

ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΕΙΡΑΙΑ Τ Τ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

## ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΟΥΣ ΚΡΙΣΗΣ



ΚΟΛΙΑ ΓΡΗΓΟΡΙΑ

A.M. 14817

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΚΟΥΤΣΟΓΙΑΝΝΗ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ 2016

## Περιεχόμενα

Εισαγωγή .....	4
<b>Κεφάλαιο 1 Επιχειρηματικότητα .....</b>	<b>6</b>
1.1 Έννοια και ορισμοί επιχειρηματικότητας .....	6
1.2 Χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας .....	8
1.3 Κίνητρα που οδηγούν στην επιχειρηματικότητα .....	9
1.4 Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα .....	10
1.5 Είδη επιχειρηματικότητας .....	13
<b>Κεφάλαιο 2 Καινοτομία .....</b>	<b>16</b>
2.1 Έννοια και ορισμοί καινοτομίας .....	16
2.2 Είδη καινοτομίας .....	17
2.3 Οφέλη καινοτομίας .....	19
2.4 Παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχία μιας καινοτομίας .....	21
2.5 Εμπόδια καινοτομίας .....	21
<b>Κεφάλαιο 3 Οικονομικές Κρίσεις .....</b>	<b>23</b>
3.1 Η έννοια του όρου «οικονομική κρίση» .....	23
3.2 Χαρακτηριστικά οικονομικής κρίσης .....	23
3.3 Τα στάδια της οικονομικής κρίσης .....	24
3.4 Επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης .....	26
3.5 Η διεθνής οικονομική κρίση του 2008 .....	26
3.6 Η κρίση στην Ελλάδα .....	27
<b>Κεφάλαιο 4 Επιχειρηματικότητα και οικονομική κρίση .....</b>	<b>30</b>
4.1 Η επιχειρηματικότητα σε περίοδο οικονομικής κρίσης .....	30
4.2 Τα οφέλη της επιχειρηματικότητας σε περιόδους κρίσης .....	32
4.3 Τα εμπόδια της επιχειρηματικότητας σε περίοδο οικονομικής κρίσης .....	33
4.4 Συνθήκες ανάπτυξης επιχειρηματικότητας .....	34
4.5 Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα .....	35
4.6 Ελληνικές επιχειρήσεις και κρίση .....	37
4.7 Η αντοχή των ελληνικών επιχειρήσεων στην κρίση .....	40
<b>Κεφάλαιο 5 Εξέλιξη επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα σε κρίσιμες περιόδους .....</b>	<b>44</b>
5.1 Δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων .....	44
5.2 Επιχειρηματικότητα ανάγκης και επιχειρηματικότητα ευκαιρίας .....	47
5.3 Απαραίτητες γνώσεις, ικανότητες και εμπειρία .....	48
5.4 Φόβος αποτυχίας .....	49
5.5 Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά φύλο .....	50

Συμπεράσματα.....	52
Βιβλιογραφική Αναφορά.....	54

## Εισαγωγή

Η παρούσα πτυχιακή εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια της φοίτησης στο τμήμα Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής του ΑΤΕΙ Πειραιά. Στόχος της είναι να αναδείξει την πορεία της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα κατά την περίοδο της κρίσης και να επισημάνει προτάσεις για την ανάκαμψη του επιχειρηματικού κλάδου. Στα τρία πρώτα κεφάλαια της εργασίας γίνεται αναφορά σημαντικών εννοιών της επιχειρηματικότητας και της οικονομικής κρίσης και δίνεται έμφαση στην πορεία της επιχειρηματικότητας την συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Στο τέταρτο κεφάλαιο της εργασίας, γίνεται ανάλυση διαγραμμάτων για την εξέλιξη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα σε κρίσιμες περιόδους τα οποία είναι : ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, η επιχειρηματικότητα ανάγκης - επιχειρηματικότητα ευκαιρίας, οι ικανότητες-γνώσεις-εμπειρίες, ο φόβος αποτυχίας και η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά φύλο. Για την ανάπτυξη των παραπάνω διαγραμμάτων, έχουν χρησιμοποιηθεί γνωστοί οργανισμοί οι οποίοι δημοσιεύουν έρευνες για την επιχειρηματικότητα, όπως IOBE, GEM. Επίσης έχουν χρησιμοποιηθεί επιστημονικά βιβλία και άρθρα εφημερίδων που δίνουν χρήσιμες πληροφορίες για το συγκεκριμένο θέμα. Τα κύρια συμπεράσματα από την έρευνα αυτή είναι ότι παρά τα εμπόδια που δημιουργεί η κυβέρνηση στον επιχειρηματικό κλάδο όλο και περισσότερες νέες επιχειρήσεις δημιουργούνται και διαγράφουν μια λαμπρή πορεία, που είναι πολύ ελπιδοφόρο για την πορεία της χώρας μας. Όλα αυτά όμως, θα αναλυθούν στο κύριο κομμάτι της εργασίας.

Το πρώτο κεφάλαιο αναφέρεται στην έννοια - τα χαρακτηριστικά, τους παράγοντες που επηρεάζουν και τα είδη της επιχειρηματικότητας.

Το δεύτερο κεφάλαιο αναφέρεται στην έννοια – τα χαρακτηριστικά τους παράγοντες που επηρεάζουν και τα είδη της καινοτομίας.

Το τρίτο κεφάλαιο επικεντρώνεται στην έννοια του όρου της οικονομικής κρίσης. Αναλύονται τα χαρακτηριστικά, τα στάδια και οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης. Καθώς επίσης γίνεται αναφορά στο ξεκίνημα της οικονομικής κρίσης στην Αμερική, και τέλος πως η κρίση έφτασε στην Ελλάδα.

Το τέταρτο κεφάλαιο, αναφέρεται στην εξέλιξη της επιχειρηματικότητας κατά την περίοδο της κρίσης στην χώρα μας.

Στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο, παρουσιάζονται διαγράμματα για την ανάλυση της πορείας των βασικών δεικτών της επιχειρηματικότητας κατά τα χρόνια της κρίσης στην χώρα μας.

# Κεφάλαιο 1 Επιχειρηματικότητα

## 1.1 Έννοια και ορισμοί επιχειρηματικότητας

Επειδή η επιχειρηματικότητα συμβάλει ενεργητικά τόσο στην κοινωνία όσο και στην οικονομία με ποικίλους τρόπους, η έννοιά της είναι πολυσύνθετη και δεν μπορεί να γίνει κατανοητή με ακρίβεια, αλλά ούτε και να δοθεί ένας μόνο ορισμός. Στο πέρασμα των χρόνων πολλοί οικονομικοί επιστήμονες και ακαδημαϊκοί έχουν δώσει τον δικό τους ορισμό για την επιχειρηματικότητα. Ανάμεσά τους μεγάλα ονόματα, όπως ο Joseph Schumpeter και ο Peter Drucker, οι οποίοι συνδύασαν την επιχειρηματικότητα με την καινοτομία. Οι ίδιοι όταν ερωτήθηκαν τι είναι επιχειρηματικότητα έδωσαν από έναν δικό τους ορισμό.

Σύμφωνα με τον Schumpeter η εκμετάλλευση των ευκαιριών κέρδους από τον επιχειρηματία επιτυγχάνεται όταν δραστηριοποιείται στις εξής ενέργειες:

- Στην είσοδο στην αγορά ενός νέου ή καλύτερου ποιοτικά αγαθού.
- Στη χρησιμοποίηση μιας νέας ή βελτιωμένης μεθόδου παραγωγής μικρότερου κόστους.
- Στη δημιουργία μιας νέας αγοράς.
- Στη χρησιμοποίηση νέων βελτιωμένων μορφών οργάνωσης της

επιχείρησης με μικρότερο κόστος.

Ο Drucker (1985) ορίζει την επιχειρηματικότητα ως πράξη καινοτομίας.

Χαρακτηριστικά αναφέρει πως «δεν αποτελεί επιχειρηματικότητα η ίδρυση μιας οποιασδήποτε νέας εταιρείας η οποία θα κάνει ό, τι περίπου κάνουν και άλλες παρόμοιες εταιρείες της αγοράς». Επιχειρηματικότητα αποτελεί η ίδρυση εταιρεία η οποία εισάγει καινούριο προϊόν ή υπηρεσία το οποίο διαταράσσει την αγορά σύμφωνα με την θεώρηση του Schumpeter περί καινοτομίας στη δεκαετία του '30. (Γκαγκάτσιος, Ι. 2008)

Άλλοι ορισμοί που κατά καιρούς έχουν δοθεί για την επιχειρηματικότητα παρουσιάζονται παρακάτω:

Ο πρώτος ακαδημαϊκός που αναγνώρισε την σημασία της επιχειρηματικότητας στην παραγωγική διαδικασία ήταν ο Alfred Marshall. Το

1890, ο Alfred Marshall στο έργο του «Principles of Economics» αναγνώρισε ότι υπάρχουν τέσσερις παράγοντες στην παραγωγική διαδικασία. Οι παράγοντες αυτοί είναι : η γη, η εργασία, το κεφάλαιο και η οργάνωση. Οι τρεις πρώτοι παράγοντες (γη, εργασία, κεφάλαιο) συντονίζονται από τον τέταρτο παράγοντα, που είναι η οργάνωση. Η επιχειρηματικότητα σε αυτή την περίπτωση αποτελεί την κινητήρια δύναμη της οργάνωσης ή με άλλα λόγια, εκείνον τον παραγωγικό συντελεστή που θεμελιώνει την οικονομική σκέψη και συνδυάζει τους άλλους τρεις συντελεστές για την διαδικασία της παραγωγής. (Σουρλαντή, Α. 2012)

Με βάση το προϊόν, ο Timmons (1994) ορίζει την επιχειρηματικότητα ως τη δημιουργία πράγματος ή υπηρεσίας που έχει αξία από το πρακτικά “τίποτα”. Η «αξία» που αναφέρει ο Timmons είναι φυσικά η οικονομική αξία, η οποία καθορίζεται από την τιμή, και το «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 αγορά. (Κακούρης, Α.)

Σημαντική εξέλιξη στην κατανόηση της επιχειρηματικότητας αποτέλεσε η θεώρηση του Stevenson. Ο Stevenson (Stevenson και Gumpert 1985, Stevenson, Roberts και Grousbeck 1989) ονομάζει επιχειρηματία αυτόν που ακολουθεί μια ευκαιρία ανεξάρτητα από τους πόρους τους οποίους ελέγχει. Η παρατήρηση αυτή διαφοροποιεί τον επιχειρηματία από έναν διαχειριστή (μάντζερ) ο οποίος ακολουθεί επιχειρηματικές ευκαιρίες της αγοράς (Κακούρης, Α.)

