται με τις **στρατηγικές** και δεδομένου ότι το εύρος δημιουργεί οικονομίες κόστους, είναι η βάση των στρατηγικών ανάπτυξης τις οποίες πρέπει να ακολουθεί η δομή. Η **πολυπλοκότητα της οργάνωσης** σε εσωτερικό επίπεδο σχετίζεται με την αβεβαιότητα που επηρεάζει τις διαφορετικές δραστηριότητες και εργασίες, τη διαφοροποίηση που εμφανίζουν αυτές, καθώς επίσης και με την αλληλεξάρτησή τους. Τέλος, η **πολιτισμική επίδραση** διαδραματίζει σημαντικό ρόλο καθώς στα διάφορα πολιτισμικά περιβάλλοντα συναντώνται διαφορετικές αξίες που επηρεάζουν τη δομή των επιχειρήσεων (Μιχαλόπουλος, Γρηγορούδης & Ζοπουνίδης, 2007).

Ωστόσο, η δομή της επιχείρησης ενδέχεται να μην είναι σταθερή καθώς η επιχείρηση εξελίσσεται, αλλάζει την κατεύθυνσή της και αναδιοργανώνεται. Οι παράγοντες που σχετίζονται με μια πιθανή ολοκληρωτική αναδιοργάνωση είναι το μεγάλο χάσμα μεταξύ πραγματικής λειτουργίας και τυπικής δομής, η αναποτελεσματικότητα της δομής λόγω αλλαγών του περιβάλλοντος και ο επαναπροσδιορισμός των δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

Έτσι, υπάρχουν δύο επιλογές, ήτοι η αλλαγή μέσω αναγκαστικής κρίσης και η ολοκληρωτική αλλαγή. Η μεν πρώτη προκύπτει όταν υπάρχει ασυμβατότητα μεταξύ των εσωτερικών λειτουργιών της επιχείρησης και των αναγκών του περιβάλλοντος. Η δε δεύτερη υφίσταται όταν υπάρχουν ευέλικτες δομές που σέβονται αρχές, όπως μεταξύ άλλων τη δημιουργία διαύλων επικοινωνίας, την καλλιέργεια στρατηγικής κουλτούρας και την πολυσυμμετοχικότητα (Μιχαλόπουλος, Γρηγορούδης & Ζοπουνίδης, 2007).

Παρόλο που κάθε επιχείρηση επιλέγει την οργανωτική της δομή ανάλογα με τους στρατηγικούς της στόχους και τα προϊόντα που παράγει παρακάτω γίνεται προσπάθεια να παρουσιαστούν οι σπουδαιότερες οργανωτικές δομές που υιοθετούνται από τις επιχειρήσεις.

Το πρώτο είδος οργανωτικής δομής είναι η **απλή οργανωτική δομή**, που συναντάται κυρίως σε μικρές και οικογενειακές επιχειρήσεις, οι οποίες παράγουν ένα ή λίγα ομοιογενή προϊόντα και στις οποίες ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει μεγάλο όγκο διοικητικών εργασιών έχοντας κάποιους βοηθούς. Στη συνέχεια, υπάρχει η **λειτουργική οργανωτική δομή**, η οποία χωρίζει την επιχείρηση βάσει των λειτουργιών που επιτελούνται για την επιβίωση αυτής προκειμένου να υπάρξουν οικονομίες κλίμακας στα επιμέρους τμήματα και να μην σπαταλούνται εξειδικευμένοι ανθρώπινοι πόροι σε ανεξάρτητα τμήματα.

Έπειτα, υιοθετείται η **γεωγραφική οργανωτική δομή** κυρίως από επιχειρήσεις που είτε δραστηριοποιούνται σε διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές είτε εξυπηρετούν μία εκτεταμένη γεωγραφική περιοχή. Η επόμενη διάκριση της δομής σχετίζεται με το **προϊόν** που παράγει μία επιχείρηση. Επίσης, υπάρχει η **πολυτμηματική δομή (αποκεντρωμένες επιχειρηματικές μονάδες)**, η οποία χωρίζει την επιχείρηση σε επιμέρους μονάδες βάσει προϊόντων, υπηρεσιών, γεωγραφικών περιοχών ή διαδικασιών. Κάθε μονάδα λειτουργεί ως αυτόνομο κέντρο λήψης αποφάσεων και οργανώνεται με όποια οργανωτική δομή ταιριάζει στη στρατηγική της επιχείρησης και στις βασικές δραστηριότητές της, ενώ το κεντρικό επιτελείο ελέγχει τις επιμέρους δραστηριότητες και ασκεί χρηματοοικονομικό έλεγχο σε αυτές.

Στη συνέχεια, υπάρχει η **οργάνωση κατά στρατηγικές επιχειρηματικές μονάδες**, δηλαδή ομαδοποιημένες σχετικές επιχειρηματικές μονάδες υπό τη διεύθυνση ενός ανώτατου διοικητικού στελέχους. Η συγκεκριμένη οργανωτική δομή συναντάται όταν υπάρχουν πολλές αποκεντρωμένες επιχειρηματικές μονάδες και ο έλεγχός τους είναι δύσκολος από τη γενική διεύθυνση με αποτέλεσμα να εξουσιοδοτείται ένα ανώτερο στέλεχος και να δημιουργείται ένα νέο διοικητικό επίπεδο.

Τέλος, υπάρχει η **μητρική οργανωτική δομή**, στην οποία η εξουσία για ένα προϊόν και η εξουσία για μία λειτουργία επικαλύπτονται και η λήψη της απόφασης σε κάθε κελί της μητρικής δομής μοιράζεται μεταξύ του διοικητή του συγκεκριμένου έργου και του διοικητή της λειτουργίας (Παπαδάκης, 2007).

4.3.2 Η κουλτούρα της σύγχρονης επιχείρησης

Η κουλτούρα συνίσταται σε ένα σύστημα αξιών και ιδεών, αποτελώντας το υπόβαθρο των θέσεων και των συμπεριφορών καθενός στην επιχείρηση. Η έννοια της κουλτούρας εξελίσσεται στην έννοια της ταυτότητας της επιχείρησης.

Από έρευνες που έγιναν τη δεκαετία του 80 προέκυψαν δύο προσεγγίσεις του ορισμού της κουλτούρας της επιχείρησης:

- Η πρώτη προσέγγιση βλέπει την κουλτούρα ως ένα εσωτερικό υποσύστημα του συνόλου της επιχείρησης που επιτρέπει στα άτομα να προσαρμοστούν στο περιβάλλον και αυτό προϋποθέτει ότι η επιχείρηση έχει μία κουλτούρα.
- Σύμφωνα με τη δεύτερη προσέγγιση, η επιχείρηση είναι μία κουλτούρα, δηλαδή ένα σύστημα γνώσεων του οποίου κάθε μέλος μπορεί να ερμηνεύσει βάσει των διανοητικών μηχανισμών που διαθέτει (Μιχαλόπουλος, Γρηγορούδης & Ζοπουνίδης, 2007).

Στη διαμόρφωση της κουλτούρας επιδρούν οι παραδοσιακοί συμβολικοί μηχανισμοί ανθρωπολογικού τύπου όπως οι μύθοι και οι θρύλοι, οι οποίοι περιγράφουν την ιστορία της επιχείρησης και την επιτυχία της και πολλές φορές χρησιμοποιούνται για τη συνέχιση των αξιών της επιχείρησης, τα πιστεύω και οι αξίες που επικρατούν μεταξύ των ομάδων. Επίσης, οι ομαδικές συνήθειες, όπως είναι ο τρόπος με τον οποίο ξεκινά η εργασία, η ανάπαυση, τα γεύματα, ο τρόπος συνομιλίας, ο τρόπος που τελειώνει η εβδομάδα, η αποχώρηση, η προαγωγή και τα ταμπού διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της κουλτούρας.

Επιπλέον, η κουλτούρα της επιχείρησης επηρεάζεται από την εθνική κουλτούρα αλλά και τις κουλτούρες των διαφόρων ομάδων των εργαζομένων. Όσο περισσότερο ταιριάζουν αυτές οι κουλτούρες, τόσο η κουλτούρα της επιχείρησης θα είναι πιο συναφής (Μιχαλόπουλος, Γρηγορούδης & Ζοπουνίδης, 2007).

4.4 Η επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο (ΕΕ-28), το 99,8 % των επιχειρήσεων σε όλους τους κλάδους, με εξαίρεση τον χρηματοπιστωτικό, είναι Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις, στις οποίες εργάζονται 93 εκατομμύρια άνθρωποι, δηλαδή το 67 % της συνολικής απασχόλησης. Το 93% αυτών των επιχειρήσεων είναι μικρές επιχειρήσεις με ανθρώπινο δυναμικό μικρότερο από 10 άτομα. Αντιστοίχως, στην Ελλάδα, το ποσοστό αυτών των επιχειρήσεων κυμαίνεται περίπου στο 99,9% του συνολικού αριθμού των επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις αυτές δραστηριοποιούνται σε ένα ευρύ πεδίο κλάδων και αντιπροσωπεύουν το 19,3% του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος και το 87% της απασχόλησης στον επιχειρηματικό τομέα (ΕΚΤ, 2018).

Η έννοια της νεοφυούς επιχείρησης έχει εισέλθει σε μεγάλο βαθμό στην ορολογία του σύγχρονου επιχειρηματικού περιβάλλοντος τα τελευταία χρόνια. Πρόκειται για ένα νέο επιχειρηματικό μοντέλο, το οποίο χαρακτηρίζεται από σημαντική καινοτομική δράση και ραγδαία ανάπτυξη με θετικές επιδράσεις για την εξέλιξη της οικονομίας και τη δημιουργία θέσεων εργασίας¹².

Στην ενότητα αυτή, επιχειρείται η παρουσίαση των βασικών δομών της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα, ήτοι τις Μικρές και Μεσαίες επιχειρήσεις και τις νεοφυείς επιχειρήσεις παρουσιάζοντας τον ορισμό τους, τη σημασία τους για την οικονομία μιας χώρας και τα πλεονεκτήματα ή μειονεκτήματα που εμφανίζουν σε σύγκριση με άλλες επιχειρήσεις.

¹² <http://hellenicstartups.gr/about/>

4.4.1 Μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις

Πριν προβούμε στον ορισμό των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, αξίζει να εξετάσουμε τους λόγους για τους οποίους οι επιχειρήσεις αυτές ασκούν καταλυτική επιρροή στην οικονομία της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης γενικότερα. Ένα βασικό σημείο στο οποίο συνεισφέρουν είναι η δημιουργία θέσεων εργασίας. Ήδη από τα αριθμητικά στοιχεία που παρουσιάζονται στην εισαγωγή της εν λόγω ενότητας, αποδεικνύεται η συμβολή των επιχειρήσεων αυτών στην ενίσχυση της απασχόλησης. Εντούτοις, από στοιχεία σχετικά με την κατανομή των επιχειρήσεων πέραν του χρηματοπιστωτικού τομέα με βάση το μέγεθος το έτος 2008 (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2009) προκύπτει διαφοροποίηση της συμβολής των μικρών επιχειρήσεων στις οικονομίες του Ευρωπαϊκού Νότου (Ελλάδα, Ιταλία, Ισπανία και Πορτογαλία) σε σχέση με τις οικονομίες του Ευρωπαϊκού Βορρά.

Επιπλέον, σύμφωνα με τους Πέκκα - Οικονόμου και Χατζηδημητρίου (2017), η συνεισφορά των επιχειρήσεων αυτών στην παραγωγή προστιθέμενης αξίας με αποτέλεσμα την αύξηση του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος (ΑΕΠ) είναι ιδιαίτερα σημαντική σε όλες τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με εξαίρεση τη Ρουμανία και τη Σλοβακία. Επίσης, οι μικρές επιχειρήσεις συνδέονται σε μεγάλο βαθμό με την οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας, δεδομένου ότι εισάγουν στην αγορά την καινοτομία και συμβάλλουν στην αλλαγή του επιχειρηματικού κλάδου, ενώ παράλληλα ενισχύεται και ο ανταγωνισμός (Πέκκα - Οικονόμου και Χατζηδημητρίου, 2017).

Λόγω της μεγάλης σημασίας για την οικονομία μίας χώρας, που έχουν προσλάβει τα τελευταία χρόνια οι επιχειρήσεις αυτές, αποτελούν προτεραιότητα της πολιτικής της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η οποία με στοχευμένες ενέργειες επιχειρεί την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας για τις ΜμΕ, προκειμένου να βελτιωθεί το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται και να συμβάλλουν τα μέγιστα στην παγκόσμια οικονομία (ΕΚΤ, 2018).

4.4.1.1 Ορισμός των Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων

Σύμφωνα με τους Πέκκα - Οικονόμου και Χατζηδημητρίου (2017), παρά τις προσπάθειες που έγιναν στην κατεύθυνση του ορισμού των μικρών επιχειρήσεων και τις δυσκολίες που ανέκυψαν για τον αντικειμενικό ορισμό αυτών, το στοιχείο που χρησιμοποιείται ευρύτερα είναι η απασχόληση. Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ (2010), μικρές επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται όσες είναι μη θυγατρικές ανεξάρτητες και απασχολούν λιγότερους από ένα δεδομένο αριθμό υπαλλήλων.

Στη συνέχεια, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή με τη Σύσταση 2003/361/ΕΚ προσδιόρισε τον όρο των Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων χρησιμοποιώντας και χρηματοοικονομικά κριτήρια, δηλαδή τον κύκλο εργασιών ή τον ισολογισμό των επιχειρήσεων. Οι Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις ορίζονται ως εξής: «Η κατηγορία των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων αποτελείται από επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερους από 250 εργαζομένους και των οποίων ο ετήσιος κύκλος εργασιών δεν υπερβαίνει τα 50 εκ. ευρώ ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 43 εκ. ευρώ». Ειδικότερα, ισχύουν οι εξής ορισμοί:

- **Πολύ μικρή επιχείρηση** χαρακτηρίζεται η επιχείρηση με προσωπικό έως και 9 εργαζόμενους, κύκλο εργασιών έως και 2 εκατ. ευρώ ή ισολογισμό έως και 2 εκατ. ευρώ.
- **Μικρή επιχείρηση** χαρακτηρίζεται η επιχείρηση με προσωπικό έως και 49 εργαζόμενους, κύκλο εργασιών έως και 10 εκατ. ευρώ ή ισολογισμό έως και 10 εκατ. ευρώ.
- **Μεσαία επιχείρηση** χαρακτηρίζεται η επιχείρηση με προσωπικό έως και 249 εργαζόμενους, κύκλο εργασιών έως και 50 εκατ. ευρώ ή ισολογισμό έως και 43 εκατ. ευρώ.

Πίνακας 4.5: Ορισμός Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων

Κατηγορία επιχείρησης	Εργαζόμενοι	Κύκλος εργασιών	Ισολογισμός
Πολύ μικρή επιχείρηση	< 10	< 2 εκατ. Ευρώ	< 2 εκατ. Ευρώ
Μικρή επιχείρηση	< 50	< 10 εκατ. Ευρώ	< 10 εκατ. Ευρώ
Μεσαία επιχείρηση	<250	< 50 εκατ. Ευρώ	< 43 εκατ. Ευρώ

Πηγή: Σύσταση της Επιτροπής, της 6ης Μαΐου 2003, σχετικά με τον ορισμό των πολύ μικρών, των μικρών και των μεσαίων επιχειρήσεων (2003/361/ΕΚ).

Στη Σύσταση αυτή, περιγράφονται τρεις βασικοί τύποι οικονομικών μονάδων βάσει του υπολογισμού των ορίων του κύκλου εργασιών ως εξής:

Η **αυτόνομη επιχείρηση** με τα χρηματοοικονομικά στοιχεία και τον αριθμό του προσωπικού που βασίζονται αποκλειστικά στους λογαριασμούς της.

Η **συνεργαζόμενη επιχείρηση**, δηλαδή η επιχείρηση η οποία διαθέτει συνεργαζόμενες επιχειρήσεις της οποίας τα όρια του κύκλου εργασιών προκύπτουν από το άθροισμα των δεδομένων της επιχείρησης και των δεδομένων των συνεργαζομένων εταιρειών.

Η **συνδεδεμένη επιχείρηση**, ήτοι η επιχείρηση η οποία συνδέεται με άλλες επιχειρήσεις και που προστίθεται στα δεδομένα της το 100% των δεδομένων των επιχειρήσεων με τις οποίες αυτή συνδέεται.

Ωστόσο, ο ορισμός των ΜμΕ πρέπει να προσαρμόζεται κάθε φορά ανάλογα με τις μεταβολές που επέρχονται στη διάρθρωση και στο μέγεθος των επιχειρήσεων, ενώ πρέπει, επίσης, να χρησιμοποιούνται καταλληλότερα και εξειδικευμένα κριτήρια, ποσοτικά και ποιοτικά ορισμού των ΜμΕ, όταν λαμβάνονται ειδικά αναπτυξιακά ή διοικητικά μέτρα (Κορρές, 2015).

4.4.1.2 Χαρακτηριστικά Μικρομεσαίων επιχειρήσεων

Το ύψος των κεφαλαίων που επενδύονται σε μια επιχείρηση εξαρτάται ουσιαστικά από τη δραστηριότητα της επιχείρησης, και για τον λόγο αυτόν είναι φυσικό να παρατηρούνται σημαντικές διαφορές από τη μια επιχείρηση στην άλλη, κυρίως όταν πρόκειται για μεσαίες επιχειρήσεις.

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά των Μικρομεσαίων επιχειρήσεων συνοψίζονται ως εξής:

- Ένα άτομο ή μια μικρή ομάδα ατόμων κατέχουν το κεφάλαιο της επιχείρησης.
- Η επιχείρηση καλύπτει ένα μικρό μερίδιο της εγχώριας αγοράς και δεν έχει ειδικό τμήμα έρευνας και ανάπτυξης.
- Στο πρόσωπο του επιχειρηματία ταυτίζονται συνήθως τα πρόσωπα του διευθυντή και του διαχειριστή της επιχείρησης και δεν διαθέτει εξειδικευμένα διευθυντικά στελέχη.
- Η επιχείρηση βασίζεται περισσότερο στην εργασία και στην προσωπική εργασία.
- Η επιχείρηση δεν μπορεί να καθορίσει τις τιμές της αγοράς.
- Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις μπορούν να δραστηριοποιούνται σε βασικούς τομείς, όπως είναι το λιανικό εμπόριο, ο αγροτικός τομέας, η μεταποίηση, το χονδρικό εμπόριο κ.λπ. Όμως, μπορούν να δραστηριοποιούνται σε παραδοσιακούς τομείς όπου παράγουν προϊόντα για τις τοπικές και εγχώριες αγορές, να παράγουν κατόπιν συμφωνιών με άλλες επιχειρήσεις, και τέλος οι ανεξάρτητες επιχειρήσεις να χρησιμοποιούν οι ίδιες τα προϊόντα που παράγουν και να ασχολούνται με το λιανικό εμπόριο (Κορρές, 2015).

4.4.1.3 Πλεονεκτήματα - Μειονεκτήματα Μικρομεσαίων επιχειρήσεων

Στα κυριότερα πλεονεκτήματα των Μικρομεσαίων επιχειρήσεων περιλαμβάνονται τα εξής:

- 1) Χρησιμοποίηση επιχειρηματικών ταλέντων
- 2) Πληρέστερη χρήση των παραγωγικών συντελεστών
- 3) Παροχή καλύτερης εξυπηρέτησης των καταναλωτών
- 4) Καλύτερος έλεγχος των εργαζομένων σε πιο άμεσο επίπεδο
- 5) Ανάπτυξη καινοτομιών και δημιουργικής μίμησης
- 6) Διάχυση καινοτομιών
- 7) Προώθηση της απασχόλησης
- 8) Άνοδος της οικονομικής μεγέθυνσης
- 9) Προώθηση του ανταγωνισμού

Αντίθετα, στα κυριότερα μειονεκτήματα των Μικρομεσαίων επιχειρήσεων ανήκουν τα εξής:

- 1) Εμπόδια στη χρηματοδότηση
- 2) Δυσκολίες προώθησης των προϊόντων που παράγουν
- 3) Υψηλότερο κόστος παραγωγής των προϊόντων
- 4) Αδυναμία εκσυγχρονισμού της επιχείρησης (Κορρές, 2015).