Τέλος, η πιο σύγχρονη άποψη είναι αυτή που αναπτύχθηκε από τους McGrath και MacMillan (2000) σύμφωνα με την οποία η επιχειρηματικότητα είναι τρόπος σκέψης. Οι συγγραφείς αυτοί ονομάζουν όσους έχουν τον επιχειρηματικό τρόπο σκέψης από δω και στο εξής επιχειρηματίες οι οποίοι εντοπίζουν συνεχώς καινούριες επιχειρηματικές ευκαιρίες τις οποίες αξιοποιούν σε χρόνο που οι ίδιοι επιλέγουν. (Γκαγκάσιος, Ι. 2008)

Παρ' όλα αυτά οι ορισμοί αυτοί συγκλίνουν στην έννοια της καινοτομίας και της νέας επιχειρηματικής ιδέας, η σωστή αξιοποίηση των οποίων οδηγεί σε σημαντική ανάπτυξη και σε δημιουργία πλούτου.

## 1.2 Χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας

Οι διάφορες κατηγορίες και υποκατηγορίες της Επιχειρηματικότητας, εμπεριέχουν και ένα πλήθος χαρακτηριστικών και ιδιοτήτων. Ενδεικτικά, αναφέρουμε :

- **Έλεγχος:** όταν ο επιχειρηματίας ασκεί αποτελεσματικό έλεγχο στον τρόπο που θα χρησιμοποιηθούν οι πόροι που διαθέτει τότε μπορεί ευκολότερα να κάνει μια εκτίμηση σχετικά με την σπουδαιότητα ή μη των πόρων αυτών και αναλόγως να καταστρώσει τα απαραίτητα επιχειρηματικά σχέδια. (Ιωαννίδης, Σ. 2001)
- **Υπευθυνότητα:** οι επιχειρηματίες αναλαμβάνουν πλήρως την ευθύνη για τα θετικά ή αρνητικά αποτελέσματα που ενδέχεται να έχουν οι επιχειρηματικές τους δραστηριότητες μέσα στο περιβάλλον του οργανισμού. (Ιωαννίδης, Σ. 2001)
- **Εγρήγορση:** σύμφωνα με τον Kirzner, η εγρήγορση αποτελεί βασική προϋπόθεση για την επιτυχημένη εφαρμογή Επιχειρηματικότητας. Εγρήγορση για έναν επιχειρηματία, σημαίνει ικανότητα να ανακαλύπτει τις «κρυμμένες» ευκαιρίες σε τομείς και δραστηριότητες που φαινομενικά για τους ανταγωνιστές του μπορεί να φαντάζουν ασήμαντα. (Ιωαννίδης, Σ. 2001)
- **Οικονομική Ανάπτυξη:** περιλαμβάνει κάθε οικονομική και επιχειρηματική δραστηριότητα που αποβλέπει και συμβάλλει στην δημιουργία ενός κλίματος ευημερίας και προόδου, τόσο σε ατομικό επίπεδο (με την αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος), όσο και στο σύνολο της κοινωνίας (αύξηση του Α.Ε.Π). Η επίτευξη αυτή, ευνοεί και την βελτίωση της ποιότητας σε τομείς υψίστης κοινωνικής σημασίας, όπως είναι η υγεία, η εκπαίδευση και ο πολιτισμός. (Πετράκης Π. κ.α., 2003)
- **Αβεβαιότητα:** ο όρος αναφέρεται στα απρόβλεπτα γεγονότα που λαμβάνουν χώρα εντός του επιχειρησιακού περιβάλλοντος και που μπορεί να έχουν θετικό ή αρνητικό αντίκτυπο για την επιχείρηση και τον επιχειρηματία. Εκφράζει το αίσθημα αμφιβολίας του επιχειρηματία αναφορικά με την έκβαση των επιχειρηματικών του δράσεων. (Ιωαννίδης, Σ. 2001)



- **Καινοτομία:** σαν καινοτομία νοείται η διαδικασία κατά την οποία οι ιδέες μέσα σε μια επιχείρηση μετατρέπονται σε προϊόντα και υπηρεσίες που στόχο έχουν να βελτιώσουν τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας και να δημιουργήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων επιχειρήσεων. Αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο, πως η καινοτομία μπορεί να οδηγήσει στη βελτίωση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας αλλά αυτό δεν συνοδεύεται πάντα από την αντίστοιχη εμπορική επιτυχία. (Πετράκης Π. κ.α., 2003)
- **Ηγεσία:** είναι η ικανότητα ενός ατόμου να επηρεάζει, να στηρίζει και να κατευθύνει άλλα άτομα, ούτως ώστε αυτά να εργαστούν πρόθυμα και αποδοτικά για την επίτευξη ενός κοινού σκοπού. Υπάρχουν δύο τύποι ηγεσίας, η ανεπίσημη και η επίσημη. **Ανεπίσημη** ηγεσία ασκείται μέσα σε μια επιχείρηση από ένα άτομο, το οποίο δεν αποτελεί στέλεχος της. Αντίθετα, η **επίσημη** ηγεσία εφαρμόζεται από στελέχη της επιχείρησης. (Ιωαννίδης, Σ. 2001)

### 1.3 Κίνητρα που οδηγούν στην επιχειρηματικότητα

Οι παράγοντες που οδηγούν το άτομο στην απόφαση να γίνει επιχειρηματίας είναι οι εξής:

- Οι ψυχολογικές επιδράσεις που έχει δεχθεί το άτομο
- Τα αποτελέσματα των εμπειριών του (κυρίως από την προηγούμενη εργασία του)
- Τα προσωπικά χαρακτηριστικά του

Οι παραπάνω παράγοντες εμφανίζουν τα κίνητρα ανάληψης επιχειρηματικής δράσης τα οποία μπορούν να διαχωριστούν σε δύο υποκατηγορίες, τα θετικά και τα αρνητικά κίνητρα. Θετικά κίνητρα χαρακτηρίζονται όσα ελκύουν το άτομο στην ανάληψη επιχειρηματικής πρωτοβουλίας, ενώ αρνητικά είναι αυτά που ωθούν το άτομο να απομακρυνθεί από άλλες επιλογές και να στραφεί προς την υποαπασχόληση. Τα κίνητρα της επιχειρηματικότητας αλλάζουν ανάλογα με το φύλο, την ηλικία, τον τόπο καταγωγής του επιχειρηματία, το επίπεδο εκπαίδευσης, τον τομέα-κλάδο της επιχειρηματικής δραστηριότητας και το μέγεθος της επιχείρησης.

Παρατηρούμε λοιπόν, ότι οι παράγοντες που συμβάλουν στην ανάληψη επιχειρηματικής δράσης παρουσιάζουν κάποια κοινά θετικά και αρνητικά κίνητρα:

- **Το κέρδος**

Το κέρδος είναι ίσως το σπουδαιότερο κίνητρο. Ο επιχειρηματίας προσδοκά την απόδοση της επένδυσης που θα τον ανταμείψει ικανοποιητικά για τους κινδύνους και τις πρωτοβουλίες που αναλαμβάνει στην επιχειρηματική του δραστηριότητα.

- **Η ανεξαρτησία**

Είναι πολύ συνηθισμένες οι φράσεις «θέλω να είμαι αφεντικό του εαυτού μου» ή «δεν θέλω κανέναν πάνω από το κεφάλι μου». Η ελευθερία για ανεξάρτητη εργασία είναι ανταμοιβή και κίνητρο της επιχειρηματικότητας.

- **Η προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη**

Για αναπτυχθεί μια επιχείρηση πρέπει πρώτα να φροντίσει ο επιχειρηματίας για την προσωπική του ανάπτυξη. Να μπορεί να αντιμετωπίσει το ρίσκο, το άγχος και την αβεβαιότητα.

- **Η εναλλακτική επιλογή**

Πολλοί επιχειρηματίες ήταν στελέχη σε άλλες επιχειρήσεις στο παρελθόν. Κάποια στιγμή είτε δεν τους κάλυπτε η εργασία τους, είτε δεν είχαν προοπτικές εξέλιξης, είτε είχαν κάποιο διαφορετικό στόχο στη ζωή τους και εγκατέλειψαν την μισθωτή εργασία για να κάνουν την δική τους επιχείρηση.

Τα παραπάνω αποτελούν τα σημαντικότερα κίνητρα στο σύνολο της επιχειρηματικότητας.

## **1.4 Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα**

Η επιχειρηματικότητα αποτελεί έναν πολύπλευρο κλάδο ο οποίος επηρεάζεται από πολλά και διαφορετικά φαινόμενα: κοινωνικά, πολιτιστικά, περιβαλλοντικά, δημογραφικά και οικονομικά. Οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα έχουν αποτελέσει αντικείμενο μελέτης και