4.4.2 Νεοφυείς επιχειρήσεις (Start-ups)

Στην Ελλάδα οι νεοφυείς επιχειρήσεις έκαναν την πρώτη εμφάνισή τους την περίοδο 2012-2014, μία περίοδο που χαρακτηριζόταν από σημαντική οικονομική ύφεση. Για τον λόγο αυτό, η δημιουργία αυτών των επιχειρήσεων κρίθηκε ως βασικό σημείο στην κατεύθυνση της ανάπτυξης, γεγονός που αποδεικνύεται από την καινοτομία που αυτές οι επιχειρήσεις εξελίσσουν με απώτερο αποτέλεσμα την άνοδο της οικονομίας και την επιτάχυνση των ρυθμών ανάπτυξης αυτής.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις, σήμερα στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται περίπου 350 – 400 νεοφυείς επιχειρήσεις, οι οποίες προέρχονται από τον τεχνολογικό κλάδο. Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι νεοφυείς επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται γενικότερα σε οποιονδήποτε κλάδο εισάγει νέα επιχειρηματικά μοντέλα, κάτι που φαίνεται και στη χώρα μας όπου έχουν κάνει

την εμφάνισή τους αρκετές επιχειρήσεις σε τομείς που υπάρχει τεχνογνωσία και επομένως υπάρχει η δυνατότητα προσφοράς διαφοροποιημένων προϊόντων ή υπηρεσιών¹³.

4.4.2.1. Ορισμός Νεοφυών Επιχειρήσεων

Τόσο η ακαδημαϊκή όσο και η επιχειρηματική κοινότητα έχει επιχειρήσει με αρκετές προσπάθειες να αποσαφηνίσει την έννοια της νεοφυούς επιχείρησης.

Σύμφωνα με τον Steve Blank¹⁴, οι νεοφυείς επιχειρήσεις είναι οντότητες που επιδιώκουν να αναζητήσουν ένα επαναλαμβανόμενο και εξελισσόμενο επιχειρηματικό μοντέλο, γεγονός που τις διαφοροποιεί από τις υφιστάμενες και νεοϊδρυθείσες επιχειρήσεις.

Στη συνέχεια, ο Paul Graham όρισε την νεοφυή επιχείρηση ως την επιχείρηση «που έχει σχεδιαστεί ώστε να αυξηθεί ταχύτατα». Σημασία δεν έχει το γεγονός να είναι απλώς μία επιχείρηση νεοσύστατη αλλά ο ρυθμός ανάπτυξης αυτής¹⁵.

Επιπλέον, οι νεοφυείς επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να προωθούν μια υπηρεσία, μια ιδέα ή ένα προϊόν επιδιώκοντας ταχεία και ευρεία απόδοση της συγκεκριμένης επένδυσης (Dewey, 2014).

Ως νεοφυής επιχείρηση, ή αλλιώς start-up, χαρακτηρίζεται μία επιχείρηση που δραστηριοποιείται για μικρό χρονικό διάστημα στην αγορά, από λίγους μήνες έως και 3-5 έτη, εμφανίζει σημαντικό ρυθμό ανάπτυξης, χαρακτηρίζεται από έντονη εξωστρέφεια και έχει στοιχεία διαφοροποίησης σε σύγκριση με τις υπάρχουσες επιχειρήσεις. Εμφανίζεται συχνότερα στον κλάδο της τεχνολογίας, ενώ το όλο εγχείρημα ενέχει μεγάλο ρίσκο για τους εμπλεκόμενους¹⁶.

4.4.2.2. Χαρακτηριστικά νεοφυών επιχειρήσεων

Μια νεοφυής επιχείρηση εμφανίζει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- ❖ Όσον αφορά στον χρόνο, πρόκειται για μία προσωρινή μορφή επιχείρησης δεδομένου ότι εφόσον πετύχει σχεδιάζεται η εξέλιξή της σε κανονική επιχείρηση. Το μέσο χρονικό διάστημα που χαρακτηρίζεται μία επιχείρηση νεοφυής είναι το ένα έτος, καθώς έπειτα προσλαμβάνει τη δομή και τις λειτουργίες μιας κανονικής επιχείρησης.

¹³ <https://www.cnn.gr/oikonomia/insights/story/61489/to-mystiko-tis-epityxias-ton-ellinikon-startups>

¹⁴ <https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>

¹⁵ <https://www.e-forologia.gr/cms/viewContents.aspx?id=193571>

¹⁶ <https://www.cnn.gr/oikonomia/insights/story/61489/to-mystiko-tis-epityxias-ton-ellinikon-startups>

- ❖ Αποτελεί ένα επαναλαμβανόμενο και κλιμακούμενο πλάνο, υπό την έννοια ότι το παραγόμενο προϊόν ή η παρεχόμενη υπηρεσία θα μπορεί να χρησιμοποιηθεί ή να χρησιμοποιείται από τους καταναλωτές ως έχει.
- ❖ Το προϊόν ή η υπηρεσία θα πρέπει να απευθύνεται σε ένα αρκετά μεγάλο κοινό ανεξάρτητα από γεωγραφικούς περιορισμούς και απαιτήσεις φυσικής παρουσίας, ώστε να καλύπτονται οι ανάγκες για ραγδαία ανάπτυξη.
- ❖ Έχει ένα καινοτόμο προφίλ και επιδιώκει να προσφέρει λύση σε ένα δεδομένο πρόβλημα ή να ικανοποιήσει μια επιθυμία των πελατών της, δημιουργώντας μια νέα αγορά ή εξελίσσοντας μια υπάρχουσα αγορά, μέσω της καινοτομίας που εμφανίζει.

Συμπερασματικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι ο όρος «νεοφυής επιχείρηση» χρησιμοποιείται για επιχειρήσεις που εμφανίζουν υψηλή ανάπτυξη, τεχνολογικό προσανατολισμό, ενώ πολλές από αυτές στοχεύουν στη δημιουργία μιας νέας αγοράς ή στην περαιτέρω εξέλιξη μιας υπάρχουσας¹⁷.

4.4.2.3 Διαδικασία έναρξης Νεοφυών Επιχειρήσεων

Η έναρξη μιας νεοφυούς επιχείρησης αποτελεί μία διαδικασία που απαιτεί σημαντικό χρονικό διάστημα και περιλαμβάνει διάφορα στάδια από την ανάπτυξη των αρχικών ιδεών των επιχειρηματιών ως την ίδρυση και εξέλιξη της επιχείρησης.

Ειδικότερα, η εν λόγω διαδικασία εκκινεί με τη διαμόρφωση μιας ιδέας, η οποία συνιστά αποτέλεσμα προγενέστερης εμπειρίας και γνώσης του επιχειρηματία, δηλαδή το ανθρώπινο κεφάλαιο, της δημιουργικότητας που τον χαρακτηρίζει διαβλέποντας ότι ένα προϊόν ή μία υπηρεσία μπορούν να προσφερθούν με καλύτερο τρόπο στον καταναλωτή ή συνδέοντας πράγματα και ιδέες που προηγουμένως φαίνονταν άσχετα, καθώς επίσης και της επιρροής που του έχει ασκηθεί από το οικογενειακό και φιλικό περιβάλλον. Ανάλογα με το αν πρόκειται για επιχειρηματίες νεότερης ηλικίας ή έμπειρους επιχειρηματίες οι παράγοντες αυτοί και τα τυχόν εμπόδια που μπορεί να αντιμετωπίσουν διαφοροποιούνται και διαδραματίζουν διαφορετικό ρόλο στην ανάπτυξη μίας ιδέας (Πέκκα – Οικονόμου & Χατζηδημητρίου, 2017).

Στη συνέχεια, ακολουθεί η αναγνώριση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας και η αξιοποίησή της στο οικονομικό περιβάλλον. Πρόκειται για ένα στάδιο που επηρεάζεται από τις αλλαγές που συμβαίνουν σε πολιτικό, οικονομικό, κοινωνικό ή τεχνολογικό επίπεδο και συνεπώς τις ευκαιρίες για νέα εγχειρήματα που δημιουργούνται από αυτές. Ωστόσο,

¹⁷ <https://rejoin.gr/blog/1113-neofiis-epixeirisi-start-up>

σημαντικό ρόλο στο στάδιο αυτό διαδραματίζει η διάχυση της πληροφορίας, η επεξεργασία και η αξιολόγηση των πληροφοριών αυτών από τον επιχειρηματία προκειμένου αυτός μέσα από προσωπικά και επιχειρηματικά φίλτρα να αναγνωρίσει την ευκαιρία λόγω της ατελούς πληροφόρησης που συναντάται.

Για την έναρξη μίας νεοφυούς επιχείρησης, απαιτείται σχεδιασμός και σχετική προετοιμασία προκειμένου να ανευρεθούν τόσο τα απαραίτητα χρηματοδοτικά κεφάλαια όσο και το ανθρώπινο κεφάλαιο, δηλαδή μία κατάλληλη ομάδα αποτελούμενη από άτομα με διαφορετικές αλλά συμπληρωματικές δεξιότητες. Στο στάδιο αυτό, ιδιαίτερη σημασία έχουν η έρευνα για τη συλλογή πληροφοριών, προκειμένου να προσδιοριστεί η στρατηγική που θα ακολουθήσει η επιχείρηση για να εισέλθει στην αγορά, καθώς επίσης και η επίδραση που ασκεί το κοινωνικό κεφάλαιο σε έναν επιχειρηματία, δηλαδή η επίδειξη εμπιστοσύνης προς το πρόσωπό του και η παροχή υποστήριξης στο νέο του εγχείρημα από τον οικογενειακό και κοινωνικό περίγυρο (Πέκκα – Οικονόμου & Χατζηδημητρίου, 2017).

Κατόπιν της προετοιμασίας, η επιχείρηση έχει πλέον δημιουργηθεί και βρίσκεται στη φάση εισόδου στην αγορά. Στη φάση αυτή παίζει σημαντικό ρόλο η επιλογή της κατάλληλης χρονικής στιγμής στην οποία η επιχείρηση θα εισέλθει στην αγορά, λόγω της προστασίας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας, καθώς πρόκειται για ένα νέο προϊόν και ο εκάστοτε επιχειρηματίας θα πρέπει να λάβει υπόψη του αν θα προβεί στην αναγνώριση του διπλώματος ευρεσιτεχνίας και πότε. Το μάρκετινγκ είναι ένας παράγοντας που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη κατά την είσοδο στην αγορά καθώς με αυτό η επιχείρηση παρουσιάζει το προφίλ της και τη διαφοροποίησή της σε σχέση με τους ανταγωνιστές της.

Μετά την είσοδο στην αγορά, ακολουθεί ένα σοβαρό στάδιο για τον επιχειρηματία καθώς μέσα σε αυτό θα αρχίσει να αντιλαμβάνεται τις ανάγκες των πελατών του, τους προμηθευτές του αλλά και την σχέση των εσόδων – εξόδων. Στο στάδιο αυτό, η επιχείρηση θα προσπαθήσει να κερδίσει και να διατηρήσει την εμπιστοσύνη των πελατών και των προμηθευτών της και να δημιουργήσει έναν κύκλο επαφών που θα τη βοηθήσει να εισέλθει σε νέες αγορές (Πέκκα – Οικονόμου & Χατζηδημητρίου, 2017).

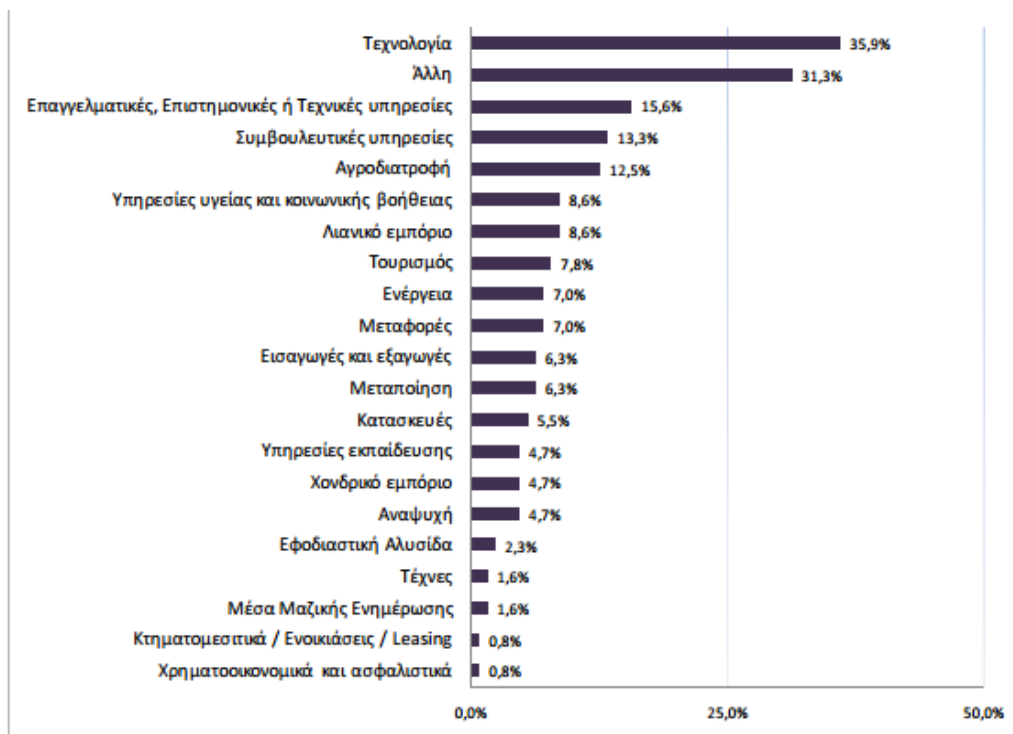
4.4.2.4. Οι νεοφυείς επιχειρήσεις στην Ελλάδα - Βασικές ανάγκες

Σύμφωνα με έρευνα που διεξήγαγε η Διεύθυνση Στήριξης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων της Γενικής Γραμματείας Βιομηχανίας του Υπουργείου Οικονομίας και

Ανάπτυξης¹⁸, για το 62,3% των υπό σύσταση επιχειρήσεων η επεξεργασία της επιχειρηματικής ιδέας διαρκεί για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο από ένα έτος, ενώ το 25% των υπό σύσταση επιχειρήσεων ετοιμάζεται να δημιουργήσει την πρώτη πελατεία του.

Σύμφωνα με την ανωτέρω έρευνα, η πλειοψηφία των υφιστάμενων επιχειρηματιών (76,3%) έχει ιδρύσει επιχείρηση την τελευταία πενταετία, ενώ όσον αφορά την πλήρη απασχόληση, οι περισσότερες υφιστάμενες επιχειρήσεις απασχολούν 1 εργαζόμενο σε ετήσια βάση. Ένα σημαντικό ποσοστό των επιχειρηματιών (35,9%) δραστηριοποιείται ή σκοπεύει να δραστηριοποιηθεί στον τομέα της τεχνολογίας, όπως απεικονίζεται στο παρακάτω διάγραμμα.

Διάγραμμα 4.8: Δραστηριότητα της επιχείρησης (Σύνολο δείγματος)



Πηγή: <https://startupper.gr/apotelesmata-ereunas-startupgreece/>

Στα βασικά συμπεράσματα της εν λόγω έρευνας περιλαμβάνονται τα εξής:

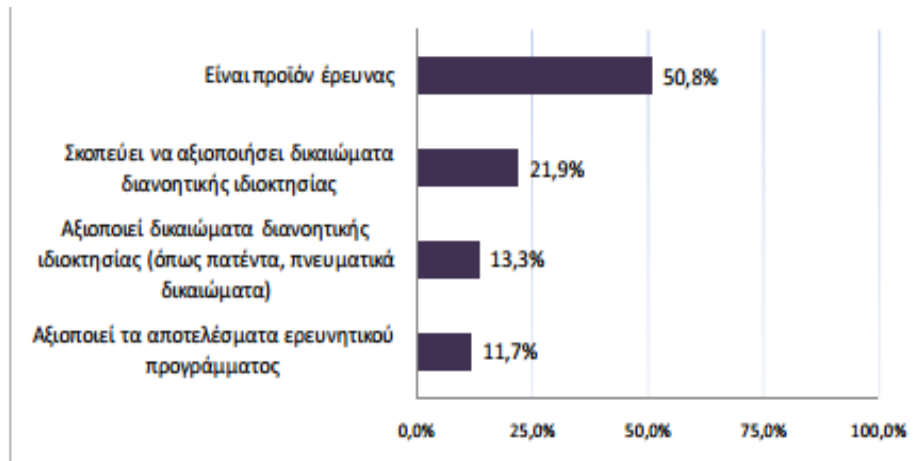
Οι μισοί περίπου επιχειρηματίες απάντησαν ότι η επιχειρηματική τους ιδέα προήλθε από έρευνα, ενώ το 60,2% αυτών απευθύνεται στη διεθνή αγορά, με τις υπό σύσταση επιχειρήσεις να είναι πιο αισιόδοξες (69,8%) από τις υφιστάμενες (50,8%).

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων (83,5%) δήλωσαν ότι πηγή χρηματοδότησης τους είναι τα ίδια κεφάλαιά τους, ενώ πηγή χρηματοδότησης μόλις για το

¹⁸ Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μέσω ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου στο StartupGreece για τη χαρτογράφηση των επιχειρηματικών αναγκών των ελληνικών υφιστάμενων και υπό σύσταση Startup επιχειρήσεων.

4,7% αποτελεί ο δανεισμός από ελληνική τράπεζα. Το 38,3% όλων των επιχειρηματιών απάντησαν ότι χρησιμοποιούν τουλάχιστον μία δομή υποστήριξης της επιχειρηματικότητας με το μεγαλύτερο ενδιαφέρον να προσελκύουν οι θερμοκοιτίδες-εκκολαπτήρια (incubators)¹⁹.

Διάγραμμα 4.9: Η επιχειρηματική σας ιδέα... (Σύνολο δείγματος)



Πηγή: <https://startupper.gr/apotelesmata-ereunas-startupgreece/>

Από τα ερωτήματα που τέθηκαν, προέκυψαν τα παρακάτω βασικά εμπόδια που συναντούν τόσο οι υφιστάμενες όσο και οι υπό σύσταση επιχειρήσεις, κυρίως όσον αφορά τη χρηματοδότησή τους, την επιχειρηματική ανάπτυξη και το μάρκετινγκ.

Ειδικότερα, η πλειοψηφία των επιχειρηματιών (90,6%) θεωρεί ότι η εύρεση κεφαλαίων είναι η σοβαρότερη ανάγκη, σε ποσοστό 87,7% για τις υφιστάμενες επιχειρήσεις και 93,7% για τις υπό σύσταση επιχειρήσεις. Περισσότερες από τις μισές υφιστάμενες επιχειρήσεις (53,6%) αναζητούν χρηματοδότηση από ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά προγράμματα, ενώ ακριβώς οι μισές υφιστάμενες επιχειρήσεις από ελληνικά επενδυτικά κεφάλαια. Οι υφιστάμενες επιχειρήσεις βασίζονται περισσότερο στο δανεισμό από ελληνικές τράπεζες (21,4%) έναντι των υπό σύσταση επιχειρήσεων που στηρίζονται σε χορηγίες (25,9%).

Στη συνέχεια, η επιχειρηματική ανάπτυξη και το μάρκετινγκ κατέχουν τη δεύτερη θέση με 61,7% συνολικά, για τις υφιστάμενες 69,2% και για τις υπό σύσταση επιχειρήσεις 54%.

Στην κάλυψη των αναγκών των νεοφυών επιχειρήσεων επιχείρησε να συμβάλει το ελληνικό Μανιφέστο Νεοφυών Επιχειρήσεων (Startup Manifesto), ήτοι ένα σχέδιο δράσης με 32 προτάσεις Ελλήνων επιχειρηματιών που δραστηριοποιούνται στον χώρο της πληροφορικής

¹⁹ <https://startupper.gr/apotelesmata-ereunas-startupgreece/>

και του διαδικτύου προς τη δημόσια διοίκηση. Με την υλοποίηση των παρακάτω προτάσεων θα περιοριστούν τα εμπόδια στην ανάπτυξη και θα δημιουργηθεί ένα φιλικό περιβάλλον για τις επιχειρήσεις στη χώρα:

- Φορολογία και κοινωνική ασφάλιση με ένα απλοποιημένο και σταθερό φορολογικό καθεστώς.
- Μείωση της γραφειοκρατίας, όπως ενδεικτικά εύκολη πρόσβαση μέσω του διαδικτύου στις απαραίτητες πληροφορίες για τη σύσταση και τη λειτουργία επιχειρήσεων.
- Επενδύσεις στις ψηφιακές υποδομές, όπως για παράδειγμα ενίσχυση της ευρυζωνικότητας και βελτίωση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής διακυβέρνησης για τους πολίτες και τους επιχειρηματίες.
- Πρόσβαση σε κεφάλαια μέσω της δημιουργίας ταμείων για διευκόλυνση επενδύσεων επιχειρηματικών αγγέλων και κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου σε ταχέως αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις πληροφορικής.
- Προώθηση της επιχειρηματικότητας, στηρίζοντας την πρόσβαση νεοφυών επιχειρήσεων σε ξένες αγορές και συνδέοντας την πανεπιστημιακή εκπαίδευση με τις νεοφυείς επιχειρήσεις.

Συμπερασματικά, το Μανιφέστο μπορεί να ενισχύσει την καινοτομία στην Ελλάδα, προτείνοντας λύσεις στα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες. Η εφαρμογή των πολιτικών για τη στήριξη καινοτόμων μικρομεσαίων επιχειρήσεων και νεοφυών επιχειρήσεων μπορεί να συμβάλει στην αύξηση του ΑΕΠ, στη δημιουργία αρκετών νέων θέσεων εργασίας και στον περιορισμό της φυγής ταλέντων στο εξωτερικό²⁰.

4.5 Συμπεράσματα

Το παρόν κεφάλαιο διακρίνεται νοηματικά σε δύο μέρη, με το μεν πρώτο να αναφέρεται στη σημασία της στρατηγικής, της αποστολής και των στόχων μιας επιχείρησης και στη δομή και κουλτούρα αυτής, το δε δεύτερο περιλαμβάνει την επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα μέσω των κύριων μορφών που αυτή έχει λάβει, ήτοι τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και τις νεοφυείς επιχειρήσεις.

²⁰ <http://europedirect.eliamep.gr/greek-startup-manifesto-%CF%84%CE%BF-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CF%86%CE%AD%CF%83%CF%84%CE%BF-%CE%BD%CE%B5%CE%BF%CF%86%CF%85%CF%8E%CE%BD-%CE%B5%CF%80/>

Οι Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις ορίζονται ως εξής: «Η κατηγορία των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων αποτελείται από επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερους από 250 εργαζομένους και των οποίων ο ετήσιος κύκλος εργασιών δεν υπερβαίνει τα 50 εκ. ευρώ ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 43 εκ. ευρώ».

Ως νεοφυής επιχείρηση (start-up) χαρακτηρίζεται μία επιχείρηση που δραστηριοποιείται για μικρό χρονικό διάστημα στην αγορά, από λίγους μήνες έως και 3-5 έτη, εμφανίζει σημαντικό ρυθμό ανάπτυξης, χαρακτηρίζεται από έντονη εξωστρέφεια και έχει στοιχεία διαφοροποίησης σε σύγκριση με τους υπάρχουσες επιχειρήσεις. Βασικό σημείο των νεοφυών επιχειρήσεων είναι το γεγονός ότι δραστηριοποιούνται κυρίως στον κλάδο της τεχνολογίας.

Λίστα Βιβλιογραφικών Αναφορών Κεφαλαίου

Ελληνική Βιβλιογραφία

Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης (2018). *Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις: καινοτομία, εξωστρέφεια, πρόσβαση στη χρηματοδότηση και δομές στήριξης τα κλειδιά για την ανάπτυξή τους*. Τεύχος 110, Δεκέμβριος 2017 - Φεβρουάριος 2018.

Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2003). *Σύσταση σχετικά με τον ορισμό των πολύ μικρών, των μικρών και των μεσαίων επιχειρήσεων (2003/361/ΕΚ)*. Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, L 124/36, 20 Μαΐου 2003.

Μιχαλόπουλος, Μ., Γρηγορούδης, Ε., Ζοπουνίδης Κ. (2007). *Στρατηγική των επιχειρήσεων*. Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα.

Παπαδάκης, Β. Μ. (2007). *Στρατηγική των επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής εμπειρία*. Τόμος Α': Θεωρία, 5^η έκδοση, Εκδόσεις Ε. Μπένου, Αθήνα.

Πέκκα – Οικονόμου, Β. & Χατζηδημητρίου Ι. (2017). *Επιχειρηματικότητα και Μικρές Επιχειρήσεις. Νεοφυείς Επιχειρήσεις. Μια Δυναμική Απάντηση των Νέων στην Ανεργία*. Dreakins David & Freel Mark, 2^η έκδοση, Εκδόσεις Rosili, Αθήνα.

Πολυχρονόπουλος, Γ. & Κορρές Γ. (2005). *Βασικές Αρχές Οικονομίας και Διοίκησης*. Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα.

Spinell, S. J., Adams, R., Παπαδάκης, Β. Μ. (2015). *Δημιουργία Νεοφυών Επιχειρήσεων. Επιχειρηματικότητα για τον 21^ο αιώνα*. Εκδόσεις Utopia, Αθήνα.

Storey, D. J., Greene, F. J., Χασσίδ, Ι. Και Φαφαλιού, Ε. (2011). *Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις*. Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

Cyert, RM. and March, JG. (1963). *A behavioral theory of the firm*. Englewood Cliffs, NJ.

Drucker, P. F. (1954). *The practice of management*. New York, Harper & Row.

European Commission (2009). Annual Report on EU SMEs 2009.

March, JG. and Simon, HA. (1958). *Organizations*. Oxford, England, Wiley.

OECD (2010). *SMEs, Entrepreneurship and Innovation*, OECD, Paris.

Strategor (1993). *Strategy, structure, decision, identitie*. Politique generale d' enterprise. InterEditions. Paris.

Διαδικτυακές Πηγές

Κορρές, Γ. Μ. (2015). *Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη*. Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλίων. Διαθέσιμο στο www.kallipos.gr [Πρόσβαση: 30/10/2018].

Το μυστικό της επιτυχίας των ελληνικών start-ups. Διαθέσιμο στο: <https://www.cnn.gr/oikonomia/insights/story/61489/to-mystiko-tis-epityxias-ton-ellinikon-startups> [Πρόσβαση 14/11/2018].

What's A Startup? First Principles. Available on: <https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/> [Πρόσβαση 14/11/2018].

Η χρησιμότητα του business plan για μια startup επιχείρηση. Διαθέσιμο στο: <https://www.e-forologia.gr/cms/viewContents.aspx?id=193571> [Πρόσβαση 14/11/2018].

Dewey (2014), <https://plato.stanford.edu/entries/dewey-moral/>.

Αποτελέσματα έρευνας του StartUpGreece για τις ανάγκες των Startups. Διαθέσιμο στο: <https://startupper.gr/apotelesmata-ereunas-startupgreece/> [Πρόσβαση 12/11/2018].

Greek Startup Manifesto – Το ελληνικό Μανιφέστο Νεοφυών Επιχειρήσεων. Διαθέσιμο στο: <http://europedirect.eliamep.gr/greek-startup-manifesto-%CF%84%CE%BF-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CF%86%CE%AD%CF%83%CF%84%CE%BF-%CE%BD%CE%B5%CE%BF%CF%86%CF%85%CF%8E%CE%BD-%CE%B5%CF%80/> [Πρόσβαση 12/11/2018].

Τα συμπεράσματα της έρευνας για τη Χαρτογράφηση των Αναγκών των ελληνικών υφιστάμενων και υπό σύσταση Start-up επιχειρήσεων. Διαθέσιμο στο: <https://www.ekt.gr/en/node/20751> [Πρόσβαση 14/11/2018].

<https://isbe.org.uk/>

<http://hellenicstartups.gr/about/>

<https://rejoin.gr/blog/1113-neofiis-epixeirisi-start-up>

Κεφάλαιο 5ο

Στρατηγικοί στόχοι της σύγχρονης επιχείρησης

5.1 Εισαγωγή

Παρά την οικονομική ύφεση που αντιμετώπισε η Ελλάδα, οι επιχειρήσεις έχουν επιδείξει σημαντική αντοχή, γεγονός στο οποίο συνηγορούν σε μεγάλο βαθμό η οικογενειακή τους μορφή και η ισχυρή κουλτούρα που διέπει διαχρονικά τη δράση τους. Οι επιχειρηματίες προσπαθούν να διατηρήσουν τις επιχειρήσεις τους λόγω της θεσμικής λειτουργίας της ελληνικής αγοράς, ήτοι τις προσωπικές εγγυήσεις και την έλλειψη εναλλακτικών λύσεων. Ενδεικτικό όλων αυτών είναι ο δείκτης πτωχεύσεων, ο οποίος το 2009 ήταν ο χαμηλότερος στην Ευρώπη, όπως αποτυπώνεται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 5.6: Δείκτης πτωχεύσεων σε χώρες της Δυτικής Ευρώπης (2009)

Χώρες	Αριθμός πτωχεύσεων ανά 10.000 επιχειρήσεις
Ελλάδα	4
Ισπανία	16
Ιταλία	23
Πορτογαλία	40
Ιρλανδία	87
Μεγάλη Βρετανία	90
Γερμανία	96
Φινλανδία	103
Ελβετία	105
Νορβηγία	109
Σουηδία	131
Ολλανδία	165
Βέλγιο	165
Δανία	183
Γαλλία	188
Αυστρία	236
Λουξεμβούργο	242
Μέσος Όρος	116,6

Πηγή: https://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/20-5_lioukas.pdf

Την περίοδο μετά την κρίση λόγω του υψηλού ανταγωνισμού και της αλλαγής καθιερωμένων καταστάσεων, η στρατηγική που ακολούθησαν οι επιχειρήσεις ήταν ιδιαίτερα αποφασιστική και σε γενικό πλαίσιο περιελάμβανε τα ακόλουθα:

- ✓ πιο έντονη **διαφοροποίηση των προσφορών**, οι οποίες έχουν υψηλή ποιότητα και καινοτομίες με χαμηλότερο κόστος.
- ✓ πιο έντονη **επιχειρηματικότητα** με νέα διαφορετικά σε τοπικό επίπεδο εγχειρήματα.

Για τον λόγο αυτό, ιδιαίτερα σημαντική η δυνατότητα του ανθρώπινου δυναμικού να

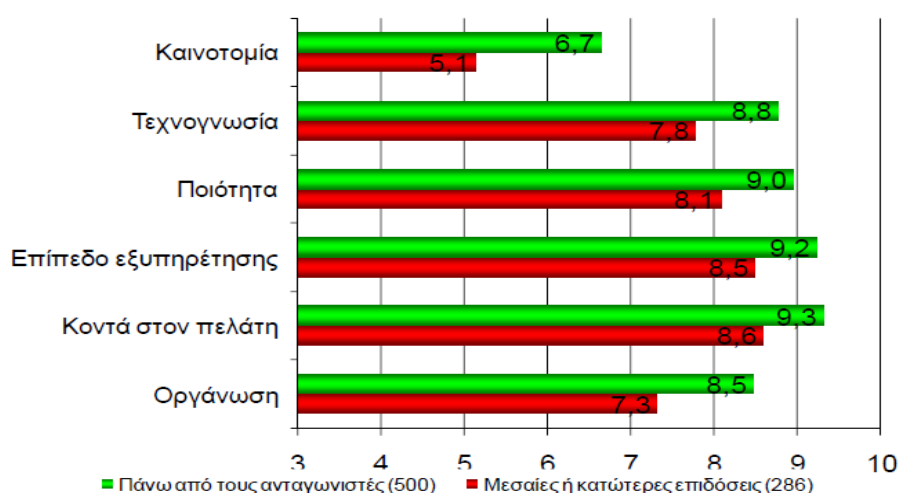
είναι ευρηματικό και αυτό να εξωτερικεύεται στην ανάπτυξη και εκμετάλλευση νέων προσφορών προς τον καταναλωτή.

- ✓ **εξωστρέφεια** προβαίνοντας σε προχωρημένες μορφές διεθνοποίησης, όπως ενδεικτικά συνεργασίες και κοινοπραξίες στο εξωτερικό και διεθνή δικτύωση και αξιοποιώντας πηγές καινοτομίας και ευκαιρίες για απόκτηση πόρων από το εξωτερικό.

Αντίθετα, οι στρατηγικές που απευθύνονται σε πελάτες με μικρές απαιτήσεις, κυρίως στην εγχώρια αγορά, με ελάχιστη καινοτομία και αδύνατες επωνυμίες, δεν έχουν αποτέλεσμα. Το χαμηλότερο κόστος είναι σημαντικό καθώς υπάρχει πολύ μορφωμένο προσωπικό το οποίο αμείβεται χαμηλά, αλλά δεν αρκεί χωρίς άλλα στοιχεία διαφοροποίησης.

Εναπόκειται στις επιχειρήσεις να εισάγουν άλλες καινοτομίες κόστους στο επιχειρηματικό τους μοντέλο, όπως ενδεικτικά θα μπορούσε να είναι η ορθολογικοποίηση της σειράς προϊόντων, η μείωση των τιμών των μεγάλων επωνυμιών, η εστίαση σε νέα πιο οικονομικά προϊόντα, η εισαγωγή καινοτομιών αλλά και η διατήρηση ταλέντων που θα ωθήσουν τέτοιες καινοτομίες είναι μερικές ενδεικτικές κινήσεις. Η σημασία του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε διεθνές επίπεδο είναι μεγάλη, καθώς οι αγορές είναι ανοιχτές στον ανταγωνισμό. Εμπειρικές έρευνες πριν την κρίση αποδεικνύουν ότι οι ανωτέρω στρατηγικές έχουν θετικά αποτελέσματα. Όπως φαίνεται από το παρακάτω σχήμα, οι επιχειρήσεις που έχουν περισσότερη καινοτομία, τεχνογνωσία, ποιότητα, μάρκετινγκ και οργάνωση συνοδεύονται από καλύτερα, κατά μέσο όρο, αποτελέσματα²¹.

Διάγραμμα 5.10: Στρατηγική διαφοροποίησης σε επιχειρήσεις με καλύτερες αποδόσεις



Πηγή: Ποσοτική Έρευνα ΕΟΜΜΕΧ σε δείγμα 800 επιχειρήσεων, ΟΠΑ 2008 (https://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/20-5_lioukas.pdf)

²¹ https://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/20-5_lioukas.pdf

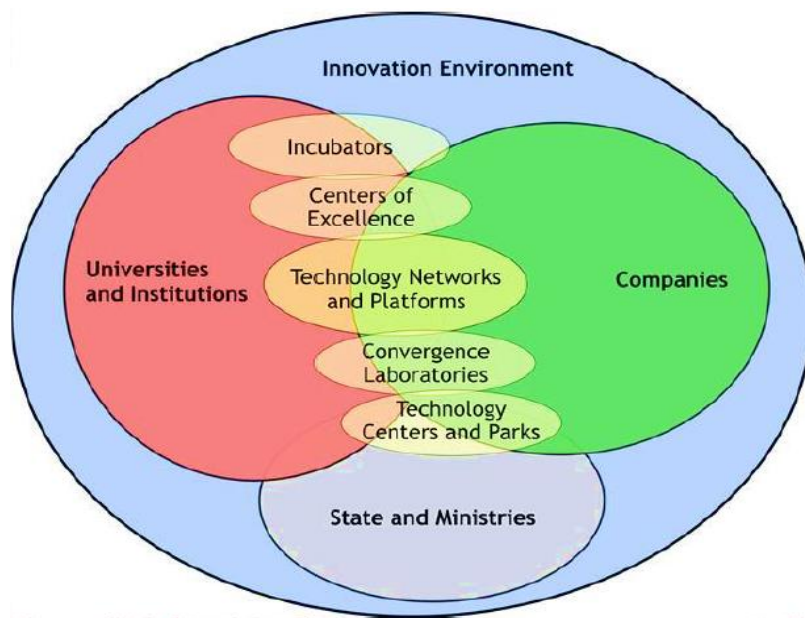
5.2 Το μοντέλο της Τριπλής Έλικας

Με την φράση «Το μοντέλο της Τριπλής Έλικας» εννοούμε την σχέση μεταξύ των πανεπιστημιακών ιδρυμάτων, της αγοράς – των επιχειρήσεων και του κράτους – της κυβέρνησης. Ο κάθε τομέας από τους παραπάνω μπορεί να διαμορφωθεί με έναν τρόπο που να επιτυγχάνεται η συνεργασία μεταξύ τους πιο αποτελεσματικά.

Σύμφωνα με τους Etzkowitz and Leydesdorff (2000), τα γραμμικά μοντέλα της καινοτομίας και των τεχνολογικών αλλαγών δεν επαρκούν για να επιφέρουν τη μεταφορά της γνώσης και της τεχνολογίας και η υπερχειλίση της γνώσης προκύπτει από την αλληλεπίδραση παικτών που προέρχονται από διαφορετικές σφαίρες. Η καινοτομία θεωρήθηκε σημαντική για την αντιμετώπιση εμποδίων που υπήρχαν μεταξύ των ιδρυμάτων, γεγονός που οδήγησε στην έννοια της «Τριπλής Αποστολής» για τα πανεπιστήμια (μεταφορά γνώσης και υπηρεσιών στις δραστηριότητες της κοινωνίας, εκπαίδευση και έρευνα) (Lawton-Smith and Bagchi Sen 2010, Lengyel and Leydesdorff 2011).

Το μοντέλο της τριπλής έλικας αποδίδει ένα αναλυτικό πλαίσιο για τη διερεύνηση του ρόλου σημαντικών ιδρυμάτων ως διαχειριστές της γνώσης εντός συστημάτων καινοτομίας (Kauffeld-Monz and Fritsch, 2013), γεγονός που σχετίζεται με τον ρόλο των ρηξικέλευθων (European Commission, 2013).

Σχήμα 5.2: Το μοντέλο της τριπλής έλικας



Πηγή: <http://www.ict-slovenia.net/eng/about-technology-network/triple-helix>

5.2.1 Η σημασία του μοντέλου της Τριπλής Έλικας

Η σημασία του μοντέλου της Τριπλής Έλικας πηγάζει από την ανάγκη σωστής διαχείρισης της γνώσης και σύνδεσής της με την επιχειρηματικότητα σε πρακτικό επίπεδο. Πιο συγκεκριμένα, το μοντέλο αυτό συμβάλει στην αξιοποίηση των ανθρωπίνων πόρων (της γνώσης) με τέτοιον τρόπο ώστε η έρευνα να έχει ως στόχο την αγορά και να υπάρξει καινοτομία. Οι επιχειρήσεις έχουν τον κινητήριο ρόλο λόγω της παραγωγής, ενώ η κυβέρνηση στο μοντέλο αυτό οφείλει να διατηρεί τη σταθερή σχέση διάδρασης με τα πανεπιστημιακά ιδρύματα, τα οποία είναι επιφορτισμένα με την παραγωγή νέας γνώσης και τεχνολογίας.