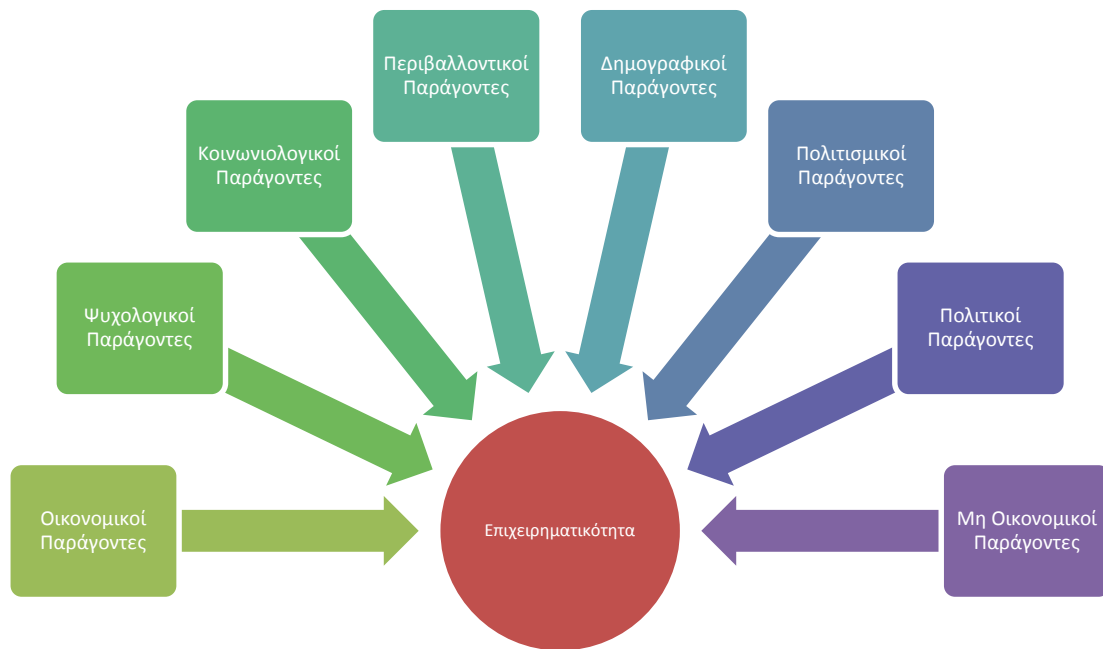
ανάλυσης από πολλούς ερευνητές, με σκοπό να προσδιοριστούν με ακρίβεια οι λόγοι που οδηγούν στην επιχειρηματική επιτυχία. Από όλες αυτές τις έρευνες έχουν προκύψει έξι παράγοντες που οδηγούν στην επιτυχημένη άσκηση της επιχειρηματικότητας. Οι παράγοντες αυτοί είναι:

- **Οικονομικοί Παράγοντες (Economic Factors):** επηρεάζουν σημαντικά την προώθηση και τη δημιουργία επιχειρήσεων και τελικά την επιχειρηματικότητα. Η οικονομική κατάσταση μιας χώρας είναι ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες καθώς επηρεάζει πολύ έντονα την επιχειρηματικότητα. Επιπλέον, πολύ βασικοί παράγοντες είναι το ποσοστό φορολόγησης, το επίπεδο ζωής (κατά κεφαλήν εισόδημα), το ποσοστό ανεργίας, τα επιτόκια δανεισμού, και ο ρυθμός του πληθωρισμού. Σε μια οικονομία με αυξημένο το κατά κεφαλήν εισόδημα η κατανάλωση και η ζήτηση σε προϊόντα και υπηρεσίες είναι πολύ μεγαλύτερη σε σχέση με μια οικονομία με χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα. (Huisman, D. 1985)
- **Ψυχολογικοί Παράγοντες (Psychological Factors):** αναφέρονται στα προσωπικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα που διαθέτει το άτομο που ασκεί την επιχειρηματικότητα, δηλαδή ο επιχειρηματίας, και τα όποια χαρακτηριστικά επηρεάζουν την εκδήλωση της επιχειρηματικότητας. (Weber, M. 1948)
- **Κοινωνιολογικοί Παράγοντες (Social Factors):** αφορούν τους τρόπους με τους οποίους οι άνθρωποι επιλέγουν να ζήσουν. Οι καταναλωτικές συνήθειες, οι προτιμήσεις, και οι επιλογές τους αντανακλούν στον τρόπο ζωής από οικονομικής άποψης. Έτσι, τόσο οι επιλογές όσο και οι συνήθειες των ανθρώπων επηρεάζουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα. (Weber, M. 1948)
- **Περιβαλλοντικοί Παράγοντες (Environmental Factors):** που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα διακρίνονται σε ενδογενείς και εξωγενείς, γίνονται αντιληπτοί σε διάφορα επίπεδα. Η διαθεσιμότητα που έχει μια επιχείρηση σε πόρους αποτυπώνεται από το περιβάλλον, ο αριθμός εισόδου νέων επιχειρήσεων σε έναν κλάδο επηρεάζεται από τον αριθμό των ήδη υφιστάμενων επιχειρήσεων σε κάθε κλάδο. Το περιβάλλον είναι αυτό που θα ορίσει και θα διαμορφώσει τον αριθμό

των επιχειρήσεων που θα εισέλθουν σε κάθε κλάδο, το μετασχηματισμό των ήδη υπάρχουσών επιχειρήσεων ή ακόμα και τη λήξη μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας. (Singh, S. 1990)

- **Δημογραφικοί Παράγοντες (Demographic Factors):** θεωρούνται σε γενικές γραμμές οι παράγοντες που σχετίζονται με την προσωπικότητα και τα χαρακτηριστικά του ατόμου, όπως είναι η ηλικία, το φύλο, η κοινωνική τάξη, το μορφωτικό επίπεδο, το επάγγελμα και η οικογενειακή κατάσταση. (Gaddam, S. 2007)
- **Πολιτισμικοί Παράγοντες (Cultural Factors):** Η επιχειρηματικότητα αφορά κατά κύριο λόγο την κουλτούρα (νοοτροπία ή παιδεία). Η κουλτούρα μπορεί να ορισθεί ως οι κοινές φιλοσοφίες, ιδεολογίες, αξίες, παραδοχές, στάσεις και κανόνες που συνδέουν μεταξύ τους τα μέλη μιας κοινότητας. (Huisman, D. 1985)
- **Πολιτικοί Παράγοντες (Political Factors)** η πολιτική σταθερότητα είναι πολύ σημαντικός παράγοντας καθώς ενισχύει και προστατεύει το όποιο επιχειρηματικό σχέδιο, ειδικά όταν αυτό προέρχεται από αλλοδαπό επενδυτή. Το σταθερό νομικό σύστημα (φορολογική & εργατική νομοθεσία) και το φορολογικό σύστημα συνδέονται άμεσα με την πολιτική σταθερότητα. (Gaddam, S. 2007)
- **Μη Οικονομικοί Παράγοντες (Non-Economic Factors):** λαμβάνοντας υπόψη μελέτες που έχουν διεξαχθεί, βλέπουμε ότι οι μη οικονομικοί παράγοντες μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην απόφαση έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας καθώς αποδεικνύεται, ότι μερικές φορές οι μεταβλητές της αγοράς, όπως οι προσδοκίες κέρδους και των φραγμών εισόδου, είναι πολύ πιο σημαντικές. (Gaddam, S. 2007)

Διάγραμμα 1 : Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα



## 1.5 Είδη επιχειρηματικότητας

Από τη στιγμή που τόσοι άνθρωποι ασχολήθηκαν με την θεωρία της επιχειρηματικότητας, υπήρξαν και οι διακρίσεις της σε κατηγορίες και υποκατηγορίες. Ωστόσο, εδώ αναφέρονται οι πιο χαρακτηριστικές και ευρύτερα διαδεδομένες στους οικονομικούς και επιχειρηματικούς κύκλους. Κατά τον Ιωαννίδη Σ. (2001) οι κυριότερες μορφές επιχειρηματικότητας είναι:

- **Εσωστρεφής Επιχειρηματικότητα** : αναφέρεται στην ικανότητα που διαθέτουν τα μέλη μιας επιχείρησης στο να διαμορφώνουν τα αποτελέσματα που προκύπτουν από την εφαρμογή της Επιχειρηματικότητας μέσα στο ίδιο το περιβάλλον του οργανισμού.
- **Εξωστρεφής Επιχειρηματικότητα** : Εξωστρεφής Επιχειρηματικότητα ασκείται, όταν μια επιχείρηση ενεργεί κατά τέτοιο τρόπο, που να αποβλέπει στην ανακάλυψη ευκαιριών - στις αγορές εισροών και εκροών - οι οποίες θα της αποφέρουν κέρδη.

Αξίζει να σημειωθεί πως τόσο η έννοια της Εσωστρεφούς Επιχειρηματικότητας όσο και της Εξωστρεφούς, είναι άρρηκτα συνδεδεμένες μεταξύ τους και η επιτυχημένη εφαρμογή της μιας προϋποθέτει την επιτυχημένη εφαρμογή της άλλης.

- **Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας:** περιλαμβάνει όλες εκείνες τις δραστηριότητες στις οποίες προβαίνει ένας επιχειρηματίας, προκειμένου να εκμεταλλευτεί μια επιχειρηματική ευκαιρία. Επιχειρήσεις που εφαρμόζουν αυτή την μορφή Επιχειρηματικότητας, έχουν τη δυνατότητα να εισάγουν καινοτομίες και να δημιουργήσουν ανταγωνιστικά προϊόντα στη διεθνή και παγκόσμια αγορά.
- **Επιχειρηματικότητα ανάγκης:** πρόκειται για ένα είδος Επιχειρηματικότητας με μη ανταγωνιστικό χαρακτήρα, αφού ο μόνος λόγος που δραστηριοποιείται ο επιχειρηματίας, είναι απλά και μόνο για να διατηρήσει τη βιωσιμότητα της επιχείρησής του, χωρίς να έχει περαιτέρω βλέψεις για διεθνή επέκτασή της.
- **Επιχειρηματικότητα Υψηλών Δυνατοτήτων :** αναφέρεται στις επιχειρηματικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται από τους επιχειρηματίες και οι οποίες δεν περιορίζονται στα στενά εθνικά πλαίσια αλλά επεκτείνονται στις διεθνείς αγορές. Είναι εύλογο κάθε χώρα να επιθυμεί την αύξηση αυτής της μορφής Επιχειρηματικότητας, καθώς με το να βελτιστοποιείται η ποιότητα του επιχειρηματικού της περιβάλλοντος, συντελείται γενικότερη ανάπτυξη.
- **Επιχειρηματικότητα Αρχικών Σταδίων :** πρόκειται για μια από τις βασικές μορφές Επιχειρηματικότητας και εφαρμόζεται από δύο κατηγορίες ατόμων : τους επίδοξους επιχειρηματίες και τους νέους επιχειρηματίες. Κοινή πρόθεση των επιχειρηματιών αυτών, είναι να προβούν δυναμικά στην ίδρυση μιας νέας επιχείρησης και να αναπτύξουν γενικότερα καινοτόμες και ανταγωνιστικές επιχειρηματικές δραστηριότητες.
- **Γυναικεία επιχειρηματικότητα :** συνδέεται με την ανάγκη να συνδυαστεί η ευελιξία του χρόνου και του χώρου σε σχέση με τις οικογενειακές υποχρεώσεις. Ο ρόλος των γυναικών επιχειρηματιών έχει αναπτυχθεί ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια και αποτελεί ένα σημαντικό τρόπο ανάπτυξης της εθνικής οικονομίας. Στην Ελλάδα

υπάρχουν πολλοί φορείς και υπηρεσίες που στηρίζουν την γυναικεία επιχειρηματικότητα.

- **Νεανική επιχειρηματικότητα** : αναφέρεται στην ενίσχυση των νέων επιχειρηματικών ιδεών από νέους ανθρώπους και την δημιουργία νέων και βιώσιμων επιχειρήσεων μέσω διαφόρων χρηματοδοτικών προγραμμάτων.
- **Πράσινη επιχειρηματικότητα** : συνδέεται με την ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων με μια φιλική μορφή προς το περιβάλλον.

Η έννοια της επιχειρηματικότητας δεν είναι στατική, οι ανάγκες και οι δομές της κοινωνίας και κατ' επέκταση της οικονομίας, μεταλλάσσονται διαρκώς, με αποτέλεσμα ολοένα και περισσότερες νέες μορφές Επιχειρηματικότητας εμφανίζονται στο προσκήνιο.

## Κεφάλαιο 2 Καινοτομία

### 2.1 Έννοια και ορισμοί καινοτομίας

Ο όρος «καινοτομία» σημαίνει «να δημιουργείς κάτι νέο». Ο όρος αυτός είναι στενά συνδεδεμένος με τα τμήματα της έρευνας & ανάπτυξης καθώς και με την επιχειρηματικότητα αφού οι πετυχημένοι επιχειρηματίες διακρίνονται για τις καινοτόμες ιδέες που εφάρμοσαν και για την αξιοποίηση των γνώσεών τους με σκοπό την κάλυψη των αναγκών της αγοράς. Ως καινοτομία μπορεί να χαρακτηριστεί οτιδήποτε καινούριο και διαφορετικό εφαρμόζεται ώστε να καλύψει κάποια ανάγκη είτε εντός των λειτουργιών της επιχείρησης είτε εντός των πλαισίων της αγοράς που δραστηριοποιείται. Για παράδειγμα καινοτομία εμφανίζεται κατά την ένταξη ενός νέου προϊόντος στην αγορά, όπως επίσης και στην διαφοροποίηση μιας διοικητικής λειτουργίας της επιχείρησης.

Όσον αφορά τους ορισμούς που κατά καιρούς έχουν δοθεί για την κατανόηση της καινοτομίας υπάρχει μεγάλο πλήθος ορισμών οι οποίοι σχετίζονται μεταξύ τους, όμως ο πληρέστερος που δίνεται είναι ο εξής:

«Η βιομηχανική καινοτομία περιλαμβάνει τις δραστηριότητες τεχνικού σχεδιασμού, παραγωγής, διοίκησης και εμπορίας που σχετίζονται με την εισαγωγή ενός νέου (ή βελτιωμένου) προϊόντος ή με την πρώτη εμπορική εφαρμογή μιας νέας (ή βελτιωμένης) διαδικασίας ή εξοπλισμού.» (Freeman, C. 1982)

Άλλοι ορισμοί που έχουν διατυπωθεί για την καινοτομία παρουσιάζονται παρακάτω:

Καινοτομία είναι το εργαλείο που έχουν στην διάθεσή τους οι επιχειρηματίες για την εκμετάλλευση της αλλαγής, η οποία αποτελεί την ευκαιρία ,μια διαφορετικής επιχειρηματικής δραστηριότητας. (Drucker, 1985)

Η Καινοτομία ορίζεται ως «η χρήση της γνώσης με σκοπό την παραγωγή και παροχή νέων προϊόντων ή υπηρεσιών που οι καταναλωτές επιθυμούν». Η Καινοτομία μπορεί να αναφέρεται σε ένα νέο προϊόν ή μια νέα υπηρεσία, στους τρόπους παραγωγής τους ή στην τεχνολογία που χρησιμοποιείται, όπως και στην διοικητική δομή ενός οργανισμού. (Tomala, & Seneccal, 2004).

Οι λόγοι συνεισφοράς της Καινοτομίας στην ανάπτυξη είναι υψίστης σημασίας, μιας και προσπαθεί να απαντήσει σε δυο καίρια ερωτήματα: 1. Ποιοι είναι οι λόγοι για τους οποίους οι οικονομίες που αναπτύσσονται σε καινοτόμες περιοχές απολαμβάνουν καλύτερες αποδόσεις σε σχέση με άλλες και 2. Ποια είναι η αιτία συγκέντρωσης της καινοτόμος παραγωγής σε



ελάχιστες περιοχές μιας χώρας, ενώ η επιστημονική και τεχνολογική γνώση είναι διεσπαρμένες

Από την μελέτη των ορισμών αντιλαμβανόμαστε πως η καινοτομία παρέχει στην επιχείρηση μεγάλο αριθμό πλεονεκτημάτων και ανάπτυξη του μεγέθους της επιχείρησης. Σαφώς ο βασικός στόχος του επιχειρηματία μέσω της καινοτομίας είναι η αύξηση των κερδών και απόκτηση μεγαλύτερου μεριδίου στην αγορά ώστε να εξασφαλισθεί η βιωσιμότητα της επιχείρησης.

## 2.2 Είδη καινοτομίας

Προκειμένου η καινοτομία να μπορεί να αποτυπωθεί σε κάθε τοπική οικονομία, ο ΟΟΣΑ (Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης) έχει ορίσει τα επόμενα τέσσερα είδη καινοτομίας (OECD 2005):

- **καινοτομία προϊόντος** : όπου ένα νέο (ή σημαντικά αναβαθμισμένο) προϊόν το οποίο είναι τεχνολογικά διαφορετικό από τα υπάρχοντα εισέρχεται στην αγορά. Η κατασκευή του προϊόντος αυτού μπορεί να στηρίζεται σε νέα γνώση ή σε νέο συνδυασμό υπαρχόντων τεχνολογιών (αντίστοιχα για υπηρεσίες).
- **καινοτομία διαδικασίας** : όπου μια νέα (ή σημαντικά αναβαθμισμένη) διαδικασία παραγωγής ή διανομής ενός προϊόντος χρησιμοποιείται εμπορικά. Τα προϊόντα αυτά είτε δεν θα μπορούσαν να παραχθούν ή να διανεμηθούν με τις προηγούμενες διαδικασίες παραγωγής, είτε η παραγωγή και η διανομή τους θα ήταν περιορισμένη (ανεπαρκής για την αγορά).
- **εμπορική καινοτομία (marketing innovation)** : όπου εφαρμόζεται μια νέα (ή σημαντικά αναβαθμισμένη) μέθοδος μάρκετινγκ από μια επιχείρηση. Η νέα αυτή μέθοδος μπορεί να αναπτυχθεί από την εταιρεία ή να υιοθετηθεί από άλλες και αφορά στο σχεδιασμό του προϊόντος, στη συσκευασία του, στην αποθήκευση και στη διανομή του, στη διαφήμισή του και στην τιμολόγησή του.
- **οργανωσιακή καινοτομία (organizational innovation)** : όπου μια επιχείρηση εφαρμόζει μια νέα (ή σημαντικά αναβαθμισμένη) μέθοδο οργάνωσης της εμπορικής της πρακτικής, της εργασίας και των

αρμοδιοτήτων στο εσωτερικό της, όπως και στις σχέσεις της με εξωτερικούς οργανισμούς ή επιχειρήσεις. Βασική προϋπόθεση είναι η νέα μέθοδος οργάνωσης να μην είναι περιστασιακή, αλλά να εντάσσεται στη στρατηγική της επιχείρησης.

Μια άλλη κατηγοριοποίηση της καινοτομίας μπορεί να γίνει ανάλογα με τη ριζοσπαστικότητα της. Έτσι, οι καινοτομίες χωρίζονται σε ριζοσπαστικές, ημι-ριζοσπαστικές και σε βελτιωτικές. Η **ριζοσπαστική καινοτομία (radical innovation)** είναι αυτή που δεν προκύπτει ως φυσική εξέλιξη της υπάρχουσας τεχνολογίας. Η ριζοσπαστική καινοτομία αλλάζει εντελώς (καταργεί) την υπάρχουσα τεχνολογία και το υπάρχον επιχειρηματικό μοντέλο, δηλαδή τον τρέχοντα τρόπο που αντλείται αξία από την αγορά. Οι Leifer et al. (2000) ορίζουν την ριζοσπαστική καινοτομία ως αυτή που έχει τη δυναμική να παράγει ένα ή περισσότερα από τα επόμενα:

- ένα εντελώς νέο σύνολο χαρακτηριστικών επίδοσης,
- βελτιώσεις κατά τουλάχιστον πέντε φορές πάνω υπαρχόντων χαρακτηριστικών επίδοσης,
- σημαντική (30% και πάνω) μείωση του κόστους.

Προφανώς, η ριζοσπαστική καινοτομία είναι αυτή στην οποία αναφέρθηκε ο Schumpeter και συνοδεύει τις μεγάλες επιστημονικές ανακαλύψεις (π.χ. ηλεκτρικός λαμπτήρας, ηλεκτρονικοί υπολογιστές). Αντίθετα, οι βελτιωτικές καινοτομίες (ή οριακές, ή σταδιακές) είναι νέοι συνδυασμοί οι οποίοι δεν αλλάζουν την υπάρχουσα τεχνολογία και το μοντέλο με το οποίο αντλείται αξία από την αγορά. Κλασικό παράδειγμα βελτιωτικής καινοτομίας είναι η αυτοκινητοβιομηχανία η οποία παρουσιάζει συνεχείς εξελίξεις των μοντέλων των αυτοκινήτων σε ετήσια σχεδόν βάση. Ανάμεσα στις δύο προηγούμενες μορφές καινοτομίας υπάρχουν οι ημι-ριζοσπαστικές καινοτομίες οι οποίες είναι νέοι συνδυασμοί που επιφέρουν αλλαγή είτε στην υπάρχουσα τεχνολογία είτε στο επιχειρηματικό μοντέλο (όχι όμως και στα δύο ταυτοχρόνως). Ένα παράδειγμα ημι-ριζοσπαστικών καινοτομιών είναι τα προϊόντα της εταιρείας Apple (i-products). (Κακούρης, Α.)

Από τα παραπάνω συμπεραίνουμε πως οποιαδήποτε καινοτομία είναι συνδεδεμένη με την αβεβαιότητα και το ρίσκο ενός νέου προϊόντος. Ο βασικός

λόγος υιοθέτησης καινοτομίας από τις επιχειρήσεις είναι η δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Η ανάγκη αυτή είναι ακόμα μεγαλύτερη για τις νέες επιχειρήσεις που επιθυμούν να εισέλθουν και να αποκτήσουν μερίδιο σε μια νέα αγορά. Συμπερασματικά η υιοθέτηση της καινοτομίας συνδέεται με την ανάληψη ρίσκου η οποία βαραίνει τον κάθε επιχειρηματία.