Επιτυχία του μοντέλου αυτού σημαίνει υποστήριξη των επιχειρήσεων ώστε να απευθυνθούν στα πανεπιστημιακά και ερευνητικά κέντρα για να βρουν λύσεις για την παραγωγή των προϊόντων τους και τη διάθεσή τους στην αγορά. Ο ρόλος της κυβέρνησης έγκειται στη διατήρηση ενός σταθερού πολιτικού και φορολογικού περιβάλλοντος παρέχοντας ευκαιρίες στους επιχειρηματίες για σχεδιασμό των δράσεων και των επενδύσεων με στρατηγικό τρόπο²².

Η συνεργασία των ανωτέρω εμπλεκόμενων φορέων (Πανεπιστήμια – Αγορά - Κυβέρνηση) συμβάλει στην επίτευξη κοινών επιθυμητών αποτελεσμάτων καθώς μέσω της καινοτομίας επιτυγχάνεται ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων. Με τον τρόπο αυτό, επιτυγχάνεται η ανάπτυξη της χώρας και σε περιφερειακό επίπεδο ανάλογα με την περιοχή της γνώσης, η υποστήριξη της επιχειρηματικότητας και τέλος η αντιμετώπιση της φυγής επιστημόνων στο εξωτερικό²³.

Ο ρόλος του κράτους και των δημόσιων υπηρεσιών στο μοντέλο της τριπλής έλικας, δηλαδή η συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα καθώς και των οργανισμών που παράγουν έρευνα επισημάνθηκε και σε μελέτη του Εθνικού Κέντρου Τεκμηρίωσης (ΕΚΤ). Η καινοτομία είναι μια συλλογική διαδικασία που μοιάζει με διοργανωσιακή συνεργασία. Στο πλαίσιο αυτό, η «τριπλή έλικα» συμβάλει στη δημιουργία καινοτομίας και ταυτόχρονα την εντάσσει στο οικονομικό, κοινωνικό και παραγωγικό περιβάλλον μιας χώρας²⁴.

Ωστόσο, όσον αφορά την κατάσταση στην Ελλάδα, τα στοιχεία του ΕΚΤ για την περίοδο 2010-2012 δεν είναι ενθαρρυντικά, λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι μόλις το 16,6% των επιχειρήσεων αναζήτησε καινοτομίες σε οποιοδήποτε στάδιο της παραγωγής από

²² <https://www.thessinnozone.gr/triplos-elikas/>

²³ <https://triplehelixgreece.eu/%CE%BF-%CF%84%CF%81%CE%B9%CF%80%CE%BB%CE%BF%CF%83-%CE%B5%CE%BB%CE%B9%CE%BA%CE%B1-%CF%83%CF%84%CE%BF-6%CE%BF-%CF%80%CE%BF%CE%BB%CF%85%CF%83%CE%BD%CE%B5%CE%B4%CF%81%CE%B9%CE%BF-%CE%BA%CE%B1%CE%B9/>

²⁴ <http://www.ekt.gr/en/node/18828>

πανεπιστημιακά ιδρύματα και επαγγελματικές ενώσεις. Αντίθετα, η αγορά διαχέει αυτές τις πληροφορίες σε υψηλό βαθμό (89%), ενώ το ανθρώπινο δυναμικό μιας επιχείρησης σε ποσοστό 32% είναι το πρώτο που επιθυμεί ενημέρωση για την ανάπτυξη αναζητώντας καινοτομικά προϊόντα και διαδικασίες²⁵.

Για την προώθηση ερευνών σχετικά με την αλληλεξάρτηση πανεπιστημίων – επιχειρήσεων – κυβέρνησης προκειμένου τα ακαδημαϊκά επιτεύγματα να κατευθύνονται στην αγορά και να μετατρέπονται σε πρακτικά επιτεύγματα έχει συσταθεί το Παράρτημα της Ένωσης Τριπλής Έλικας στην Ελλάδα (Triple Helix Association – Chapter of Greece²⁶) και γενικότερα η Ένωση Τριπλής Έλικας (Triple Helix Association). Βασικός στόχος του Παραρτήματος συνιστά η πρόκληση διαλόγου μεταξύ εθνικών και πολυεθνικών οντοτήτων με σκοπό την ενίσχυση της ικανότητας για καινοτομία και επιχειρηματικότητα και η ενασχόλησή του με την περιφερειακή ανάπτυξη της Ελλάδας και της περιοχής της Νότιο – ανατολικής Ευρώπης²⁷.

5.3 Ο ρόλος του δημόσιου τομέα ως αγοραστή

Ο ρόλος του δημόσιου τομέα δεν περιορίζεται μόνο στη διασφάλιση ενός σταθερού και σαφούς φορολογικού και πολιτικού περιβάλλοντος αλλά επεκτείνεται και στη σημασία του ως αρχικού αγοραστή προϊόντων. Ο δημόσιος τομέας λειτουργεί ως αγοραστής όταν προμηθεύεται αγαθά, υπηρεσίες και έργα για την κάλυψη δικών του αναγκών. Με την έννοια «δημόσιες συμβάσεις» νοούνται οι συμβάσεις που συνάπτουν φορείς του δημόσιου τομέα με προμηθευτές και έχουν ως αντικείμενο την εκτέλεση έργων, την προμήθεια αγαθών ή την παροχή υπηρεσιών (Ν. 4412/2016).

Ο όγκος των συναλλαγών που αφορούν σε συμβάσεις μεταξύ των δημοσίων φορέων και των προμηθευτών είναι αρκετά μεγάλος. Ενδεικτικά, το ύψος των δημοσίων συμβάσεων στα κράτη-μέλη της Ε.Ε. αγγίζει το 19% του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (Α.Ε.Π.), ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για την Ελλάδα αγγίζει το 12% του ελληνικού Α.Ε.Π. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2012). Συνεπώς, ο τομέας των δημοσίων συμβάσεων ασκεί σημαντική επιρροή τόσο στις δημόσιες δαπάνες όσο και στην οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας (Ε.Α.Α.ΔΗ.ΣΥ., 2016).

²⁵ <http://www.kathimerini.gr/810270/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/h-triplh-elika-kai-pws-8a-voh8hsei-sto-stoixhma-ths-anapty3hs>

²⁶ Περισσότερα στοιχεία για το Παράρτημα της Ελλάδας και για την Ένωση Τριπλής Έλικας (Triple Helix Association) μπορούν να αναζητηθούν στους ακόλουθους ιστοτόπους: <https://triplehelixgreece.eu/>, <https://www.triplehelixassociation.org/>

²⁷ <https://triplehelixgreece.eu/greek-chapter/>

Εκτός από τη σημασία των δημοσίων συμβάσεων σε δημοσιονομικό επίπεδο, τα οφέλη τους είναι σπουδαία και για τις επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα οι οποίες συνάπτουν συμβάσεις με τον δημόσιο τομέα, καθώς ενθαρρύνονται οι ιδιωτικές επενδύσεις και αυξάνεται η απασχόληση (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2015). Παράλληλα, μέσω της πρόσφατα υιοθετηθείσας ενωσιακής και εθνικής νομοθεσίας των δημοσίων συμβάσεων²⁸ διευκολύνεται η πρόσβαση των Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων σε διαδικασίες σύναψης δημοσίων συμβάσεων, έναν τομέα πολιτικής που παρουσιάζει έντονο ενδιαφέρον τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε εθνικό επίπεδο (European Commission, 2017).

Επιπλέον, οι δημόσιες συμβάσεις συνιστούν εργαλείο άσκησης πολιτικής και στον τομέα της καινοτομίας και της αειφόρου ανάπτυξης. Η αγορά καινοτόμων αγαθών, έργων και υπηρεσιών από τον δημόσιο τομέα συμβάλλει στη βελτίωση της αποδοτικότητας και στην παροχή καλύτερων υπηρεσιών προς τους πολίτες, ενώ ταυτόχρονα έχει οικονομικά, περιβαλλοντικά και κοινωνικά οφέλη λόγω της ανάπτυξης νέων ιδεών και της μετατροπής τους σε καινοτόμα προϊόντα, με αποτέλεσμα την ενίσχυση της οικονομικής ανάπτυξης (Ε.Α.Α.ΔΗ.ΣΥ., 2016).

Για τον λόγο αυτό, χρησιμοποιείται η έννοια των **δημοσίων συμβάσεων καινοτομίας**, στην οποία περιλαμβάνεται κάθε δημόσια σύμβαση, η οποία εμπεριέχει ένα ή και τα δύο ακόλουθα στοιχεία:

- α) αγορά της διαδικασίας παραγωγής της καινοτομίας, δηλαδή υπηρεσίες έρευνας και ανάπτυξης και μερικά αποτελέσματα που δεν υπάρχουν ακόμα. Στην περίπτωση αυτή ο δημόσιος τομέας περιγράφει την ανάγκη που θέλει να καλύψει και δίνει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να αναπτύξουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που θα καλύψουν αυτή την ανάγκη.
- β) αγορά όχι έτοιμων προϊόντων αλλά των αποτελεσμάτων καινοτομίας που έχουν παραχθεί από άλλους, είναι νέα στην αγορά και έχουν νέα χαρακτηριστικά (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2018).

Η προώθηση των δημοσίων συμβάσεων καινοτομίας συνδέεται με την προσπάθεια ενθάρρυνσης της καινοτομίας και διευκόλυνσης της πρόσβασης στην αγορά καινοτόμων Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων καθώς και νεοφυών επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας, οι οποίες ενδεχομένως παράγουν λύσεις για την κάλυψη των αναγκών του δημόσιου τομέα,

²⁸ Το Ενωσιακό δίκαιο των δημοσίων συμβάσεων αποτυπώνεται στις Οδηγίες 2014/23/ΕΕ σχετικά με την ανάθεση συμβάσεων παραχώρησης, 2014/24/ΕΕ σχετικά με τις δημόσιες συμβάσεις και Οδηγία 2014/25/ΕΕ σχετικά με τις συμβάσεις φορέων που δραστηριοποιούνται στους τομείς του ύδατος, της ενέργειας, των μεταφορών και των ταχυδρομικών υπηρεσιών. Η Οδηγία 2014/23/ΕΕ ενσωματώθηκε στην εθνική έννομη τάξη με τον ν. 4413/2016 (Α'148), ενώ οι Οδηγίες 2014/24/ΕΕ και 2014/25/ΕΕ ενσωματώθηκαν με τον ν. 4412/2016 (Α'147).

εντούτοις δεν έχουν τη δυνατότητα να τις προωθήσουν στην αγορά. Επομένως, αποτελούν μία δίοδο για τη δοκιμή των νέων λύσεων σε πραγματικές συνθήκες (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2018). Όταν ο δημόσιος τομέας προβαίνει στην αγορά αυτών των λύσεων υποστηρίζει τις καινοτόμες αυτές επιχειρήσεις ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητα και τη βιωσιμότητά τους (Ε.Α.Α.ΔΗ.ΣΥ., 2016). Ταυτόχρονα κατά αυτόν τον τρόπο, ωθούνται και άλλες επιχειρήσεις να επενδύσουν σε τέτοιες δραστηριότητες προσανατολίζοντας την αγορά στην κατεύθυνση της καινοτομίας (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2018). Επιπλέον, αυξάνεται ο ανταγωνισμός σε τομείς της αγοράς που δραστηριοποιούνται λίγες επιχειρήσεις δίνοντας τη δυνατότητα σε νεοφυείς επιχειρήσεις να συμμετέχουν σε τέτοιες διαδικασίες (Ε.Α.Α.ΔΗ.ΣΥ., 2018).

Για τον σκοπό αυτό, τα τελευταία χρόνια επιχειρείται η προώθηση της καινοτομίας μέσω των εργαλείων των δημοσίων συμβάσεων, ήτοι των προ-εμπορικών δημοσίων συμβάσεων (Pre-Commercial Procurement - PCP) και των δημοσίων συμβάσεων καινοτόμων λύσεων (Public Procurement of Innovation - PPI). Στη μεν πρώτη περίπτωση, υπάρχει δημιουργία καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών έρευνας και ανάπτυξης αναπτύσσοντας ανταγωνισμό σε διάφορα στάδια και επιμερίζοντας κίνδυνο και όφελος σε συνθήκες αγοράς. Στη δε δεύτερη περίπτωση, οι δημόσιοι φορείς ενθαρρύνουν την επένδυση επιχειρήσεων σε καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες, που παρόλο που διατίθενται στην αγορά είναι διαθέσιμα σε μικρές ποσότητες (Ε.Α.Α.ΔΗ.ΣΥ., 2018). Παραδείγματα σε ευρωπαϊκό επίπεδο που έχουν αποτελέσει αντικείμενο δημοσίων συμβάσεων καινοτομίας προέρχονται από τους τομείς των τηλεπικοινωνιών, της ενέργειας, της υγείας, των μεταφορών, της ασφάλειας και της άμυνας (Ε.Α.Α.ΔΗ.ΣΥ., 2016).

5.4 Καινοτομία

5.4.1 Ορισμός καινοτομίας

Η έννοια της καινοτομίας συναντάται κατά την παραγωγή ενός νέου ή σημαντικά βελτιωμένου προϊόντος ή κατά την εφαρμογή μίας διαδικασίας, ή μιας νέας μεθόδου μάρκετινγκ ή μιας νέας οργανωσιακής μεθόδου σε μία επιχείρηση. Στη συνέχεια, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στην Πράσινη Βίβλο για την Καινοτομία αναφέρεται στην καινοτομία «ως τη μετατροπή επιστημονικών και τεχνολογικών γνώσεων σε προϊόντα και υπηρεσίες, αλλά και το νέο το ίδιο το προϊόν» (Μπιτζένης, 2014).

Ελάχιστη προϋπόθεση για να χαρακτηριστεί μία αλλαγή στα προϊόντα ή στις διαδικασίες ή στις μεθόδους μίας επιχείρησης ως καινοτομία είναι να είναι νέα ή σημαντικά βελτιωμένη για την επιχείρηση. Καινοτομία μπορεί να υπάρξει σε όλους τους τύπους δραστηριοτήτων Έρευνας και Ανάπτυξης (E&A), στην αγορά μηχανημάτων, εξοπλισμού,

κτιρίων και λογισμικού, καθώς επίσης και στις τεχνολογικές εργασίες, στον σχεδιασμό, στην προώθηση προϊόντων λαμβάνοντας υπόψη ότι σκοπό έχουν την ανάπτυξη ή/και την εφαρμογή μίας καινοτομίας²⁹.

Σύμφωνα με τους Lin, Peng and Kao (2008), η καινοτομία συνεισφέρει στην έρευνα και στην ανάπτυξη νέων προϊόντων, στην τεχνική εξειδίκευση και στη μεταφορά γνώσης. Η καινοτομία παρουσιάζεται ως κρίσιμη διάσταση στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων καθώς δημιουργεί αξία και καλλιεργεί την ανάπτυξη ενός διατηρήσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος (Madhavan and Grover, 1998). Κατά τους Lloréns Montes, Ruiz Moreno and Fernandez (2004), οι επιχειρήσεις που διαθέτουν υψηλότερες δυνατότητες καινοτομίας επιτυγχάνουν να ανταποκριθούν στις μεταβαλλόμενες συνθήκες και να εξασφαλίσουν καλύτερες επιδόσεις, καθώς αναπτύσσουν ιδέες προσαρμοσμένες στις αλλαγές και στις απαιτήσεις του περιβάλλοντος.

5.4.2 Τύποι καινοτομίας

Η καινοτομία ανάλογα με το που υπάρχει διαχωρίζεται στους ακόλουθους τέσσερις τύπους, ενώ δεν αποκλείεται η ύπαρξη περισσότερων από ενός τύπων σε μία επιχείρηση:

- I. **Καινοτομία προϊόντος:** Πρόκειται για την εισαγωγή στην αγορά ενός νέου προϊόντος ή μιας νέας υπηρεσίας που εμφανίζει βελτιωμένα χαρακτηριστικά ή καλύτερες προοριζόμενες χρήσεις του. Η καινοτομία αυτή αναφέρεται σε καλύτερες τεχνικές προδιαγραφές και κατασκευή του προϊόντος, καθώς επίσης και στη φιλικότητά του προς τον χρήστη.
- II. **Καινοτομία διαδικασίας:** Πρόκειται για την εφαρμογή μίας νέας ή πιο αποτελεσματικής διαδικασίας παραγωγής εφαρμόζοντας αλλαγές τόσο στον εξοπλισμό όσο και στις τεχνικές που χρησιμοποιούνται κατά την παραγωγική διαδικασία.
- III. **Οργανωτική καινοτομία:** Αναφέρεται στην υλοποίηση μιας νέας μεθόδου οργάνωσης και διοίκησης της επιχείρησης ή στην υιοθέτηση μιας διοικητικής διαδικασίας στις επιχειρηματικές πρακτικές της επιχείρησης, όπως ενδεικτικά η διαχείριση της γνώσης, ο καταμερισμός της εργασίας ή οι εξωτερικές σχέσεις μιας επιχείρησης.
- IV. **Καινοτομία αγοράς:** Περιλαμβάνει την εφαρμογή μίας νέας στρατηγικής μάρκετινγκ με μεταβολές στα χαρακτηριστικά, τον σχεδιασμό ή τη συσκευασία ενός προϊόντος, την τοποθέτηση του σε σημεία πώλησης και την προώθησή του (Μπιτζένης, 2014).

²⁹ http://metrics.ekt.gr/sites/metrics/files/EKT_SIMS_CISstatistics_el.pdf

Χαρακτηριστικό μίας καινοτομίας προϊόντος είναι ότι πρέπει να έχει υλοποιηθεί, ήτοι να έχει εισαχθεί στην αγορά, ενώ όσον αφορά νέες διαδικασίες, τεχνικές μάρκετινγκ και οργανωτικά συστήματα, αυτά υλοποιούνται κατά τη χρήση τους σε μία επιχείρηση³⁰.

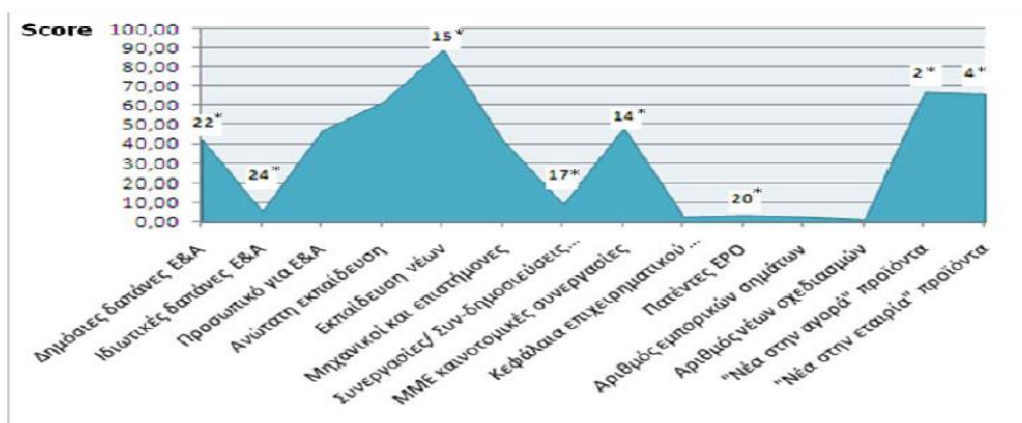
5.4.3 Η καινοτομία στην Ελλάδα

Μετά την οικονομική ύφεση, η καινοτομία των προϊόντων και της παραγωγικής διαδικασίας έλαβε ακόμα περισσότερη αξία για τις επιχειρήσεις, οι οποίες οφείλουν να επενδύσουν σε αυτήν προκειμένου να διαφοροποιούνται από τους ανταγωνιστές τους. Δεν απαιτούνται ρηξικέλευθες καινοτομίες που εμπεριέχουν υψηλό κίνδυνο ούτε μεγάλα τμήματα Έρευνας και Ανάπτυξης με υψηλό κόστος. Η καινοτομία μπορεί να προέρχεται από τους πελάτες αλλά και από συνεργασίες και δικτύωση και κυρίως από το ανθρώπινο δυναμικό.