## 2.3 Οφέλη καινοτομίας

Οι καινοτομίες προσφέρουν σημαντικά οφέλη στις εταιρείες, αλλά επίσης παρουσιάζουν πραγματικό κόστος όσον αφορά τα χρήματα και το χρόνο. Οι ηγέτες μεγιστοποιούν τις αποδόσεις τους, επικεντρώνοντας τις προσπάθειές τους σε καινοτόμες λύσεις που σχετίζονται άμεσα με τους στρατηγικούς στόχους. Έχουν ένα ξεκάθαρο όραμα όσον αφορά στην καινοτομία, αναγνωρίζοντας τις περιοχές στις οποίες προτίθενται να επιδιώξουν την εφαρμογή νέων ιδεών και προσεγγίσεων. Στη συνέχεια, αναπτύσσεται ένα εργασιακό κλίμα και μια επιχειρησιακή κουλτούρα όπου οι εργαζόμενοι διαθέτουν την κατάλληλη ελευθερία δράσης και ενθαρρύνονται να αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες.

Η καινοτομία είναι ο τρόπος με τον οποίο μία επιχείρηση κερδίζει και διατηρεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Μία εταιρεία μπορεί να μετατοπίσει το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα, δημιουργώντας νέα ή πρωτοπόρα προϊόντα-υπηρεσίες, με την προϋπόθεση ότι θα παραμείνουν βιώσιμα στην παγκόσμια αγορά. Αυτό θα επιτευχθεί μόνο αν η εταιρεία αυτή θέσει ως κεντρικό στρατηγικό στόχο της επιχειρηματικής της δραστηριότητας την καινοτομία. Συνεπώς, ο ανταγωνισμός είναι άμεσα εξαρτώμενος από το κατά πόσο μπορεί μια εταιρεία να εφαρμόσει καινοτομικές δράσεις για να αυξάνουν συνεχώς την ανταγωνιστικότητά της. Συγκεκριμένα κατά τον Porter (2001):

- Οι νέες τεχνολογίες. Η τεχνολογική αλλαγή δημιουργεί νέες ευκαιρίες για να αναπτυχθούν ευκολότερα καινοτόμες ιδέες, όπως νέα προϊόντα, νέες δυνατότητες για τον σχεδιασμό ενός υπάρχοντος προϊόντος, νέους τρόπους μάρκετινγκ, παράδοσης και νέων βιομηχανιών.
- Οι νέες ή μετατοπιζόμενες ανάγκες αγοραστών. Η ανάπτυξη και διαφοροποίηση των αναγκών των καταναλωτών ανάλογα με την

εξελισσόμενη αγορά, κατά την πάροδο του χρόνου, οδηγεί τις επιχειρήσεις στην ανάπτυξη νέων καινοτομικών ευκαιριών.

- Η εμφάνιση ενός νέου τομέα βιομηχανίας. Προσδίδει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, αφού δίνεται η ευκαιρία για την απόκτηση νέων πελατών, νέων τρόπων μάρκετινγκ, προσέγγισης συγκεκριμένων πελατών και παραγωγής συγκεκριμένων προϊόντων.
- Η μετατόπιση προστιθέμενων δαπανών ή διαθεσιμότητας. Οι προστιθέμενες δαπάνες αποτελούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (πχ. εργασία, πρώτες ύλες, ενέργεια, μηχανήματα ).
- Οι αλλαγές στους κυβερνητικούς κανονισμούς. Οι επιχειρήσεις, οι οποίες μπορούν να προσαρμοστούν ταχύτατα σε τέτοιου είδους αλλαγές (όπως, πρότυπα προϊόντων, προστασίας περιβάλλοντος, περιορισμούς εμπορίου ), είναι σε θέση να κερδίσουν μεγάλο πλεονέκτημα σε σχέση με αυτές που έχουν δομήσει τις δραστηριότητές τους σύμφωνα με συγκεκριμένα καθεστώτα κυβερνητικών κανονισμών.

Η καινοτομία δεν είναι μόνο το τελικό προϊόν που παρουσιάζει η επιχείρηση στον καταναλωτή, αλλά διαπερνά από όλες τις φάσεις της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Δηλαδή, από το σχεδιασμό της στρατηγικής κατεύθυνσης, τη σύλληψη της ιδέας για το νέο προϊόν, μέχρι την ανάπτυξή του και την απορρόφησή του από την αγορά. Αξιοσημείωτο είναι ότι οι φάσεις ανέλιξης του νέου προϊόντος συνδέονται αποφασιστικά με τις επενδυτικές στρατηγικές, καθώς και με τη μορφή οργάνωσης των λειτουργιών της επιχείρησης. (Porter, Stern, 2001).

Η κεντρική ιδέα συνεισφοράς των συστημάτων καινοτομίας, μπορεί να συνοψιστεί ως εξής:

- Η γνώση και η καινοτομία αποτελούν σημαντικούς παράγοντες στην διαμόρφωση της ανταγωνιστικότητας και της οικονομικής ανάπτυξης.
- Η καινοτομία είναι προϊόν μιας αρκετά πολύπλοκης διαδικασίας, η οποία περιλαμβάνει την διάχυση και αξιοποίηση νέας γνώσης στην δημιουργία νέων προϊόντων. (Porter, Stern, 2001).

## 2.4 Παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχία μιας καινοτομίας

Στη επιτυχία μιας καινοτομίας συμβάλλουν, μεταξύ άλλων, και οι παρακάτω παράγοντες:

- Η ύπαρξη πλεονεκτημάτων του νέου προϊόντος σε σχέση με αυτά τα προϊόντα που προσπαθεί να αντικαταστήσει.
- Η μη σύγκρουση της καινοτομίας με τις τρέχουσες αξίες του καταναλωτικού κοινού.
- Η δυνατότητα δοκιμής του προϊόντος από τον καταναλωτή και διαπίστωση σε σχετικά εύλογο χρονικό διάστημα κατά πόσο το νέο προϊόν αποδίδει ό,τι υπόσχεται.
- Η ευκολία χρήσης που σημαίνει ότι η δυνατότητα χρήσης του συμβιβάζεται με τις γνώσεις και τις δυνατότητες των καταναλωτών στους οποίους απευθύνεται. (Καρβούνης, 1995).

## 2.5 Εμπόδια καινοτομίας

Τα εμπόδια στην καινοτομία (Neely & Hii, 1998), τα διακρίνουν σε «εσωτερικά» στην επιχείρηση και «εξωτερικά» από την επιχείρηση. Μεταξύ των εσωτερικών περιλαμβάνονται ο συντηρητισμός, η έλλειψη διορατικότητας και κινήτρων, οι ιεραρχικές δομές επικοινωνίας, οι άκαμπτες οργανωτικές δομές. Τα εξωτερικά εμπόδια περιλαμβάνουν την έλλειψη υποδομής, την έλλειψη κατάλληλης νομοθεσίας, τα μη κατάλληλα εκπαιδευτικά συστήματα και συστήματα κατάρτισης και την γενική αδιαφορία από την πλευρά της κοινωνίας.

Οι Camagni & Capello (1999) και ο OECD (2005) στο εγχειρίδιο του Όσλο αναφέρονται σε εμπόδια που σχετίζονται με:

- οικονομικούς παράγοντες,
- επιχειρησιακούς,
- την αγορά, και
- τους θεσμούς.

Ένα άλλο εμπόδιο που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις είναι αυτό της «εξάρτησης από προϋπάρχουσα πορεία», όπου μια επιχείρηση μπορεί να «εγκλωβιστεί» στην πορεία εισαγωγής καινοτομίας που επέλεξε και να είναι πρακτικά πολύ δύσκολο να απεγκλωβιστεί λόγω υψηλού κόστους ή

χρονικής καθυστέρησης. Ο «εγκλωβισμός» μπορεί να επέλθει όταν η επιχείρηση δεν αλληλεπιδρά σε μεγάλο βαθμό με το περιβάλλον της και κατά αυτό τον τρόπο οδηγείται στο να αναπτύσσει συγκεκριμένους τύπους δραστηριότητας και να εμποδίζει την ανάπτυξη άλλων. Σε ένα σύστημα που περιλαμβάνει πολλές τέτοιες επιχειρήσεις, ο «εγκλωβισμός» μπορεί να αποβεί ωφέλιμος όταν οι επιχειρήσεις δρουν προς μια αποδοτική κατεύθυνση, αλλά και μειονέκτημα όταν το σύστημα αγνοεί και δεν εκμεταλλεύεται άλλες πιθανές οδούς ανάπτυξης. Κατά συνέπεια, ένα σύστημα οφείλει να είναι όσο το δυνατό πιο ανοικτό, ώστε να αποφεύγει παρόμοιες αρνητικές συνέπειες (Fagerberg, 2005).

## Κεφάλαιο 3 Οικονομικές Κρίσεις

### 3.1 Η έννοια του όρου «οικονομική κρίση»

Οικονομική κρίση είναι το φαινόμενο κατά το οποίο μια οικονομία χαρακτηρίζεται από μια διαρκή και αισθητή μείωση της οικονομικής δραστηριότητας. Όταν λέμε οικονομική δραστηριότητα αναφερόμαστε σε όλα τα μακροοικονομικά μεγέθη της οικονομίας, όπως η απασχόληση, το εθνικό προϊόν, οι τιμές και οι επενδύσεις. Ο βασικότερος δείκτης της οικονομικής δραστηριότητας είναι οι επενδύσεις οι οποίες καθώς αυτές αυξομειώνονται, συμπαρασύρουν και όλα τα υπόλοιπα οικονομικά μεγέθη. (Κουφάρης, 2010)

Η οικονομική κρίση αποτελεί τη μια από τις δύο φάσεις των οικονομικών διακυμάνσεων και συγκεκριμένα τη φάση της καθόδου, όταν δηλαδή η οικονομική δραστηριότητα βρίσκεται σε μια συνεχή συρρίκνωση. (European Commission, 2009)

Οι οικονομικές διακυμάνσεις ορίζονται ως οι διαδοχικές αυξομειώσεις της οικονομικής δραστηριότητας μέσα σε μια οικονομία. Λέγονται αλλιώς και κυκλικές διακυμάνσεις ή οικονομικοί κύκλοι. Οι Άγγλοι αποδίδουν το φαινόμενο με τον όρο «business cycles», ακριβώς για να τονίσουν την ιδιαίτερη βαρύτητα των επενδύσεων στην εξέλιξη του οικονομικού κύκλου. Από πολύχρονες στατιστικές παρατηρήσεις διαπιστώθηκε ότι οι οικονομικοί κύκλοι διαρκούν περίπου από 7 έως 11 χρόνια. (European Commission, 2009)

### 3.2 Χαρακτηριστικά οικονομικής κρίσης

Κάθε κρίση μπορεί να προκύπτει από διαφορετικά αίτια, να επηρεάζεται από διαφορετικούς παράγοντες, να εμφανίζεται με διαφορετική μορφή και να εκδηλώνεται σε διαφορετική έκταση και ένταση, ωστόσο όλες οι κρίσεις που έχουν ξεσπάσει κατά καιρούς χαρακτηρίζονται από:

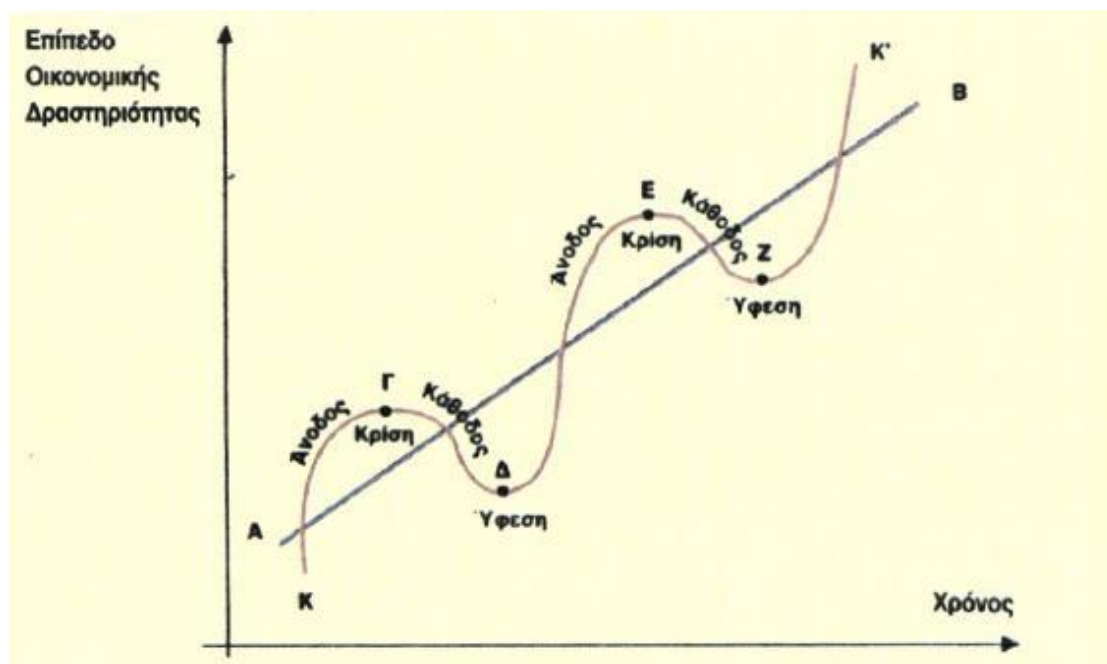
- Υψηλό αίσθημα αβεβαιότητας, κινδύνου και ανασφάλειας
- Ραγδαίες μεταβολές των συνθηκών της αγοράς
- Διαταραχές του ρυθμού και της συνήθους λειτουργίας της κοινωνίας

- Συνεχή προβολή και έντονη κριτική τόσο από τα τοπικά όσο και από τα διεθνή Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, γεγονός που μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα να πληγεί σημαντικά ή και ανεπανόρθωτα η δημόσια εικόνα της χώρας που βιώνει την οικονομική κρίση.

### 3.3 Τα στάδια της οικονομικής κρίσης

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω η κρίση αποτελεί μία από τις φάσεις του οικονομικού κύκλου. Οικονομικοί κύκλοι ή οικονομικές διακυμάνσεις λέγονται οι μεταβολές που παρουσιάζει η οικονομική δραστηριότητα δηλαδή τα διάφορα στοιχεία που συνθέτουν μια οικονομία (παραγωγή, εισόδημα, απασχόληση). Στο σχήμα που ακολουθεί μπορούμε να διακρίνουμε τις φάσεις του οικονομικού κύκλου. Υπάρχουν δύο κύριες φάσεις από τις οποίες διέρχεται η οικονομία στη διάρκεια ενός οικονομικού κύκλου: η **φάση της ανόδου ή της άνθησης** και η **φάση της καθόδου ή της ύφεσης**. Η μετάβαση από την άνοδο στην κάθοδο και αντίστροφα δε γίνεται αμέσως ή απότομα, αλλά απαιτεί χρόνο. Επίσης περνάει από τη **φάση της κρίσης** που είναι η κορυφή του κύκλου. Αντιστοίχως, η μετάβαση από την κάθοδο στην άνοδο περνάει από τη **φάση της ύφεσης**.

Διάγραμμα 2 Οι φάσεις του οικονομικού κύκλου



Πηγή: Οργανισμός εκδόσεων Διδακτικών Βιβλίων. (2012) *Αρχές Οικονομικής Θεωρίας*, Γ' τάξη Γενικού Λυκείου.

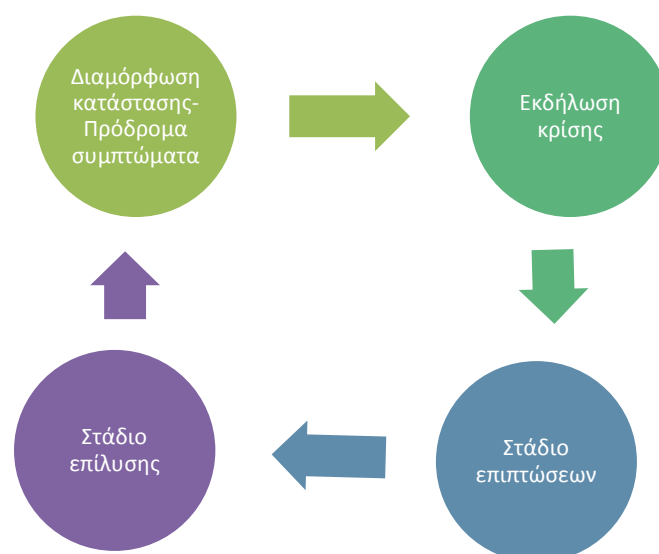


Όταν η οικονομία βρίσκεται στην κορυφή του κύκλου, δηλαδή στο τελευταίο στάδιο της ανοδικής πορείας, τότε είναι πιο ευαίσθητη και περισσότερο ευάλωτη στους διάφορους παράγοντες που μπορούν να ανακόψουν την ανοδική της πορεία. Αν αυτό συμβεί, τότε επέρχεται κρίση, η οικονομία έχει ξεπεράσει το ανώτατο σημείο και εισέρχεται στη φάση της καθόδου.

Ο συνήθης κύκλος ζωής μιας κρίσης, όπως παρουσιάζεται στο ακόλουθο σχήμα, περιλαμβάνει τα εξής στάδια:

- **Το στάδιο διαμόρφωσης της κατάστασης ή αλλιώς το στάδιο πρόδρομων συμπτωμάτων** είναι εκείνο το στάδιο κατά το οποίο εμφανίζεται ένα πλήθος συμπτωμάτων που προειδοποιούν για την επερχόμενη κρίση.
- **Το στάδιο εκδήλωσης-κορύφωσης της κρίσης** είναι το στάδιο κατά το οποίο εκδηλώνονται τα χαρακτηριστικά της οικονομικής κρίσης.
- **Το στάδιο των επιπτώσεων** είναι το στάδιο κατά το οποίο οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης είναι εμφανείς και πλήττουν την οικονομία στο σύνολό της.
- **Το στάδιο επίλυσης-ομαλοποίησης** είναι το στάδιο κατά το οποίο η οικονομία ανακτά τους κανονικούς της ρυθμούς. (Σφακιανάκης, Μ. Κ, 1998)

Διάγραμμα3: Στάδια οικονομικής κρίσης



### **3.4 Επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης**

Οι επιπτώσεις από την εμφάνιση μιας οικονομικής κρίσης μπορεί να είναι καταστροφικές τόσο για μια αναπτυσσόμενη χώρα όσο και για μια αναπτυγμένη χώρα. Γενικότερα, μια οικονομική κρίση μπορεί να προκαλέσει τα εξής:

- Προβλήματα ρευστότητας στις τράπεζες και στις επιχειρήσεις
- Δυσκολία παροχής δανείων
- Μείωση του κύκλου εργασιών και του τζίρου των επιχειρήσεων
- Μαζικές απολύσεις εργαζομένων
- Υψηλή ανεργία
- Μείωση παραγωγής
- Μείωση εθνικού εισοδήματος
- Μείωση κατανάλωσης
- Χρεοκοπία επιχειρήσεων
- Μείωση της χρηματιστηριακής δραστηριότητας πολλών οικονομικών οργανισμών
- Χαμηλά δημόσια έσοδα
- Αύξηση δημόσιου ελλείμματος
- Υψηλά επίπεδα χρέους
- Μείωση εξαγωγών

### **3.5 Η διεθνής οικονομική κρίση του 2008**

Η χρηματοπιστωτική κρίση ξεκίνησε από την αμερικανική οικονομία, την καρδιά του παγκόσμιου χρηματοπιστωτικού συστήματος. Μετά την κατάρρευση της επενδυτικής εταιρείας Lehman Brothers στις 15 Σεπτεμβρίου 2008, το παγκόσμιο χρηματοπιστωτικό σύστημα εισήλθε σε μια φάση οξείας αποσταθεροποίησης, κακής λειτουργίας των πιστωτικών αγορών, πρωτοφανούς υποτίμησης της αξίας των περιουσιακών στοιχείων, γενικευμένης αποστροφής στην ανάληψη κινδύνου και απειλής της σταθερότητας του τραπεζικού τομέα. Η κρίση πέρασε γρήγορα στην πραγματική οικονομία των Ηνωμένων Πολιτειών και του υπόλοιπου κόσμου

και επηρέασε το εμπόριο, τις επενδύσεις, την κατανάλωση, τις θέσεις εργασίας και το βιοτικό επίπεδο.