Αυτό το μοντέλο «ανοιχτής» καινοτομίας προσιδιάζει στην δραστηριοποίηση των ελληνικών επιχειρήσεων, οι οποίες προσαρμόζονται στις ανάγκες της αγοράς και δημιουργούν. Κατά αυτόν τον τρόπο, μπορούν να προκύψουν μικρές καινοτομίες που εντούτοις εξασφαλίζουν μία επιτυχή πορεία για την επιχείρηση, τη βιωσιμότητα και ανταγωνιστικότητά της.

Από συγκρίσεις δεικτών καινοτομίας σε διεθνές επίπεδο προκύπτει ότι, αν και η Ελλάδα βρίσκεται σε χαμηλά επίπεδα Έρευνας & Ανάπτυξης (E&A), παρέχει αρκετά νέα προϊόντα και νέους σχεδιασμούς για την εταιρεία και για την αγορά, όπως παρουσιάζεται στα παρακάτω σχήματα (Λιούκας κ.α., 2009).

Διάγραμμα 5.11: Κατάταξη της Ελλάδας σε δείκτες καινοτομίας (EIS 2009)

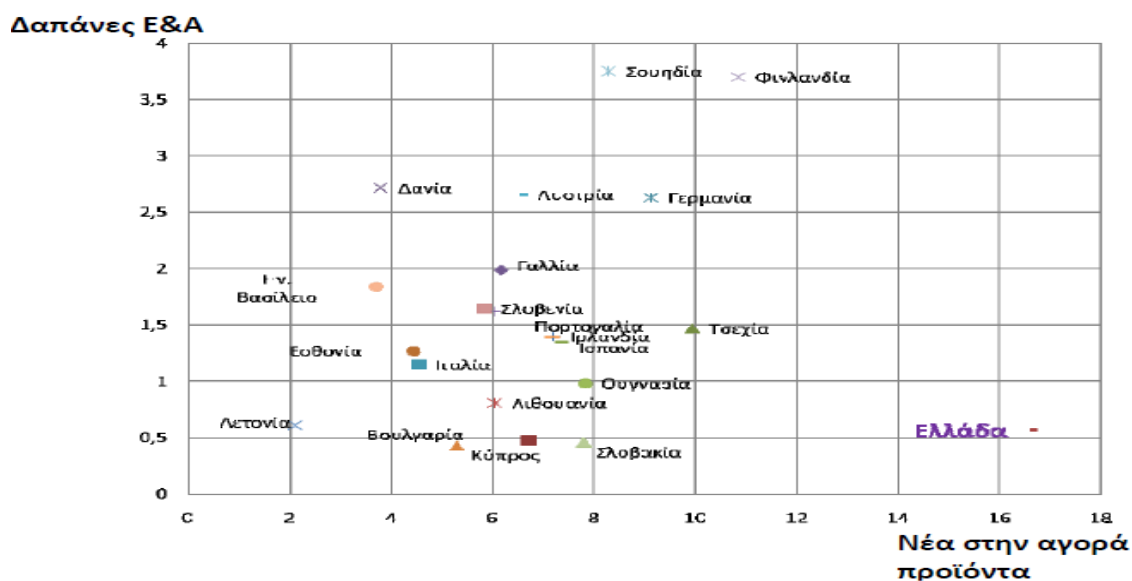


*Κατάταξη στις 27 χώρες της Ε.Ε.

Πηγή: https://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/20-5_lioukas.pdf

³⁰ http://metrics.ekt.gr/sites/metrics/files/EKT_SIMS_CISstatistics_el.pdf

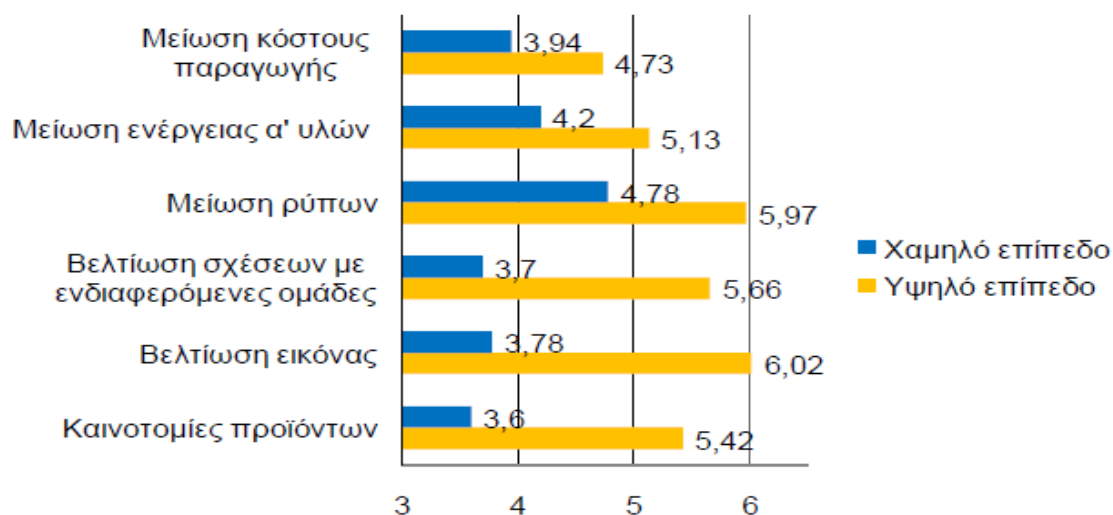
Σχήμα 5.3: Η υπεροχή της Ελλάδας στην ανοιχτή καινοτομία



Πηγή: https://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/20-5_lioukas.pdf

Η βιώσιμη ανάπτυξη διαδραματίζει σημαντικό ρόλο και στην καινοτομία, καθώς διευρύνεται η επιχειρηματική δράση και οι επιχειρήσεις αναπτύσσουν καινοτομικές ικανότητες μέσα από «πράσινες» στρατηγικές. Σημειώνεται ότι επιχειρήσεις με περιβαλλοντική δράση έχουν χαμηλότερο κόστος παραγωγής και χρήσης πρώτων υλών, επιτυγχάνουν καλύτερη σχέση με κοινωνικές ομάδες και προηγούνται σε καινοτομίες προϊόντων³¹.

Διάγραμμα 5.12: Πλεονέκτημα επιχειρήσεων με πιο έντονη περιβαλλοντική δράση



Πηγή: Ποσοτική Έρευνα σε δείγμα 160 επιχειρήσεων, ΟΠΑ (2008) (https://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/20-5_lioukas.pdf)

³¹ https://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/20-5_lioukas.pdf

5.4.4 Οφέλη της καινοτομίας

Η καινοτομία συνεισφέρει σημαντικά τόσο στην οικονομία και κοινωνία μίας χώρας όσο και στον εκάστοτε επιτυχημένο καινοτόμο επιχειρηματία, ο οποίος επιτυγχάνει να παράγει διαφοροποιημένα προϊόντα ή να παρέχει διαφοροποιημένες υπηρεσίες και άρα να απολαμβάνει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με τους άλλους επιχειρηματίες στον κλάδο. Κατά συνέπεια, ο επιχειρηματίας με αυτόν τον τρόπο απολαμβάνει μεγαλύτερα κέρδη και διασφαλίζει την επιβίωση της επιχείρησής του και την αυξημένη ανταγωνιστικότητά του έναντι άλλων επιχειρήσεων του κλάδου, ενώ ταυτόχρονα μπορεί να εισέρχεται σε νέες αγορές.

Η καινοτομία έχει σημαντικά οφέλη και για τον ίδιο τον καταναλωτή, ο οποίος απολαμβάνει καλύτερα προϊόντα και υπηρεσίες ως προς την ποιότητά τους, με αποτέλεσμα να είναι ικανοποιημένος και να αισθάνεται ότι η αξία του προϊόντος ανταποκρίνεται στο κόστος αυτού.

Όσον αφορά την οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας, αποδεικνύεται ότι η καινοτομία συνδέεται σε μεγάλο βαθμό με την τεχνολογική πρόοδο που υφίσταται με θετικές συνέπειες για την παραγωγή, την απασχόληση και το εμπόριο. Αυτό συνεπάγεται την προώθηση της κοινωνικής ευημερίας και την αύξηση του ρυθμού ανάπτυξης μιας χώρας λόγω της επιρροής της τεχνολογίας στην απόδοση των παραγωγικών συντελεστών και στο επίπεδο διαβίωσης των πολιτών.

Επομένως, προκύπτει ότι η καινοτομία έχει σημαντικά πλεονεκτήματα τόσο σε μικροοικονομικό όσο και σε μακροοικονομικό επίπεδο (Μπιτζένης, 2014).

5.5 Δημιουργικότητα

Σε γενικό πλαίσιο, στόχος του ανθρώπου είναι να δημιουργήσει κάτι που να έχει αξία, είτε εμπορική είτε κοινωνική. Ωστόσο, κύριος στόχος είναι μέσω της αναζήτησης προβλημάτων να επιτύχει την επίλυση αυτών, σημείο στο οποίο προκύπτει η δημιουργικότητα. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι όλοι οι άνθρωποι έχουν την ικανότητα της δημιουργικότητας, εντούτοις, αυτό που έχει σημασία είναι να αναδυθεί και να αναπτυχθεί περαιτέρω. Επίσης, έχει διαφανεί η σχέση της δημιουργικότητας με την εμπειρία και την εξειδίκευση του ατόμου σε έναν συγκεκριμένο τομέα (Κουλουριώτης, 2017).

Στον επιχειρηματικό κόσμο τώρα η δημιουργικότητα παίζει σημαντικό ρόλο, όταν ένας επιχειρηματίας ξεκινάει τη δραστηριότητά του ή ένα μέλος μιας ομάδας, που εργάζεται

σε μία επιχείρηση, τη βοηθάει να σκέφτεται και να δρα πέρα από τα συνηθισμένα. Η αξία της ομαδικής δημιουργικότητας είναι μεγάλη λαμβάνοντας υπόψη ότι οι άνθρωποι αντιμετωπίζουν τα προβλήματα και τις ενδεχόμενες λύσεις με διαφορετική οπτική. Ο συγκερασμός των οπτικών αυτών ενισχύει τη δημιουργικότητα μιας ομάδας.

Παράλληλα, η οργανωσιακή κουλτούρα μίας επιχείρησης, είτε νεοφυούς είτε ενός μεγάλου οργανισμού διαδραματίζει σημαντικό ρόλο για τη διαμόρφωση της συμπεριφοράς των εργαζομένων. Ειδικότερα, η δημιουργικότητα ενισχύεται σε μία επιχείρηση, όπου κάθε εργαζόμενος μπορεί να εκφράσει μία ιδέα και να πειραματιστεί με αυτήν χωρίς να τιμωρηθεί σε περίπτωση λάθους, καθώς επίσης και σε μία επιχείρηση που δίνει τη δυνατότητα για εκπαίδευση και περαιτέρω ανάπτυξη των δεξιοτήτων των εργαζομένων της. Επιπλέον, η εξέλιξη της δημιουργικότητας ενός εργαζομένου μπορεί να συνδέεται με την κινητοποίηση του εργαζομένου με κάποια μορφή ανταμοιβής και αναγνώρισης της σημασίας ανακάλυψης και υλοποίησης νέων ιδεών.

Η έννοια της δημιουργικότητας εμπεριέχει «τη χρήση φαντασίας ή πρωτότυπων ιδεών» για να δημιουργηθεί κάτι καινούριο και εύχρηστο. Είναι προφανές ότι η δημιουργικότητα προέρχεται από έξυπνες ιδέες των ατόμων, που ενδεχομένως σε πρώτη φάση να φαίνονται εντελώς άσχετες μεταξύ τους, ωστόσο, έχουν κάποιο συγκεκριμένο σκοπό. Για την επίτευξη αυτού του σκοπού μπορεί να υπάρξει ανάγκη για πειραματισμό (Κουλουριώτης, 2017).

5.5.1 Η διαδικασία της δημιουργικότητας

Η δημιουργικότητα συνδέεται αποκλειστικά με καινούριες ιδέες, νέους τρόπους προσδιορισμού ενός προβλήματος και συνεπώς νέες λύσεις. Μέσα σε αυτή τη διαδικασία, στην οποία διαδραματίζει σπουδαίο ρόλο η δημιουργικότητα, λαμβάνει χώρα η επεξεργασία αυτών των καινούριων ιδεών, της εύρεσης και επίλυσης των σχετικών προβλημάτων προκειμένου αυτές να εφαρμοστούν (Κουλουριώτης, 2017).

Η δημιουργικότητα δεν υφίσταται αποκλειστικά την στιγμή που ο άνθρωπος έχει μία έξυπνη ιδέα αλλά πρόκειται για μία διαδικασία που ξεκινάει σε προηγούμενο από αυτό στάδιο, δηλαδή στην αναγνώριση ενός προβλήματος προς επίλυση. Από τη φύση και την πολυπλοκότητα του προβλήματος εξαρτάται η άμεση εφαρμογή της λύσης ή η ανάγκη περαιτέρω διερεύνησης του προβλήματος και πειραματισμού πιθανών λύσεων. Στη συνέχεια, το εκάστοτε άτομο μπορεί να αποστασιοποιηθεί από το πρόβλημα προκειμένου να δώσει χρόνο στο μυαλό του να το επεξεργαστεί περαιτέρω ώστε να αναπτύξει κάτι, ένα στάδιο γνωστό ως επώαση. Το μετέπειτα στάδιο, ήτοι η ενόραση, έρχεται όταν πλέον το μυαλό του

ατόμου έχει μία αναλαμπή, που ακόμα και αν δεν μπορεί να εξηγηθεί, εντούτοις, φαίνεται να είναι η σωστή λύση στο προς επίλυση πρόβλημα. Τέλος, η εκάστοτε λύση αναπτύσσεται και βελτιώνεται προκειμένου να επιλυθεί το πρόβλημα (Κουλουριώτης, 2017).

Η διαδικασία αυτή μπορεί να απεικονισθεί σχηματικά ως εξής:

Σχήμα 5.5: Μοντέλο δημιουργικής διαδικασίας



Πηγή: Κουλουριώτης, 2017

5.5.2 Οφέλη της δημιουργικότητας

Η σημασία της δημιουργικότητας συσχετιζόταν ανέκαθεν με την επίλυση πολύπλοκων προβλημάτων. Σήμερα, η σημασία της είναι εξίσου υψηλή λόγω της αβεβαιότητας που χαρακτηρίζει το περιβάλλον στο οποίο ζούμε και δραστηριοποιούμαστε. Η ανάγκη για περισσότερη δημιουργικότητα είναι εμφανής όχι μόνο κατά την έναρξη ενός καινούριου εγχειρήματος αλλά κατά τη διατήρηση της βιωσιμότητας ενός υφιστάμενου οργανισμού παρά τις εντεινόμενες προκλήσεις που αντιμετωπίζει.

Περαιτέρω, υπάρχει ανάγκη για διαφορετικά είδη δημιουργικότητας, καθώς μπορεί να πρόκειται είτε για μία επαναστατική ανακάλυψη εκείνη την περίοδο είτε για μία τακτική υλοποίηση νέων λύσεων με αυξανόμενο ρυθμό ανάλογα με τον τομέα δραστηριοποίησης. Επιπλέον, το αυξανόμενο κόστος παραγωγής, η εμφάνιση νέων τεχνολογιών και η αβεβαιότητα των αγορών αναγκάζουν τις επιχειρήσεις να είναι παραγωγικές ανά πάσα στιγμή. Έτσι, οι επιχειρήσεις κινητοποιούνται εφαρμόζοντας τη δημιουργικότητα στο εργατικό δυναμικό τους. Επισημαίνεται ότι η ανάγκη για δημιουργικότητα είναι πολύ μεγάλη, ενώ υπάρχουν τρόποι να συλλεχθεί και να ενισχυθεί σταδιακά (Κουλουριώτης, 2017).

5.6 Περιβάλλον Τεχνολογίας Πληροφορικής

Στον όρο «τεχνολογία» εμπεριέχονται τα τεχνικά μέσα που χρησιμοποιούνται κατά την παραγωγική διαδικασία (μηχανές, εργαλεία, διαδικασίες, κλπ), καθώς επίσης και οι αναγκαίες γνώσεις και ικανότητες για την χρήση των μέσων αυτών. Σύμφωνα με έναν άλλο ορισμό, η τεχνολογία είναι η εφαρμογή της επιστήμης στην πράξη για την παραγωγή προϊόντων.

Η τεχνολογική αλλαγή περιλαμβάνει την ανάπτυξη και διάχυση νέων τεχνολογιών ως αποτέλεσμα της προσπάθειας και των επενδύσεων που πραγματοποιούν οι επιχειρήσεις για την επίλυση συγκεκριμένων προβλημάτων. Η τεχνολογική αλλαγή και η επιχειρηματικότητα είναι έννοιες αλληλοσυνδεδεμένες, καθώς η τεχνολογική αλλαγή μπορεί να συμβάλει αφενός στην ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων λόγω νέων ευκαιριών και συνθηκών και αφετέρου στην εξέλιξη παραδοσιακών δραστηριοτήτων³².

Η τεχνολογία της πληροφορικής (Information Technology) αναφέρεται στα προϊόντα, τις διαδικασίες, τις ανακαλύψεις και τα πρότυπα της τεχνολογίας που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή, την επεξεργασία και τη διαχείριση της πληροφορίας.

Η τεχνολογία της πληροφορικής περιλαμβάνει τα εξής:

- Τον υλικό εξοπλισμό των ηλεκτρονικών υπολογιστών (Hardware)
- Το Λογισμικό, δηλαδή σε ένα σύνολο εντολών, ώστε να χρησιμοποιηθεί το υλικό (Software)
- Τη Διαχείριση Δεδομένων, για την αποθήκευση και την οργάνωση των δεδομένων (Data Management)
- Την Τεχνολογία Πληροφορικής και Επικοινωνιών, με την οποία καθίσταται δυνατή η μεταφορά δεδομένων, η διασύνδεση ηλεκτρονικών υπολογιστών και η επικοινωνία (Information and Communications Technology - ICT)³³.

Ο όρος «Τεχνολογία Πληροφορικής και Επικοινωνιών» χρησιμοποιείται αντί του προγενέστερου όρου «Τεχνολογία Πληροφορικής», η χρήση του οποίου καθίσταται επιτακτική από τις σύγχρονες επιχειρήσεις για την επικοινωνία τους, τη διαφήμισή τους μέσω του διαδικτύου, τη διαχείριση ιστοτόπων ηλεκτρονικού εμπορίου και για την αποθήκευση και ανάκτηση δεδομένων. Η επιτυχία και η περαιτέρω εξέλιξη των επιχειρήσεων βασίζεται στη χρήση τεχνολογίας πληροφορικής.

³² https://mke.aegean.gr/files/2014/09/thematika_9F.pdf

³³ <http://opencourses.uom.gr/assets/site/public/931/899-Eisagogi-Pliroforiaka-Sistimata-09-Tarabanis.pdf>

5.6.1 Η σημασία των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών

Οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών έχουν συνεισφέρει τα μέγιστα στον επιχειρηματικό κλάδο και εξακολουθούν να διατηρούν σχέση με την επιχειρηματικότητα. Από τα πρώτα πλεονεκτήματα που προέκυψαν για τις επιχειρήσεις από τη χρήση της τεχνολογίας ήταν η επέκταση της επιχειρηματικής δραστηριότητας των επιχειρήσεων πέρα από γεωγραφικά όρια και η αύξηση της παραγωγικότητας αυτών, δηλαδή του λόγου του παραγόμενου προϊόντος προς τους παραγωγικούς συντελεστές που χρησιμοποιούνται από μία επιχείρηση.

Η αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών έδωσε, πρωταρχικά, τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις για μαζική παραγωγή και για δημιουργία οικονομιών κλίμακας λόγω της μείωσης του κόστους παραγωγής, συντήρησης του εξοπλισμού αλλά και των λειτουργικών εξόδων μιας επιχείρησης. Πέραν αυτών, η χρήση της τεχνολογίας συνάδει με καλύτερη διαχείριση των πόρων μιας επιχείρησης λόγω της δυνατότητας παρακολούθησης της παραγωγικής λειτουργίας και, συνεπώς, του περιορισμού της ενδεχόμενης σπατάλης πόρων κατά την παραγωγή. Ταυτόχρονα, η χρήση των τεχνολογιών βελτίωσε τις μεθόδους παραγωγής που ακολουθούσαν οι επιχειρήσεις (Χατζηκωνσταντίνου & Γωνιάδης, 2009).

Περαιτέρω, μέσω της τεχνολογικής προόδου βελτιώνεται η ποιότητα των προϊόντων, γεγονός που συμβάλλει στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων. Επενδύοντας η επιχείρηση στην έρευνα και την τεχνολογική ανάπτυξη κερδίζει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών της, καθώς με αυτόν τον τρόπο μπορεί να προβεί στην ανάπτυξη καινοτομιών και στην υλοποίηση πρωτότυπων επενδυτικών σχεδίων.

Σήμερα, η χρήση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών έχει υιοθετηθεί και αναπτυχθεί σημαντικά σε πολλούς τομείς δράσης μιας επιχείρησης πέραν της παραγωγής. Ειδικότερα, μέσω της χρήσης των τεχνολογιών αυτών οι επιχειρήσεις έχουν εύκολη, γρήγορη και κατάλληλη πρόσβαση στην πληθώρα πληροφοριών που χαρακτηρίζει την κοινωνία σήμερα, έχοντας ως αποτέλεσμα τη βελτίωση της διαδικασίας λήψης αποφάσεων της επιχείρησης σε τομείς όπως η διαχείριση επιχειρησιακών πόρων και πελατολογίου, η διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού και η εφοδιαστική αλυσίδα. Η επίβλεψη και ο αποτελεσματικότερος έλεγχος των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης καθίσταται πιο εύκολος, με αποτέλεσμα να βελτιώνεται ο συντονισμός μεταξύ των επιμέρους τμημάτων, λειτουργιών και μονάδων μιας επιχείρησης.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το κόστος επικοινωνίας μεταξύ των επιχειρήσεων, των προμηθευτών, των δημόσιων οργανισμών και των καταναλωτών έχει μειωθεί σημαντικά λόγω των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών ενισχύοντας τη συνεργασία μεταξύ

των επιχειρήσεων και διευρύνοντας τον κύκλο των πελατών μιας επιχείρησης χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς. Παράλληλα, αξιοποιούνται καινούριες μορφές εργασιακής απασχόλησης, όπως η εργασία εξ αποστάσεως, και επιτυγχάνεται μεγαλύτερη ευελιξία στην άσκηση των καθηκόντων του ανθρώπινου δυναμικού (Χατζηκωνσταντίνου & Γωνιάδης, 2009).

Τέλος, το σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον στηρίζεται στην εξειδικευμένη γνώση του ανθρώπινου δυναμικού, γεγονός που σημαίνει ότι τα νέα άτομα που διαθέτουν αντίστοιχες γνώσεις έχουν την ευκαιρία να αναλάβουν και να αναπτύξουν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες σχετικές με τις τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών διαθέτοντας μικρό κεφάλαιο. Ο βαθμός εξειδικευμένης γνώσης συνδέεται άμεσα με τις πιθανότητες επιτυχίας μίας επιχειρηματικής δραστηριότητας που περιλαμβάνει τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών³⁴.

5.6.2 Η κατάσταση της Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης στην Ελλάδα

Σύμφωνα με πρόσφατη έκθεση του ΟΟΣΑ «Προοπτικές για την επιστήμη, την τεχνολογία και την καινοτομία 2016», ένα συμπέρασμα που προκύπτει για όλες τις χώρες μετά την εμφάνιση της οικονομικής ύφεσης είναι η πτώση που παρατηρείται στη χρηματοδότηση της έρευνας και ανάπτυξης, γεγονός που έχει αρνητικές συνέπειες και για την προώθηση της καινοτομίας.

Όσον αφορά στην περίπτωση της Ελλάδας, το ποσοστό των δαπανών που προορίζονται για δραστηριότητες E&A είναι σημαντικά μικρότερο σε σχέση με άλλες χώρες, παρά το γεγονός ότι διαχρονικά εμφανίζει αυξητική τάση, φθάνοντας το 0,96% του ΑΕΠ για το 2015. Η τριτοβάθμια εκπαίδευση χρηματοδοτεί την E&A κατά 40%, ενώ οι επιχειρήσεις δεν συνδέονται με τους φορείς παραγωγής γνώσης, δηλαδή τα πανεπιστημιακά ιδρύματα και τα ερευνητικά κέντρα και χρηματοδοτούν ελάχιστα καινοτομικές δράσεις, γεγονός που έχει αντίκτυπο στην ανταγωνιστικότητά τους³⁵.

Σύμφωνα με τα προκαταρκτικά στοιχεία του ΕΚΤ για το έτος 2017 αναφορικά με τους βασικούς δείκτες Έρευνας και Ανάπτυξης, οι δαπάνες που πραγματοποιήθηκαν για Έρευνα και Ανάπτυξη στους τέσσερις τομείς εκτέλεσης E&A, δηλαδή στον τομέα των επιχειρήσεων (BES), στον κρατικό τομέα (GOV), στον τομέα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (HES) και στον τομέα ιδιωτικών μη κερδοσκοπικών ιδρυμάτων (PNP), απεικονίζονται ως εξής:

³⁴ <https://static.eudoxus.gr/books/08/chapter-32998108.pdf>

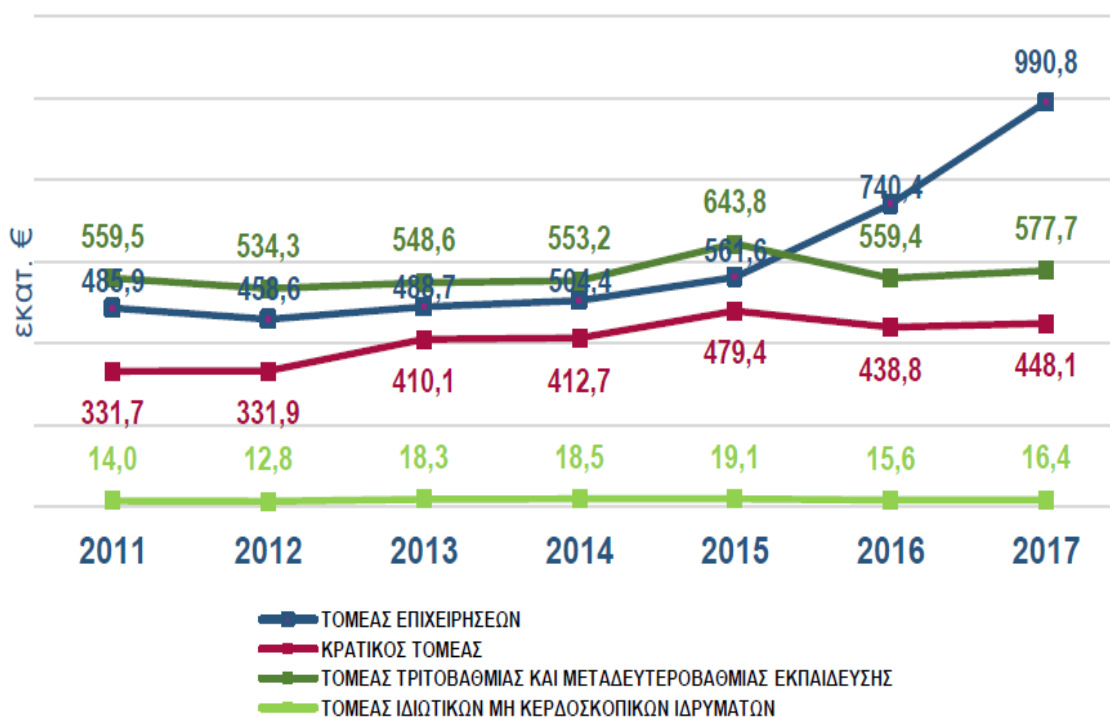
³⁵ <http://www.ekt.gr/el/news/20546>

Πίνακας 5.7: Δαπάνες Ε&Α ανά τομέα εκτέλεσης (σε εκατ. €), 2011-2017

Τομείς εκτέλεσης Ε&Α	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Τομέας BES	485,9	458,6	488,7	504,4	561,6	740,4	990,8
Τομέας GOV	331,7	331,9	410,1	412,7	479,4	438,8	448,1
Τομέας HES	559,5	534,3	548,6	553,2	643,8	559,4	577,7
Τομέας PNP	14,0	12,8	18,3	18,5	19,1	15,6	16,4
ΣΥΝΟΛΟ²	1.391,2	1.337,6	1.465,7	1.488,7	1.703,8	1.754,2	2.033,0

Πηγή: ΕΚΤ (<http://metrics.ekt.gr/statistika-etak/datatables>)

Διάγραμμα 5.13: Δαπάνες Ε&Α ανά τομέα εκτέλεσης (σε εκατ. €), 2011-2017



Πηγή: ΕΚΤ (<http://metrics.ekt.gr/statistika-etak/datatables>)

Πίνακας 5.8: Ένταση Ε&Α (Δαπάνες Ε&Α ως % του ΑΕΠ) του κάθε τομέα εκτέλεσης Ε&Α, 2011-2017

Τομείς εκτέλεσης	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Τομέας BES	0,23%	0,24%	0,27%	0,28%	0,32%	0,43%	0,56%
Τομέας GOV	0,16%	0,17%	0,23%	0,22%	0,27%	0,25%	0,25%
Τομέας HES	0,27%	0,28%	0,30%	0,32%	0,37%	0,32%	0,32%
Τομέας PNP	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%
ΣΥΝΟΛΟ	0,67%	0,70%	0,81%	0,83%	0,97%	1,01%	1,14%

Πηγή: ΕΚΤ (<http://metrics.ekt.gr/statistika-etak/datatables>)

5.7 Εποχή της γνώσης (Knowledge era)

Σήμερα, η παγκόσμια οικονομία χαρακτηρίζεται από την κυριαρχία σε μεγάλο βαθμό της γνώσης ως παραγωγικού συντελεστή, καθώς η παραγωγή προϊόντων και η παροχή υπηρεσιών απαιτούν πλέον περισσότερη νοημοσύνη σε σύγκριση με την εργασία, τις πρώτες ύλες και το κεφάλαιο. Όλο και περισσότερα προϊόντα και υπηρεσίες έχουν πνευματικά στοιχεία, γεγονός που επιβάλλει στις επιχειρήσεις να ξανασκεφτούν τις υποθέσεις τους για τη διοίκηση και να δημιουργήσουν υποδομές προσανατολισμένες στην αξιοποίηση συλλογικής γνώσης και δυνατότητας μάθησης όλων των μελών ενός οργανισμού (Gorey et al.).

Η εποχή αυτή χαρακτηρίζεται από πολλές και ανταγωνιστικές προτεραιότητες, ποικιλία ιδεολογιών, ασάφεια, αβεβαιότητα, αντιφάσεις και υψηλό ποσοστό δημιουργικότητας³⁶. Στο ανταγωνιστικό αυτό επιχειρηματικό περιβάλλον με τις ραγδαίες τεχνολογικές, πολιτικές και επιστημονικές αλλαγές και την έκρηξη πληροφοριών, όπου οι απαιτήσεις των καταναλωτών έχουν αυξηθεί, οι επιχειρήσεις καλούνται να προσαρμοστούν στις νέες συνθήκες και ταυτόχρονα να δημιουργούν διαρκώς πληροφορίες και γνώσεις για το εργατικό δυναμικό τους. Το δε ανθρώπινο δυναμικό καλείται να συμβάλει ενεργά στη δημιουργία καινοτομιών και στην ανάπτυξη ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων για την επιχείρηση και όχι να παρακολουθεί παθητικά τις εξελίξεις (Νονάκα και Τακεούτσι, 2003).

³⁶ https://www.vcihome.com/sites/PDF_files/PPT_knowledgeera.pdf

Βασική πηγή δημιουργίας πλούτου είναι η φαντασία του ανθρώπου, η οποία δεν μπορεί να διαχειριστεί με παραδοσιακές μεθόδους, καθώς επίσης και η δύναμη της γνώσης και της δημιουργίας γνώσης σε όλες της τις μορφές. Πέραν της ανάπτυξης γνώσης στο ανθρώπινο δυναμικό τους, οι επιχειρήσεις πρέπει να διαθέτουν τρόπους που να μετασχηματίζουν την γνώση από ατομικό σε συλλογικό επίπεδο, έχοντας κατά αυτόν τον τρόπο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η γνώση σε συνδυασμό με την καινοτομία και τη δημιουργικότητα συνιστούν μεταξύ άλλων τους παράγοντες που καθορίζουν το μέλλον και τη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης, ενώ η καλύτερη αξιοποίηση της οργανωσιακής γνώσης μιας επιχείρησης είναι η νέα πρόκληση για τις σύγχρονες επιχειρήσεις (Νονάκα και Τακεούτσι, 2003).

5.7.1 Ορισμός της γνώσης – επιχειρηματικής γνώσης

Με τον όρο «γνώση» εννοείται η συλλογική εμπειρία ενός οργανισμού που συνίσταται στην αλληλεπίδραση δύο βασικών στοιχείων, της άρρητης και της ρητής γνώσης (Gorey et al.).

Η ρητή γνώση εμπεριέχει πολύτιμες πληροφορίες που μπορούν να εκφραστούν και να διαχυθούν από άτομο σε άτομο με τη μορφή οδηγιών χρήσης και εγχειριδίων πολιτικής. Αντιθέτως, η άρρητη γνώση περιλαμβάνει στοιχεία που δεν μπορούν να εκφραστούν, όπως είναι η προσωπική γνώση και εμπειρία και οι προσωπικές απόψεις και αξίες. Η αλληλεπίδραση των δύο αυτών μορφών γνώσης συμβάλλει στη δημιουργία της οργανωσιακής γνώσης στις επιχειρήσεις (Νονάκα και Τακεούτσι, 2003).

Στη συνέχεια, η έννοια «επιχειρηματική γνώση» εμπεριέχει «τις ικανότητες και εμπειρίες των στελεχών μιας επιχείρησης, τις δυνατότητες καινοτομίας και δημιουργικότητας, τις βέλτιστες επιχειρηματικές πρακτικές, τις πατέντες, τη γνώση που η επιχείρηση έχει συσσωρεύσει για την αγορά και τους πελάτες της, καθώς και τη γνώση για τους ανταγωνιστές της» (Νονάκα και Τακεούτσι, 2003).

5.7.2 Διαχείριση της γνώσης

Η ανάγκη ανάπτυξης τρόπων και διαδικασιών εξέλιξης της υπάρχουσας επιχειρηματικής γνώσης και δημιουργίας νέας επιχειρηματικής γνώσης οδήγησε στην ανάπτυξη ενός νέου επιστημονικού κλάδου, ήτοι της διαχείρισης της γνώσης. Η διαχείριση της γνώσης δεν συνδέεται με διαδικασίες διοίκησης ανθρώπινου δυναμικού αλλά με την ανάπτυξη επιχειρηματικού περιβάλλοντος που επιτρέπει διαδικασίες ανάπτυξης γνώσης με απώτερο στόχο τη δημιουργία αξίας για την επιχείρηση.

Η επιτυχία αυτού του εγχειρήματος για τις επιχειρήσεις εξαρτάται από τους εξής παράγοντες:

- ✓ Την στήριξη της ηγεσίας·
- ✓ Τη συνεκτικότητα της διαχείρισης της γνώσης με την επιχειρηματική στρατηγική προκειμένου να υλοποιηθούν οι στρατηγικοί στόχοι·
- ✓ Την σαφή ενσωμάτωση της διαδικασίας διαχείρισης της γνώσης στις λειτουργίες της επιχείρησης·
- ✓ Την ανάθεση των νέων σχετικών αρμοδιοτήτων·
- ✓ Την κουλτούρα της επιχείρησης που επιτρέπει και υποκινεί τη διάχυση γνώσεων μεταξύ των εργαζομένων προς όφελος της επιχείρησης·
- ✓ Τη μέτρηση της αποδοτικότητας της διαδικασίας αυτής·
- ✓ Και τη χρήση κατάλληλων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών (Νονάκα και Τακεούτσι, 2003).

Σύμφωνα με τον Κουλουριώτη (2017), η διαχείριση της γνώσης εμπεριέχει τις εξής λειτουργίες:

- ✚ **Δημιουργία και απόκτηση νέας γνώσης:** Η απόκτηση γνώσης μπορεί να επιτευχθεί μέσω της ανταλλαγής εμπειριών, τη δοκιμή και τη μελέτη του εσωτερικού και του εξωτερικού περιβάλλοντος.
- ✚ **Αναγνώριση και σταχυολόγηση υφιστάμενης γνώσης:** Στο στάδιο αυτό μετατρέπεται η άρρητη σε ρητή γνώση, βασικό στοιχείο για τη σύνδεση της ατομικής με την οργανωσιακή γνώση μέσα από την κοινωνικοποίηση, την εξωτερίκευση, τον συνδυασμό και την εσωτερίκευση της γνώσης.
- ✚ **Συλλογή και ανάκτηση της γνώσης:** Το στάδιο αυτό υλοποιείται με τη χρήση τεχνολογικών εφαρμογών και με την κινητοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού να αποθηκεύει και να χρησιμοποιεί την πληροφορία εντός του οργανισμού.
- ✚ **Διάχυση της γνώσης εντός του οργανισμού:** Οι κοινότητες πρακτικής διευκολύνουν τη συσχέτιση διαφορετικής γνώσης και διαφορετικών ανθρώπων, με αποτέλεσμα να συμβάλουν στη διάχυση της γνώσης.
- ✚ **Αξιοποίηση της γνώσης και χρήση της σε διαδικασίες, προϊόντα και υπηρεσίες:** Το ανθρώπινο δυναμικό αξιοποιεί την αποκτηθείσα γνώση κατά την παραγωγική διαδικασία.

Η αξιοποίηση του σημαντικού πόρου της γνώσης μέσω της διαχείρισης της γνώσης επιδρά στην αποτελεσματικότητα μιας επιχείρησης, λαμβάνοντας υπόψη ότι συμβάλλει τόσο στην αντίληψη του μεταβαλλόμενου εξωτερικού περιβάλλοντος, προσφέροντας της

δυνατότητες ευελιξίας και προσαρμοστικότητας και προωθώντας τη δημιουργία καινοτομιών, όσο και στην καλύτερη οργάνωση του εσωτερικού της περιβάλλοντος (Ασπρίδης κ.α., 2017).

5.8 Συμπεράσματα

Η σημασία του κεφαλαίου αυτού στο σύνολο της εργασίας έγκειται στην παρουσίαση των βασικών στρατηγικών που επιλέγουν οι επιχειρήσεις προκειμένου να επιβιώσουν, να εξελιχθούν και να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών τους. Στις στρατηγικές αυτές περιλαμβάνονται η καινοτομία, η δημιουργικότητα, οι τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών και η γνώση.

Παράλληλα, στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάστηκε το μοντέλο της τριπλής έλικας αναγνωρίζοντας τη σημασία που έχει για την ανάπτυξη της οικονομίας, δεδομένου ότι σε αυτό εμπεριέχονται και αλληλοσυνδέονται τα πανεπιστημιακά ιδρύματα και τα ερευνητικά κέντρα ως φορείς παραγωγής γνώσης, οι επιχειρήσεις ως φορείς χρησιμοποίησης της γνώσης για την ανάπτυξη καινοτομίας και τέλος η κυβέρνηση ως υπεύθυνη για την εξασφάλιση ενός σταθερού πολιτικού και φορολογικού περιβάλλοντος.