Πολλά τα αίτια της εμφάνισης και της ανάπτυξης της διεθνούς οικονομικής κρίσης αλλά ο συνδυασμός τους αποδείχθηκε καυστικός. Κάποια από τα κυριότερα αίτια ήταν τα εξής:

- Οι διεθνείς ανισοροπίες όσον αφορά το διαφορετικό βαθμό αποταμίευσης και επένδυσης
- Η φούσκα των τιμών των ακινήτων στις ΗΠΑ
- Η ραγδαία αύξηση των δανείων χαμηλής εξασφάλισης που συνέβαλαν στην αύξηση των τιμών των κατοικιών
- Οι υπέρογκες αμοιβές των στελεχών στον χρηματοπιστωτικό τομέα
- Οι ατέλειες του συστήματος εποπτείας

Η διεθνής κρίση οδήγησε σε άνοδο των επιτοκίων, σε ραγδαία άνοδο των τιμών του πετρελαίου και σε ανεξέλεγκτη άνοδο των τιμών των τροφίμων από τα μέσα του 2007 και εντάθηκε ιδιαίτερα κατά το πρώτο τρίμηνο του 2008, με αποτέλεσμα την έξαρση των πληθωριστικών πιέσεων και την επιβράδυνση του ρυθμού ανάπτυξης της παγκόσμιας οικονομίας και ειδικότερα των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των ΗΠΑ. (Χαρδούβελης Γ. κ.α., 2009)

### **3.6 Η κρίση στην Ελλάδα**

Η διεθνής χρηματοπιστωτική κρίση δεν άργησε να πλήξει και την ελληνική οικονομία. Ωστόσο, η διεθνής αυτή κρίση δεν μπορεί να αποτελέσει άλλοθι για τα προβλήματα της ελληνικής οικονομίας και μια τέτοια προσέγγιση θα ήταν σαφώς αναποτελεσματική.

Αυτό που πραγματικά συνέβη με αφορμή την διεθνή κρίση ήταν να έρθουν στην επιφάνεια οι μακρόχρονες δομικές αδυναμίες της ελληνικής οικονομίας και να φανερωθεί η υπερχρέωση του ελληνικού δημοσίου καθώς και η αδυναμία ελέγχου του διογκούμενου χρέους του. Η αξιοπιστία της Ελλάδας στις διεθνείς αγορές κλονίστηκε. Οι ιδιωτικές και δημόσιες επενδύσεις περιορίστηκαν σημαντικά. Ο υπερδανεισμός και η υπερκατανάλωση του δημοσίου τροφοδότησε και την υπερκατανάλωση του ιδιωτικού τομέα,

δημιουργώντας σημαντικά ελλείμματα στην ανταγωνιστικότητα και την παραγωγικότητα της χώρας. Το δημόσιο χρέος ως ποσοστό του ΑΕΠ μεγάλωσε σημαντικά και το κράτος πλέον για να καλύψει τις ανάγκες του για την χρηματοδότηση των κοινωνικών του δαπανών, τους μισθούς και το δημοσιονομικό έλλειμμα κατέφυγε σε επίσημους φορείς για έκτακτες δανειακές εισφορές. Έτσι η χώρα αναγκάστηκε να ζητήσει την βοήθεια του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου (ΔΝΤ), της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης για να μην οδηγηθεί σε στάση πληρωμών και υιοθέτησε ένα φιλόδοξο και αυστηρό πρόγραμμα δημοσιονομικής προσαρμογής.

Βέβαια, πέρα από την κρίση ελλείμματος και χρέους, η χώρα αντιμετωπίζει προκλήσεις ως προς την ανταγωνιστικότητά της και την προοπτική απασχόλησης του ανθρώπινου δυναμικού της. Υπολείπεται των ευρωπαϊκών της εταίρων σε κρίσιμα μεγέθη, όπως οι άμεσες ξένες επενδύσεις, η παραγωγικότητα εργασίας και ο βαθμός συμμετοχής του πληθυσμού σε εργατικό δυναμικό. Η ελληνική οικονομία αδυνατεί να προσφέρει ευκαιρίες απασχόλησης, ιδιαίτερα στους νέους και στις γυναίκες και υποφέρει από χαμηλό ποσοστό κινητικότητας του εργατικού δυναμικού, γεγονός που δυσχεραίνει την εύρεση εργασίας για τους νεοεισερχόμενους στην αγορά εργασίας. Με το πέρασμα του χρόνου, η ύφεση μετατρέπεται ραγδαία σε κρίση απασχόλησης, με το επίσημο ποσοστό ανεργίας να πλησιάζει το 26,8% τα πρώτα χρόνια της οικονομικής ύφεσης (2012). (Εφημερίδα Καθημερινή)

Πέντε είναι τα βασικά προβλήματα της ελληνικής οικονομίας κατά τον McKinsey&Company (2011) που εμποδίζουν την παραγωγικότητα και την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας:

- Η δομή της οικονομίας είναι τέτοια που αποθαρρύνει τις επενδύσεις και τη δημιουργία οικονομιών κλίμακας
- Ο ευρύτερος δημόσιος τομέας είναι μεγάλος και μη αποδοτικός
- Το νομικό και δικαστικό τμήμα είναι δύσβατο και αποθαρρύνει τις επενδύσεις
- Η δομή και οι όροι της αγοράς εργασίας περιορίζουν την ευελιξία και την κινητικότητα του εργατικού δυναμικού
- Η παραοικονομία είναι πολύ διευρυμένη.

Με την κρίση λοιπόν έγινε γνωστό πως το προϋπάρχον ελληνικό μοντέλο ανάπτυξης υπέφερε από δομικά μειονεκτήματα τα οποία η χώρα έπρεπε να αντιμετωπίσει προκειμένου να ανακάμψει η ελληνική οικονομία. Σήμερα ωστόσο είναι υποχρεωτική η υιοθέτηση δράσεων που θα οδηγήσουν τη χώρα σταδιακά από την ύφεση και τη λιτότητα, σε μια βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη.

## Κεφάλαιο 4 Επιχειρηματικότητα και οικονομική κρίση

### 4.1 Η επιχειρηματικότητα σε περίοδο οικονομικής κρίσης

Η οικονομική κρίση όπως συνηθίζεται να αποκαλείται έχει δημιουργήσει πολλά προβλήματα στις αγορές. Γενικά η επιχειρηματικότητα σαν έννοια περικλείει μέσα της πολλά εμπόδια τα οποία ο επιχειρηματίας καλείται να ξεπεράσει και πολλές φορές καταλήγει να βρίσκεται εγκλωβισμένος μέσα στην ίδια του την επιχείρησα και τελικά να οδηγείται σε πτώχευση.

Τα τελευταία χρόνια κατά τη διάρκεια της περιόδου της οικονομικής κρίσης τα εμπόδια αυτά συγκεντρώνονται περισσότερο στο κεφάλαιο, στα χρηματικά διαθέσιμα και στον τομέα των πωλήσεων, αφού το αγοραστικό κοινό αντιμετωπίζει οικονομικά προβλήματα και μειώνει τα ποσοστά κατανάλωσης στην αγορά περιορίζοντας τις συνολικές αγορές του για την κάλυψη των βασικών αναγκών.

Κατά τον Μανέττα (2015) οι τρεις μεγαλύτεροι φόβοι που καλείται να αντιμετωπίσει ο επιχειρηματικός κόσμος κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης είναι:

- Το «πάγωμα» των επενδύσεων καθώς η αγορά χαρακτηρίζεται από στασιμότητα στο μεγαλύτερο μέρος της
- Τις περισσότερες δυσκολίες στις συναλλαγές με τους ξένους, αποτέλεσμα της κακής οικονομικής κατάστασης και του ασταθούς τραπεζικού-οικονομικού-πολιτικού περιβάλλοντος καθώς οι ξένοι προμηθευτές ασκούν πίεση στην ελληνική αγορά απαιτώντας την καταβολή μεγαλύτερου μέρους προκαταβολής ή πληρωμή με μετρητά καθώς δεν δέχονται πλέον επιταγές
- Την παράλυση των υπηρεσιών του δημόσιου τομέα ο οποίος ανέκαθεν αποτελούσε πρόβλημα όμως σε καιρό κρίσης έχει μεγεθυνθεί δημιουργώντας μεγαλύτερα προβλήματα γραφειοκρατίας και πληρωμής από το δημόσιο.

Τα στελέχη και οι νόμιμοι εκπρόσωποι των επιχειρήσεων παρουσιάζονται απογοητευμένοι από την αδυναμία του ελληνικού κοινοβουλίου να αντιμετωπίσει την κατάσταση με αποτέλεσμα να μεγεθύνονται τα προβλήματα της κατανάλωσης, των εξαγωγών και της προμήθειας πρώτων υλών. Αυτά είναι γνωστά σε κάθε ενδιαφερόμενο άνθρωπο δημιουργώντας έτσι μεγαλύτερους φόβους και ανασφάλειες στους μελλοντικούς επιχειρηματίες. Ο φόβος του ανθρώπου, η μεγάλη ευθύνη, η ανάληψη ρίσκων, η ανάγκη κεφαλαίων, το αβέβαιο μέλλον και ο συνεχώς αυξανόμενος αριθμός επιχειρήσεων που αδυνατούν να ανταποκριθούν στις ανάγκες τους και οδηγούνται σε πτώχευση είναι μερικές σκέψεις που οδηγούν τον «ενδιαφερόμενο» επιχειρηματία σε παύση των επιχειρηματικών κινήσεων και επαναπρογραμματισμό των σχεδίων του.