Τέλος, αντικείμενο του παρόντος κεφαλαίου αποτέλεσε ο ρόλος του δημόσιου τομέα ως αρχικού αγοραστή προϊόντων, υπηρεσιών και έργων για την κάλυψη των αναγκών του και την παροχή καλύτερων δημόσιων υπηρεσιών μέσω του τομέα των δημοσίων συμβάσεων.

Λίστα Βιβλιογραφικών Αναφορών Κεφαλαίου

Ελληνική Βιβλιογραφία

Ασπρίδης, Γ., Σδρόλιας, Λ., Ρωσσίδης, Ι. και Κοτζαϊβάζογλου, Ι. (2017). *Η Στρατηγική Διοίκηση της Γνώσης ως Εργαλείο Ανασυγκρότησης του Δημόσιου Τομέα στην Ελλάδα*. 2ο Διεθνές Επιστημονικό Συνέδριο «Παραγωγική Ανασυγκρότηση της Ελλάδας: Οικονομική Κρίση και Προοπτικές Ανάπτυξης».

Deakins, D. and Freel, M. (2007). *Επιχειρηματικότητα*. Εκδόσεις Κριτική, 1^η Έκδοση, Αθήνα.

Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης (2018) *Βασικοί Δείκτες Έρευνας και Ανάπτυξης για δαπάνες και προσωπικό το 2017 στην Ελλάδα Προκαταρκτικά Στοιχεία*. Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης.

Ελληνική Δημοκρατία. Η Κυβέρνηση (2018). *Ελλάδα: Μια στρατηγική ανάπτυξης για το μέλλον*.

Ενιαία Ανεξάρτητη Αρχή Δημοσίων Συμβάσεων (2016). *Πρόταση για την υιοθέτηση εθνικής στρατηγικής για τις δημόσιες συμβάσεις 2016-2020.*

Ενιαία Ανεξάρτητη Αρχή Δημοσίων Συμβάσεων (2018). *Τεχνική Οδηγία με θέμα: Συμβάσεις Καινοτομίας.*

Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2012). *Ανακοίνωση προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή, την Επιτροπή των Περιφερειών και την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων, Ανάπτυξη για την Ελλάδα.*

Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2015). *Δημόσιες Συμβάσεις Έγγραφο Καθοδήγησης για επαγγελματίες για την αποφυγή των συχνότερων σφαλμάτων κατά τις δημόσιες συμβάσεις έργων που χρηματοδοτούνται από τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία.*

Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2018). *Ανακοίνωση της Επιτροπής Κατευθυντήριες γραμμές για τις δημόσιες συμβάσεις καινοτομίας.* C (2018) 3051 final.

Κουλουριώτης, Δ (2017). *Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα.* Bessant, J. & Tidd, J. 3η Έκδοση, Εκδόσεις Τζιόλα, Θεσσαλονίκη.

Λιούκας, Σ., Βουδούρη, Ε., Γκούρας, Α. και Π. Λαντζούνη (2009). *Η καινοτομία στην Ελλάδα,* Ίδρυμα Κόκκαλη.

Μπιτζένης, Α. (2014). *Διεθνής επιχειρηματικότητα και επενδύσεις. Σύγχρονο ελληνικό επιχειρηματικό περιβάλλον.* Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης Αθήνα.

Νόμος 4412/2016 (Α'147) *Δημόσιες συμβάσεις έργων, προμηθειών και υπηρεσιών (προσαρμογή στις Οδηγίες 2014/24/ΕΕ και 2014/25/ΕΕ).*

Νονάκα, Ι. και Τακεούτσι, Χ. (2003). *Η επιχείρηση της γνώσης (Η διαχείριση της γνώσης στη σύγχρονη επιχείρηση).* Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα.

Χατζηκωνσταντίνου, Γ. Θ. και Γωνιάδης, Η. Ι. (2009). *Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία Από την Ίδρυση στη Διοίκηση και την Επιβίωση της Νέας Επιχείρησης.* Εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα.

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

European Commission (2013). *The role of clusters in smart specialisation strategies.*

European Commission (2017). *European Semester Thematic Factsheet - Public Procurement.*

Etzkowitz, H. and Leydesdorff, L. (2000). *The dynamics of innovation: from national systems and "Mode 2" to a Triple Helix of university – industry – government relations.* Research Policy, 29, pp. 109-123.

- Kauffeld-Monz, M. and Fritch, M. (2013) *Who are the knowledge-brokers in regional systems of innovation? A multi-actor network analysis*. *Regional Studies* 47(5), pp. 669-685.
- Lawton-Smith, H. and Bagchi-Sen, S. (2010). *Triple helix and regional development: a perspective from Oxfordshire in the UK*. *Technology Analysis & Strategic Management* 22 (7), pp. 805-818.
- Lengyel, B. and Leydesdorff, L. (2011) *Regional innovation systems in Hungary: the failing synergy at the national level*. *Regional Studies*, 45(5), pp. 677-693.
- Lin, H.C., Peng, C-H. and Kao, D.T. (2008). *The Innovativeness Effect of Market Orientation and Learning Orientation on Business Performance*. *International Journal of Manpower*, 29(8), pp. 752-772.
- Lloréns Montes, F.J., Ruiz Moreno, A. and Miguel Molina Fernández, L. (2004). *Assessing the Organizational Climate and Contractual Relationship for Perceptions of Support for Innovation*. *International Journal of Manpower*, 25(2), pp. 167-180.
- Madhavan, R. and Grover, R. (1998). *From Embedded Knowledge to Embodied Knowledge: New Product Development as Knowledge Management*. *The Journal of Marketing*, 1-12.
- Spanos, Y.E., Zaralis, G. and S. Lioukas (2004), *Strategy and industry effects on profitability: Evidence from Greece*, *Strategic Management Journal*, 25(2), 139-165.

Διαδικτυακές Πηγές

- Λιούκας, Σπ. (2010). *Οι Ελληνικές επιχειρήσεις μετά την κρίση: Προοπτικές και στρατηγικές για διεθνή ανταγωνιστικότητα*. Διαθέσιμο στο:
https://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/20-5_lioukas.pdf [Πρόσβαση: 05/10/2018].
- Τεχνολογία, Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα*. Διαθέσιμο στο:
https://mke.aegean.gr/files/2014/09/thematika_9F.pdf [Πρόσβαση: 08/10/2018].
- Ο Τριπλός Έλικας στο 6ο Πολυσυνέδριο Καινοτομία & Ανάπτυξη*. Διαθέσιμο στο:
<https://triplehelixgreece.eu/%CE%BF-%CF%84%CF%81%CE%B9%CF%80%CE%BB%CE%BF%CF%83-%CE%B5%CE%BB%CE%B9%CE%BA%CE%B1-%CF%83%CF%84%CE%BF-6%CE%BF-%CF%80%CE%BF%CE%BB%CF%85%CF%83%CE%BD%CE%B5%CE%B4%CF%81%CE%B9%CE%BF-%CE%BA%CE%B1%CE%B9/> [Πρόσβαση: 15/11/2018].
- Πανεπιστημιακή – Επιχειρηματική συνεργασία (ΠΕΣ). *Το Οικοσύστημα του Τριπλού Έλικα*. Διαθέσιμο στο: <https://www.thessinnozone.gr/triplos-elikas/> [Πρόσβαση: 15/11/2018].

Η Καινοτομία στις Ελληνικές Επιχειρήσεις: Δείκτες, Στόχοι, Στρατηγικές & Εμπόδια. Διαθέσιμο στο: <http://www.ekt.gr/en/node/18828> [Πρόσβαση :15/11/2018].

Η «τριπλή έλικα» και πώς θα βοηθήσει στο στοίχημα της ανάπτυξης. (05/04/2015). Διαθέσιμο στο:

<http://www.kathimerini.gr/810270/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/h-triplh-elika-kai-pws-8a-voh8hsei-sto-stoixhma-ths-anapty3hs> [Πρόσβαση: 15/11/2018].

Gorey, R. M., Dobat, D. R. and Sweeney, L. B. *Managing in the Knowledge Era*. Διαθέσιμο στο: <https://thesystemsthinker.com/managing-in-the-knowledge-era/> [Πρόσβαση: 16/11/2018].

Life Based Learning: Designing Professional Development for the Knowledge Era. Διαθέσιμο στο: https://www.vcihome.com/sites/PDF_files/PPT_knowledgeera.pdf [Πρόσβαση: 16/11/2018].

Οι διεθνείς τάσεις στην επιστήμη, την τεχνολογία και την καινοτομία, στη νέα μελέτη *STI Outlook 2016* του ΟΟΣΑ. Διαθέσιμο στο: <http://www.ekt.gr/el/news/20546> [Πρόσβαση: 17/11/2018].

<http://opencourses.uom.gr/assets/site/public/931/899-Eisagogi-Plioforiaka-Sistimata-09-Tarabanis.pdf>

http://metrics.ekt.gr/sites/metrics/files/EKT_SIMS_CISstatistics_el.pdf

<https://static.eudoxus.gr/books/08/chapter-32998108.pdf>

<https://triplehelixgreece.eu/>

<https://triplehelixgreece.eu/greek-chapter/>

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

<http://www.ict-slovenia.net/eng/about-technology-network/triple-helix>

<http://metrics.ekt.gr/statistika-etak/datatables>

Κεφάλαιο 6ο

Συμπεράσματα – Προτάσεις

Η έννοια της επιχειρηματικότητας συνιστά μία πολύπλοκη έννοια, η οποία έχει αποτελέσει αντικείμενο πολλών ακαδημαϊκών μελετών και επιχειρηματικών συζητήσεων. Έχουν γίνει πολλές απόπειρες για τον ορισμό της έννοιας της «επιχειρηματικότητας», ενώ παρά τις διαφορές τους οι ορισμοί αυτοί έχουν κοινά σημεία ως προς το περιεχόμενό τους.

Στο πρώτο θεωρητικό μέρος της ανά χείρας εργασίας, έγινε μία προσπάθεια αποτύπωσης των βασικών μορφών που έχει η επιχειρηματικότητα, όπως είναι η γυναικεία, η πράσινη, η κοινωνική, η νεοφυής, η δημόσια επιχειρηματικότητα και η ενδο-επιχειρηματικότητα. Παράλληλα, ανάλογα με τον επιχειρηματία και την συμπεριφορά του η επιχειρηματικότητα διακρίνεται σε αμιγής και μικτή επιχειρηματικότητα, επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και επιχειρηματικότητα ανάγκης, τεχνολογική, γεωγραφική και κοινωνιολογική επιχειρηματικότητα και κοινωνική και παραδοσιακή επιχειρηματικότητα. Τέλος, παρουσιάστηκε η εικόνα που εμφανίζει η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα μέσα από την εφαρμογή συγκεκριμένων δεικτών μέτρησης και σχετικών διαγραμμάτων.

Το δεύτερο μέρος της διπλωματικής εργασίας χαρακτηρίζεται από περισσότερο πρακτικά ζητήματα και θέματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις με έμφαση στη σημασία της στρατηγικής, της αποστολής και των στόχων αλλά και στη δομή της εκάστοτε επιχείρησης. Στη συνέχεια, παρουσιάστηκαν δύο βασικές μορφές επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, ήτοι τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και τις νεοφυείς επιχειρήσεις. Βασικό σημείο της παρουσιάσής τους είναι η σημασία τους για την οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας, γεγονός που αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι αποτελούν βασική πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Όσον αφορά τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, η επιβίωσή τους δεν πρέπει να θεωρείται δεδομένη καθώς υπάρχει ανάγκη για εκσυγχρονισμό της παραγωγικής διαδικασίας και της διοίκησης της επιχείρησης, παροχή καινοτόμων υπηρεσιών και προϊόντων, εύκολη πρόσβαση στην πληροφόρηση και στην χρηματοδότηση, υιοθέτηση εξελιγμένων τεχνολογιών, αξιοποίηση γνώσης, ανάπτυξη δικτύων και συνεργασιών. Κρίσιμο σημείο προς την κατεύθυνση αυτή συνιστά ο ρόλος του κράτους προκειμένου να υπάρξει στήριξη των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, μέσω της διαμόρφωσης ευνοϊκού φορολογικού, πολιτικού και οικονομικού περιβάλλοντος για αυτές και μέσω της δημιουργίας υποστηρικτικών δομών (ΕΚΤ, 2018). Αντίστοιχα, οι νεοφυείς επιχειρήσεις αποτελούν μία σχετικά νέα μορφή επιχειρηματικότητας, η οποία στην Ελλάδα δεν φαίνεται να συγκεντρώνει υψηλά ποσοστά.

Περαιτέρω, όσον αφορά τις στρατηγικές που αποφασίζουν να υιοθετήσουν οι επιχειρήσεις προκειμένου να επιτύχουν τους στρατηγικούς τους στόχους, το πέμπτο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας πραγματεύεται έννοιες όπως η καινοτομία, η δημιουργικότητα, οι τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών και η εποχή της γνώσης για τις επιχειρήσεις. Ταυτόχρονα, δεν καταλείπει να αναφερθεί στο μοντέλο της τριπλής έλικας, δηλαδή της διασύνδεσης των πανεπιστημιακών ιδρυμάτων με τον επιχειρηματικό τομέα και το κράτος, καθώς επίσης και στον ρόλο του κράτους ως αγοραστή μέσω του εργαλείου των δημοσίων συμβάσεων και τη σημασία του στην προώθηση της καινοτομίας, της ανταγωνιστικότητας και της αειφόρου ανάπτυξης και της στήριξης των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων και των νεοφυών επιχειρήσεων.

Αδιαμφισβήτητα, η επένδυση στη γνώση και την καινοτομία αποτελεί σπουδαίο παράγοντα για την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα μιας χώρας και τη μετάβασή της σε ένα νέο πρότυπο παραγωγής, της οικονομίας της γνώσης. Βασικοί παίκτες σε αυτό είναι οι νέοι ερευνητές με ιδέες, οι οποίοι χρησιμοποιώντας την επιστημονική γνώση μετασχηματίζουν τις ιδέες σε σύγχρονες και καινοτόμες τεχνολογίες και δημιουργούν επιχειρηματικές ευκαιρίες. Στη διαδικασία αυτή, οι ερευνητές θα πρέπει να αντιλαμβάνονται τη σημασία των ευρεσιτεχνιών στην οικονομική ανάπτυξη και να στοχεύουν στην κατοχύρωση αυτών με διπλώματα ευρεσιτεχνίας ή βιομηχανικά σχέδια, ενώ το κράτος θα πρέπει μέσω δράσεων και θεσμών να υποστηρίζει και να διευκολύνει την προστασία της διανοητικής ιδιοκτησίας (ΕΚΤ, 2017). Πρόκειται για ένα μεγάλο κεφάλαιο, το οποίο αποτελεί το ίδιο αντικείμενο μελέτης και συνεπώς διπλωματικής εργασίας.

Πέραν των ανωτέρω, ένα άλλο σημαντικό πεδίο, το οποίο δεν αποτέλεσε αντικείμενο της ανά χείρας εργασίας είναι οι δομές και οι θεσμοί που έχουν δημιουργηθεί με σκοπό την υποστήριξη της επιχειρηματικότητας, της καινοτομίας και της τεχνολογικής προόδου τόσο σε ευρωπαϊκό επίπεδο, όσο και σε εθνικό επίπεδο. Βασική κατεύθυνση για την προώθηση της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας σε όλη την Ευρώπη συνιστά η διασύνδεση της ανώτατης εκπαίδευσης με την έρευνα και την καινοτομία και η δημιουργία ενός δικτύου με κοινή δράση αποτελούμενο από πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα και επιχειρήσεις δημιουργώντας κατά αυτόν τον τρόπο «Κοινότητες Γνώσης και Καινοτομίας» (Knowledge Innovation Communities, KICs) (ΕΚΤ, 2016).

Οι όποιες προσπάθειες γίνονται για τη βελτίωση του επιστημονικού και ερευνητικού συστήματος μιας χώρας καθώς και της καινοτομίας αυτής σχετίζονται με την εκάστοτε εφαρμόσιμη δημόσια πολιτική και πολλές φορές απαιτούν νομοθετικές πρωτοβουλίες. Η πολιτική για την αναβάθμιση των ερευνητικών κέντρων, η ενίσχυση του επιστημονικού

δυναμικού και η έξυπνη εξειδίκευση αποτελούν κατευθύνσεις που επιλέγει να υλοποιήσει η δημόσια πολιτική. Παράλληλα, η προώθηση της ανοικτής πρόσβασης σε ερευνητικά στοιχεία πρόκειται να διευκολύνει την αξιοποίηση των ερευνητικών αποτελεσμάτων από τον επιχειρηματικό κόσμο³⁷.

Πέραν αυτών, η εξέταση των διαθέσιμων πηγών χρηματοδότησης της καινοτομίας, της τεχνολογικής προόδου και έρευνας και της επιχειρηματικότητας και η δημιουργία νέων χρήζει διερεύνησης, καθώς η έλλειψη χρηματοδότησης αποτελεί ένα καθοριστικό τροχοπέδη στην περαιτέρω εξέλιξή τους.

Ανακεφαλαιώνοντας, η παρουσίαση των παραπάνω προτάσεων που συμβάλλουν στην εμπάθυνση της έννοιας της επιχειρηματικότητας σε σχέση με τους στρατηγικούς στόχους της σύγχρονης επιχείρησης δεν είναι οι μοναδικές, ενώ σε ένα άλλο πλαίσιο θα μπορούσαν να περιγραφούν ευρύτερα και άλλα στοιχεία. Ωστόσο, όροι όπως μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, νεοφυείς επιχειρήσεις, καινοτομία, δημιουργικότητα, τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών, εποχή της γνώσης συνθέτουν τον βασικό κορμό του επιχειρηματικού περιβάλλοντος στην Ελλάδα. Κατά συνέπεια, η ενεργοποίησή τους και η εξέλιξή τους χρόνο με τον χρόνο θα συμβάλλει στη βελτίωση του επιχειρηματικού κλίματος, στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και εν τέλει στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας.

Λίστα Βιβλιογραφικών Αναφορών Κεφαλαίου

Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης (2016). *Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Καινοτομίας και Τεχνολογίας (EIT) Συνδεδειγμένος κρίκος εκπαίδευσης, έρευνας και επιχειρηματικότητας*. Μάρτιος – Μάιος 2016, Τεύχος 103.

Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης (2017). *Νέοι Έλληνες ερευνητές και επιχειρηματίες που καινοτομούν και διακρίνονται*. Ιούνιος – Αύγουστος 2017, Τεύχος 108.

Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης (2018). *Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις: καινοτομία, εξωστρέφεια, πρόσβαση στη χρηματοδότηση και δομές στήριξης τα κλειδιά για την ανάπτυξή τους*. Δεκέμβριος 2017 – Φεβρουάριος 2018, Τεύχος 110.

Διαδικτυακές Πηγές

Οι διεθνείς τάσεις στην επιστήμη, την τεχνολογία και την καινοτομία, στη νέα μελέτη STI Outlook 2016 του ΟΟΣΑ. Διαθέσιμο στο: <http://www.ekt.gr/el/news/20546> [Πρόσβαση: 17/11/2018].

³⁷ <http://www.ekt.gr/el/news/20546>

Λίστα Βιβλιογραφικών Αναφορών

Ελληνική βιβλιογραφία

Αγιακλόγλου, Χ., Πέκκα-Οικονόμου, Β. (2014). *Η μικροοικονομική προσέγγιση της σύγχρονης επιχείρησης*. Εκδόσεις Ε. Μπένου, Αθήνα.

Ασπρίδης, Γ., Σδρόλιας, Λ., Ρωσσίδης, Ι. και Κοτζαϊβάζογλου, Ι. (2017). *Η Στρατηγική Διοίκηση της Γνώσης ως Εργαλείο Ανασυγκρότησης του Δημόσιου Τομέα στην Ελλάδα*. 2ο Διεθνές Επιστημονικό Συνέδριο «Παραγωγική Ανασυγκρότηση της Ελλάδας: Οικονομική Κρίση και Προοπτικές Ανάπτυξης».

Deakins, D. and Freel, M. (2007). *Επιχειρηματικότητα*. Εκδόσεις Κριτική, 1^η Έκδοση, Αθήνα.

Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης (2018) *Βασικοί Δείκτες Έρευνας και Ανάπτυξης για δαπάνες και προσωπικό το 2017 στην Ελλάδα Προκαταρκτικά Στοιχεία*. Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης.

Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης (2018). *Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις: καινοτομία, εξωστρέφεια, πρόσβαση στη χρηματοδότηση και δομές στήριξης τα κλειδιά για την ανάπτυξή τους*. Τριμηνιαία Έκδοση Καινοτομία, Έρευνα και Τεχνολογία. Τεύχος 110, Δεκέμβριος 2017 - Φεβρουάριος 2018.

Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης (2016). *Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Καινοτομίας και Τεχνολογίας (EIT) Συνδεδειγμένος κύκλος εκπαίδευσης, έρευνας και επιχειρηματικότητας*. Τριμηνιαία Έκδοση Καινοτομία, Έρευνα και Τεχνολογία, Μάρτιος – Μάιος 2016, Τεύχος 103, Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης.

Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης (2017). *Νέοι Έλληνες ερευνητές και επιχειρηματίες που καινοτομούν και διακρίνονται*. Τριμηνιαία Έκδοση Καινοτομία, Έρευνα και Τεχνολογία, Ιούνιος – Αύγουστος 2017, Τεύχος 108, Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης.

Ελληνική Δημοκρατία. Η Κυβέρνηση (2018). *Ελλάδα: Μια στρατηγική ανάπτυξης για το μέλλον*.

Ενιαία Ανεξάρτητη Αρχή Δημοσίων Συμβάσεων (2016). *Πρόταση για την υιοθέτηση εθνικής στρατηγικής για τις δημόσιες συμβάσεις 2016-2020*.

Ενιαία Ανεξάρτητη Αρχή Δημοσίων Συμβάσεων (2018). *Τεχνική Οδηγία με θέμα: Συμβάσεις Καινοτομίας*.

Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (2008). Ανακοίνωση προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών. *Οι δημόσιες συμβάσεις στην υπηρεσία του περιβάλλοντος*. COM(2008) 400 τελικό.

Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2003). *Σύσταση σχετικά με τον ορισμό των πολύ μικρών, των μικρών και των μεσαίων επιχειρήσεων (2003/361/ΕΚ)*. Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, L 124/36, 20 Μαΐου 2003.

Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2012). *Ανακοίνωση προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή, την Επιτροπή των Περιφερειών και την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων, Ανάπτυξη για την Ελλάδα*.

Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2015). *Δημόσιες Συμβάσεις Έγγραφο Καθοδήγησης για επαγγελματίες για την αποφυγή των συχνότερων σφαλμάτων κατά τις δημόσιες συμβάσεις έργων που χρηματοδοτούνται από τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία*.

Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2018). *Ανακοίνωση της Επιτροπής Κατευθυντήριες γραμμές για τις δημόσιες συμβάσεις καινοτομίας*. C(2018) 3051 final.

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

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

Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (2013). *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011-12. Η Εξέλιξη των Δεικτών της Επιχειρηματικότητας στη διάρκεια τα κρίσης*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών. (2016). *Επιχειρηματικότητα 2015 – 2016: Κρίσιμη καμπή για την αναπτυξιακή δυναμική του επιχειρηματικού συστήματος*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (2017). *Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας 2016-2017: Σε κάμψη η νέα επιχειρηματικότητα*. Global Entrepreneurship Monitor, Αθήνα.

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

Κουλουριώτης, Δ (2017). *Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα*. Bessant, J. & Tidd, J. 3η Έκδοση, Εκδόσεις Τζιόλα, Θεσσαλονίκη.

Λιούκας, Σ., Βουδούρη, Ε., Γκούρας, Α. και Π. Λαντζούνη (2009). *Η καινοτομία στην Ελλάδα*, Ίδρυμα Κόκκαλη.

Μανασάκης, Κ., (2013). *Κείμενο Πολιτικής Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα κατά τη διάρκεια της οικονομικής ύφεσης*. Παρατηρητήριο για την Κρίση, Ελληνικό Ίδρυμα Ευρωπαϊκής και Εξωτερικής Πολιτικής (ΕΛΙΑΜΕΠ).

- Μιχαλόπουλος, Μ., Γρηγορούδης, Ε., Ζοπουνίδης Κ. (2007). *Στρατηγική των επιχειρήσεων*. Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα.
- Μπιτζένης, Α. (2014). *Διεθνής επιχειρηματικότητα και επενδύσεις. Σύγχρονο ελληνικό επιχειρηματικό περιβάλλον*. Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης Αθήνα.
- Νόμος 4430/2016 (Α'205) «Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία και ανάπτυξη των φορέων της και άλλες διατάξεις».
- Νόμος 4412/2016 (Α'147) Δημόσιες συμβάσεις έργων, προμηθειών και υπηρεσιών (προσαρμογή στις Οδηγίες 2014/24/ΕΕ και 2014/25/ΕΕ).
- Νονάκα, Ι. και Τακεούτσι, Χ. (2003). *Η επιχείρηση της γνώσης (Η διαχείριση της γνώσης στη σύγχρονη επιχείρηση)*. Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα.
- Παπαδάκης, Β. Μ. (2007). *Στρατηγική των επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής εμπειρία*. Τόμος Α': Θεωρία, 5^η έκδοση, Εκδόσεις Ε. Μπένου, Αθήνα.
- Πέκκα – Οικονόμου, Β. & Χατζηδημητρίου Ι. (2017). *Επιχειρηματικότητα και Μικρές Επιχειρήσεις. Νεοφυείς Επιχειρήσεις. Μια Δυναμική Απάντηση των Νέων στην Ανεργία*. 2η έκδοση, Εκδόσεις Rosili, Αθήνα.
- Πολυχρονόπουλος, Γ.& Κορρές Γ. (2005). *Βασικές Αρχές Οικονομίας και Διοίκησης*. Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα.
- Σαρρή, Κ. & Τριχοπούλου, Ά. (2012). *Γυναικεία επιχειρηματικότητα - Προσέγγιση της Ελληνικής πραγματικότητας*. Εκδόσεις Rosili, Αθήνα.
- Samuelson, P.A., Nordhaus, W.D. (2000a). *Οικονομική*. Α' Τόμος. 16^η Διεθνής Έκδοση, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
- Samuelson, P.A., Nordhaus, W.D. (2000b). *Οικονομική*. Β' Τόμος. 16^η Διεθνής Έκδοση, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
- Spinell, S. J., Adams, R., Παπαδάκης, Β. Μ. (2015). *Δημιουργία Νεοφυών Επιχειρήσεων. Επιχειρηματικότητα για τον 21^ο αιώνα*. Εκδόσεις Utopia, Αθήνα.
- Storey, D. J., Greene, F. J., Χασσίδ, Ι. Και Φαφαλιού, Ε. (2011). *Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις*. Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
- Χατζηκωνσταντίνου, Γ. Θ. και Γωνιάδης, Η. Ι. (2009). *Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία Από την Ίδρυση στη Διοίκηση και την Επιβίωση της Νέας Επιχείρησης*. Εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα.
- Χρυσάκης, Μ., Ζιώμας, Δ., Καραμητοπούλου, Ν. & Χατζηαντωνής, Δ. (2002). *Προοπτικές απασχόλησης στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας*. Εθνικό Ινστιτούτο Εργασίας, Αθήνα.

Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

- Antončič, B. & Hisrich, R.D. (2003). *Clarifying the intrapreneurship concept*. Journal of Small Business and Enterprise Development, 10(1), 7–24.
- Baumol, W.J. (1990). *Entrepreneurship, Productive, Unproductive and Destructive*. Journal of Political Economy 98 (5), 893-921.
- Birch, L.D. (1987). *Job creation in America*. London: Free Press.
- Brockhaus RH Sr., (1980). *Risk taking propensity of entrepreneurs*. Academy of management Journal.
- Brush, C. (1992). *Research on woman business owners: Past trends, a new perspective and future directions*. Entrepreneurship Theory and Practice, 5-30.
- Brush G. & Vanderwerf P. (1992). *A comparison of methods and sources for obtaining estimates of new venture performance*. Journal of Business Venturing, 7 (2), 157-170.
- Chu, P. (2000). *The Characteristics of Chinese Female Entrepreneurs: Motivation and Personality*. Journal of Enterprising Culture, 8 (1), 64-84.
- Cyert, RM. and March, JG. (1963). *A behavioral theory of the firm*. Englewood Cliffs, NJ.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). *The role of social and human capital among nascent entrepreneurs*. Journal of Business Venturing, 18(3), 301-331.
- Dees, G.J. (2001). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. The Kauffman Foundation.
- Drucker, P.F. (1985). *The discipline of innovation*. Harvard Business Review.
- Drucker, P. F. (1954). *The practice of management*. New York, Harper & Row.
- Etzkowitz, H. and Leydesdorff, L. (2000). *The dynamics of innovation: from national systems and "Mode 2" to a Triple Helix of university – industry – government relations*. Research Policy, 29, pp. 109-123.
- European Commission (2009). *Annual Report on EU SMEs 2009*.
- European Commission (2013). *The role of clusters in smart specialisation strategies*.
- European Commission (2013). *The role of clusters in smart specialisation strategies*.
- European Commission (2017). *European Semester Thematic Factsheet - Public Procurement*.
- Fölster, S. (2000). Do Entrepreneurs Create Jobs? *Small Business Economics*, 14(2), 137-148.
- Gartner, W.B. (1988). *Who is an entrepreneur? Is the wrong question*. American Journal of Small Business, 11-32.
- Hayek, F.A. (1948). *Individualism and Economic Order*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hisrich, R.D. Peters, M.P. (1998). *Entrepreneurship* (4th ed.). Boston: Irwin McGraw-Hill.

- Kauffeld-Monz, M. and Fritch, M. (2013) *Who are the knowledge-brokers in regional systems of innovation? A multi-actor network analysis*. *Regional Studies* 47(5), pp. 669-685.
- Kihlstrom, R. Laffont, J. (1979). *A general equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion*. *Journal of Political Economy*.
- Lawton-Smith, H. and Bagchi-Sen, S. (2010). *Triple helix and regional development: a perspective from Oxfordshire in the UK*. *Technology Analysis & Strategic Management* 22 (7), pp. 805-818.
- Lengyel, B. and Leydesdorff, L. (2011) *Regional innovation systems in Hungary: the failing synergy at the national level*. *Regional Studies*, 45(5), pp. 677-693.
- Lin, H.C., Peng, C-H. and Kao, D.T. (2008). *The Innovativeness Effect of Market Orientation and Learning Orientation on Business Performance*. *International Journal of Manpower*, 29(8), pp. 752-772.
- Link, A. and Siegel, D. (2007). *Innovation, Entrepreneurship and Technological Change*. Oxford: Oxford University Press.
- Lloréns Montes, F.J., Ruiz Moreno, A. and Miguel Molina Fernández, L. (2004). *Assessing the Organizational Climate and Contractual Relationship for Perceptions of Support for Innovation*. *International Journal of Manpower*, 25(2), pp. 167-180.
- Lumpkin, G.T. and Dess, G.G. (1996). *Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to the Performance*. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Madhavan, R. and Grover, R. (1998). *From Embedded Knowledge to Embodied Knowledge: New Product Development as Knowledge Management*. *The Journal of Marketing*, 1-12.
- March, J.G. and Simon, H.A. (1958). *Organizations*. Oxford, England, Wiley.
- Martin, R.L. & Osberg, S. (2007). *Social Entrepreneurship: The Case for Definition*. *Stanford Social Innovation Review*, 28-39.
- Meredith, G.G., Nelson, R.E. and Neck, P.A. (1982). *The practice of entrepreneurship*. International Labour Organisation.
- OECD (2010). *SMEs, Entrepreneurship and Innovation*, OECD, Paris.
- Schumpeter, J.A. (1934). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harper and Row, New York.
- Schumpeter, J.A. (1952). *Can Capitalism Survive?*. Harper & Row, New York.
- Shackle, G.L.S. (2013). *Expectation, Enterprise and Profit*. London: Routledge.
- Shane, S. and Venkataraman, S. (2000). *The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research*. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Spanos, Y.E., Zaralis, G. and S. Lioukas (2004), *Strategy and industry effects on profitability: Evidence from Greece*, *Strategic Management Journal*, 25(2), 139-165.

- Storey, D. (1994). *Understanding the Small Business Sector*. London: Routledge.
- Strategor (1993). *Strategy, structure, decision, identitie. Politique generale d' enterprise*. InterEditions. Paris.
- Terry, A.M. & Gennotte, G. (1993). *Variations in Economic Uncertainty and Risk Premiums on Capital Assets*. European Economic Review, 1021-1022.
- Thurow, L.C. (1997). *Needed: A new system of intellectual property rights*. Harvard Business Review, 75 (5): 94-103.
- Timmons, J.A. (1994). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century*. Irwin, Burr Ridge.
- Tyson LA., Petrin, T., Rogers, H. (1994). *Promoting entrepreneurship in eastern Europe*. Small Business Economics, Springer.

Διαδικτυακές πηγές

- Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις. (2009). *Εγχειρίδιο πράσινης επιχειρηματικότητας για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις*. Διαθέσιμο στον σύνδεσμο: <http://www.acsmi.gr/Portals/0/prasini.pdf> [Πρόσβαση στις 23/09/2018].
- Λιούκας, Σπ. (2010). *Οι Ελληνικές επιχειρήσεις μετά την κρίση: Προοπτικές και στρατηγικές για διεθνή ανταγωνιστικότητα*. Διαθέσιμο στο: https://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/20-5_lioukas.pdf [Πρόσβαση: 05/10/2018].
- Τεχνολογία, Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα*. Διαθέσιμο στον σύνδεσμο: https://mke.aegean.gr/files/2014/09/thematika_9F.pdf [Πρόσβαση στις 20/09/2018].
- Καινοτομία - Επιχειρηματικότητα - Επιχειρήσεις*. Διαθέσιμο στον σύνδεσμο: <http://repository.edulll.gr/900> [Πρόσβαση στις 18/09/2018].
- Καινοτομία – Επιχειρηματικότητα – Διοίκηση Επιχειρήσεων*. Διαθέσιμο στον σύνδεσμο: <http://kdvm.gr/Media/Default/Pdf%20enotites/1.1.pdf> [Πρόσβαση στις 15/09/2018].
- <http://iobe.gr/iobe.asp> [Πρόσβαση στις 2/10/2018].
- Κορρές, Γ. Μ. (2015). *Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη*. Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλίων. Διαθέσιμο στο www.kallipos.gr. [Πρόσβαση: 30/10/2018].
- Το μυστικό της επιτυχίας των ελληνικών start-ups*. Διαθέσιμο στο: <https://www.cnn.gr/oikonomia/insights/story/61489/to-mystiko-tis-epityxias-ton-ellinikon-startups> [Πρόσβαση: 14/11/2018].
- <https://rejoin.gr/blog/1113-neofiis-epixeirisi-start-up>
- What's A Startup? First Principles*. Available on <https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/> [Πρόσβαση: 14/11/2018].

Η χρησιμότητα του business plan για μια startup επιχείρηση. Διαθέσιμο στο: <https://www.e-forologia.gr/cms/viewContents.aspx?id=193571> [Πρόσβαση: 14/11/2018].

Dewey (2014) <https://plato.stanford.edu/entries/dewey-moral/>.

Αποτελέσματα έρευνας του StartUpGreece για τις ανάγκες των Startups. Διαθέσιμο στο: <https://startupper.gr/apotelesmata-ereunas-startupgreece/>.

Greek Startup Manifesto – Το ελληνικό Μανιφέστο Νεοφυών Επιχειρήσεων. Διαθέσιμο στο: <http://europedirect.eliamep.gr/greek-startup-manifesto-%CF%84%CE%BF-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CF%86%CE%AD%CF%83%CF%84%CE%BF-%CE%BD%CE%B5%CE%BF%CF%86%CF%85%CF%8E%CE%BD-%CE%B5%CF%80/> [Πρόσβαση: 12/11/2018].

Τα συμπεράσματα της έρευνας για τη Χαρτογράφηση των Αναγκών των ελληνικών υφιστάμενων και υπό σύσταση Start-up επιχειρήσεων. Διαθέσιμο στο: <https://www.ekt.gr/en/node/20751> [Πρόσβαση: 14/11/2018].

Ο Τριπλός Έλικας στο 6ο Πολυσυνέδριο Καινοτομία & Ανάπτυξη. Διαθέσιμο στο: <https://triplehelixgreece.eu/%CE%BF-%CF%84%CF%81%CE%B9%CF%80%CE%BB%CE%BF%CF%83-%CE%B5%CE%BB%CE%B9%CE%BA%CE%B1-%CF%83%CF%84%CE%BF-6%CE%BF-%CF%80%CE%BF%CE%BB%CF%85%CF%83%CE%BD%CE%B5%CE%B4%CF%81%CE%B9%CE%B-%CE%BA%CE%B1%CE%B9/> [Πρόσβαση: 15/11/2018].

Πανεπιστημιακή – Επιχειρηματική συνεργασία (ΠΕΣ). Το Οικοσύστημα του Τριπλού Έλικα. Διαθέσιμο στο: <https://www.thessinnozone.gr/triplos-elikas/> [Πρόσβαση: 15/11/2018].

Οι διεθνείς τάσεις στην επιστήμη, την τεχνολογία και την καινοτομία, στη νέα μελέτη STI Outlook 2016 του ΟΟΣΑ. Διαθέσιμο στο: <http://www.ekt.gr/el/news/20546> [Πρόσβαση: 17/11/2018].

Η Καινοτομία στις Ελληνικές Επιχειρήσεις: Δείκτες, Στόχοι, Στρατηγικές & Εμπόδια. Διαθέσιμο στο: <http://www.ekt.gr/en/node/18828> [Πρόσβαση :15/11/2018].

Η «τριπλή έλικα» και πώς θα βοηθήσει στο στοίχημα της ανάπτυξης. (05/04/2015). Διαθέσιμο στο:

<http://www.kathimerini.gr/810270/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/h-triplh-elika-kai-pws-8a-voh8hsei-sto-stoixhma-ths-anapty3hs> [Πρόσβαση: 15/11/2018].

<http://www.ict-slovenia.net/eng/about-technology-network/triple-helix>

<http://opencourses.uom.gr/assets/site/public/931/899-Eisagogi-Plioforiaka-Sistimata-09-Tarabanis.pdf>

Life Based Learning: Designing Professional Development for the Knowledge Era. Διαθέσιμο στο: https://www.vcihome.com/sites/PDF_files/PPT_knowledgeera.pdf [Πρόσβαση: 16/11/2018].

Gorey, R. M., Dobat, D. R. and Sweeney, L. B. *Managing in the Knowledge Era*. Διαθέσιμο στο: <https://thesystemsthinker.com/managing-in-the-knowledge-era/> [Πρόσβαση: 16/11/2018].

<http://hellenicstartups.gr/>

<https://isbe.org.uk/>

http://metrics.ekt.gr/sites/metrics/files/EKT_SIMS_CISstatistics_el.pdf

<https://static.eudoxus.gr/books/08/chapter-32998108.pdf>

<https://triplehelixgreece.eu/>

<https://triplehelixgreece.eu/greek-chapter/>

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

<http://metrics.ekt.gr/statistika-etak/datatables>