Περισσότεροι από το 67% των Ελλήνων θέλουν να δραστηριοποιηθούν στον κλάδο των επιχειρήσεων όμως τους φοβίζει η οικονομική-πολιτική αστάθεια. Ο μεγαλύτερος φόβος εκείνων που θέλουν να απασχοληθούν με τις επιχειρήσεις είναι η απουσία χρηματοδότησης. (Μανέττας, 2015)

Παρόλα αυτά τα εμπόδια οι Έλληνες, διατηρούν θετική στάση ως προς την επιχειρηματικότητα παντός είδους, ακόμα και σε περίοδο οικονομικής κρίσης, για πολλά κίνητρα, από τα οποία τα βασικότερα είναι:

- Ανεξαρτησία από τους εργοδότες
- Αυτοεκπλήρωση
- Επιχειρηματικότητα ανάγκης (εναλλακτική λύση από την ανεργία.)
- Η περίοδος της οικονομικής κρίσης που περνάμε είναι κατάλληλη να επενδύει κανείς σε καινοτομίες που ενδεχομένως να απορροφήσουν κρίσιμους πόρους και, κυρίως, μπορεί να αυξήσουν την αβεβαιότητα για την πορεία μιας επιχείρησης. Για τις επιχειρήσεις είναι σχεδόν γενική η πεποίθηση ότι δεν υπάρχει καμία δικαιολογία να αναστείλουν τις επενδύσεις σε «δημιουργική ενέργεια» την περίοδο αυτή. Είναι η κλασική περίπτωση που η αβεβαιότητα και η «απειλή» μπορούν να μετατραπούν σε ευκαιρία για επανατοποθέτηση της επιχείρησης με ανανεωμένους όρους στο χώρο ανταγωνισμού της. Η καινοτομία συμβάλλει στο να αποφεύγονται «εκπλήξεις» στρατηγικής σημασίας.

Οι εταιρίες που καινοτομούν στη διάρκεια της κρίσης επηρεάζουν και καθορίζουν το νέο υπόδειγμα στον κλάδο τους. Η ανάληψη καινοτόμων πρωτοβουλιών από μία επιχείρηση στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης έχει σημαντικό αντίκτυπο στην πελατεία, επειδή δημιουργεί τις αναγκαίες «στιγμές αλήθειας», τις αφορμές δηλαδή δοκιμασίας και αξιολόγησης, που αναδεικνύουν τα θετικά χαρακτηριστικά που διαθέτει. (Clayton & Raynor, 2003)

#### **4.2 Τα οφέλη της επιχειρηματικότητας σε περιόδους κρίσης**

Η επιχειρηματικότητα σε περίοδο οικονομικής κρίσης μπορεί να χαρακτηρίζεται από πολλές δυσκολίες και να αντιμετωπίζεται από πολλούς με φόβο ωστόσο έχει ποικίλα οφέλη τόσο σε γενικό επίπεδο όσο και στο επίπεδο του επιχειρηματία. Η οικονομική κρίση αποτελεί πρόκληση για τους πιο επίδοξους επιχειρηματίες, ιδιαίτερα αναφερόμενη στον τρόπο χρηματοδότησης. Ωστόσο, οι νέοι έχουν στη διάθεσή τους χαρακτηριστικά τα οποία σε συνδυασμό με την καινοτομία είναι ικανά να ωφελήσουν τόσο τους ίδιους όσο και το σύνολο της χώρας τους. Ειδικότερα, ο καλύτερος τρόπος να ξεπεραστεί με επιτυχία η οικονομική κρίση είναι οι νέες επιχειρηματικές κινήσεις. Τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα ο επιχειρηματικός κόσμος έχει μάθει ποια λάθη του παρελθόντος οδήγησαν στην κρίση και οι νέοι έχουν την θέληση και τα προσόντα να τα αντιμετωπίσουν δίνοντας έτσι έναν θετικό ρυθμό ανάπτυξης τόσο στους ίδιους όσο και στη χώρα. Τα οφέλη, λοιπόν, που παρουσιάζονται εντός οικονομικής κρίσης είναι ζήτημα όλης της κοινωνίας καθώς δεν αρκεί μόνο η θέληση των νέων επιχειρηματιών. Είναι ανάγκη όλη η κοινωνία και οι κυβερνήσεις να δείξουν εμπιστοσύνη και υποστήριξη στα νέα βήματα του επιχειρηματικού κλάδου. Η κοινωνία έχει την «υποχρέωση» να καλώς ορίσει τον νέο επιχειρηματία στην αγορά και όχι να τον αντιμετωπίζει ως έναν άνθρωπο που έχει ακόμα χρήματα εντός περιόδου οικονομικής κρίσης ώστε να ιδρύει επιχείρηση. Από την άλλη πλευρά και το κράτος πρέπει μέσω των απαραίτητων μηχανισμών να στηρίζει στην επιχείρηση. Υπάρχουν πολλοί τρόποι να το κάνει αυτό όπως για παράδειγμα παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών, παροχή επιδοτήσεων στους επιχειρηματίες, διαμορφώνοντας το φορολογικό σύστημα με τέτοιο τρόπο



ώστε να μην είναι «τρομακτικό» και να εξαλείψει την γραφειοκρατία που δημιουργεί προβλήματα στους επιχειρηματίες. (Λιάγγου, Χ. 2013)

### **4.3 Τα εμπόδια της επιχειρηματικότητας σε περίοδο οικονομικής κρίσης**

Κάνοντας λόγο για την επιχειρηματικότητα σε περίοδο οικονομικής κρίσης στο μυαλό όλων έρχονται τα πολλά προβλήματα που παρουσιάζονται σε αυτή.

Είναι γεγονός πως τα προβλήματα κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης είναι πολλά. Φυσικά μέσα σε αυτά συμπεριλαμβάνονται και οι δυσκολίες που υπήρχαν ανέκαθεν στις επιχειρήσεις ανεξάρτητα της οικονομικής κατάστασης της αγοράς. Πιο συγκεκριμένα εμπόδια που παρουσιάζονται εντός οικονομικής κρίσης είναι:

- Η γραφειοκρατία, η οποία αποτελεί από τα σημαντικότερα προβλήματα καθώς έχει αυξηθεί και υπάρχουν φορές που οι δημόσιες υπηρεσίες δεν λειτουργούν σωστά ώστε να εξυπηρετηθεί ο νέος επιχειρηματίας.
- Η μηδαμινή εκμάθηση επιχειρηματικών δεξιοτήτων, παροχή που θα έπρεπε το κράτος να έχει σε ισχύ με δωρεάν πρόσβαση κάθε ανθρώπου που το επιθυμεί. Αντί αυτού υπάρχουν ελάχιστα προγράμματα κατάρτισης και συμβουλευτικού χαρακτήρα τα οποία παρέχουν τις σωστές και κατάλληλες γνώσεις στους άπειρους και δίχως υποστήριξη νέους.
- Η απουσία υποστήριξης, η οποία είναι εκ φύσεως πρόβλημα της επιχειρηματικότητας όμως κατά την διάρκεια της κρίσης αυξάνεται.
- Η χρηματοδότηση, η οποία αποτελεί εμπόδιο που καταλαμβάνει το υψηλότερο σκαλί στη βαθμίδα των εμποδίων καθώς κατά την διάρκεια της οικονομικής κρίσης οι νέοι επιχειρηματίες είναι δυσκολότερο να βρουν τα απαραίτητα κεφάλαια. Οι περισσότεροι δεν μπορούν να αυτοχρηματοδοτηθούν και καταλήγουν σε εύρεση χρηματοδότη ή δανεισμό από τράπεζα. Όμως οι χρηματοδότες είναι επιφυλακτικοί και οι τράπεζες έχουν υπερβολικές απαιτήσεις για την εξασφάλιση μηδενικού ρίσκου.

#### **4.4 Συνθήκες ανάπτυξης επιχειρηματικότητας**

Η δημιουργία συνθηκών οι οποίες δεν θα λειτουργούν αποτρεπτικά στην ανάληψη οποιασδήποτε επιχειρηματικής πρωτοβουλίας είναι καθοριστικής σημασίας για την αλλαγή του επιχειρηματικού κλίματος που επικρατεί στην χώρα μας.

Λαμβάνοντας υπόψη τον μεγάλο αριθμό μικρομεσαίων επιχειρήσεων και αυτοαπασχολούμενων στην χώρα μας, η σχεδιαζόμενη αναπτυξιακή πολιτική δεν θα πρέπει να δώσει έμφαση μόνο στις μεγάλες επενδύσεις αλλά και στη στήριξη των υφιστάμενων μικρομεσαίων επιχειρήσεων με την εξάλειψη της γραφειοκρατίας και την άρση όλων των εμποδίων που αντιμετωπίζουν καθημερινά. Η ελληνική μικρομεσαία μεταποιητική επιχείρηση πρέπει να γίνει ανταγωνιστική, να αποκτήσει ακόμα μεγαλύτερο εξαγωγικό χαρακτήρα επεκτεινόμενη σε νέες αγορές, διατηρώντας όμως την παραγωγική της λειτουργία και τη δημιουργούμενη προστιθέμενη αξία, εντός της χώρας και όχι μεταφέροντας τις δραστηριότητές της σε άλλα κράτη. Η επανεκκίνηση της οικονομίας απαιτεί επενδύσεις μεγάλες αλλά και μικρές παράλληλα. Οι μικρομεσαίες μεταποιητικές επιχειρήσεις πρέπει να στηριχτούν έτσι ώστε με την παραγωγή ποιοτικών προϊόντων, ικανών να ανταγωνιστούν τα παραγόμενα σε άλλες χώρες, να επιβιώσουν αρχικά και στη συνέχεια να αναπτυχθούν σε ένα έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Στο πλαίσιο λοιπόν της δημιουργίας των κατάλληλων συνθηκών για την ανάπτυξη της οικονομίας απαιτούνται ριζικές αλλαγές στο γενικότερο θεσμικό πλαίσιο οι οποίες θα εξασφαλίσουν ένα ελκυστικό οικονομικό περιβάλλον με κύριο στόχο την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Καθημερινά βλέπουμε πολλά παραδείγματα ειδικά νέων ανθρώπων με καινοτόμες ιδέες και όρεξη για δημιουργία που όχι μόνο δυσκολεύονται να βρουν κάποια στήριξη από τους αρμόδιους κρατικούς φορείς, αλλά αντίθετα βρίσκουν συνεχώς μόνο εμπόδια. Η έλλειψη ουσιαστικών κινήτρων για τη δημιουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων και η γραφειοκρατία η οποία δημιουργεί αρκετά προβλήματα κατά την έναρξη μια νέας επιχείρησης, είναι προβλήματα που χρειάζεται να επιλυθούν άμεσα.

Μέχρι σήμερα στην χώρα μας δεν υπήρχε ένα ουσιαστικό μεσομακροπρόθεσμο εθνικό στρατηγικό πλάνο για την ανάπτυξη. Η οικονομία έχει άμεση ανάγκη επενδύσεων, άρα πρέπει μέσα από ειδικά προγράμματα στήριξης της επιχειρηματικότητας να αξιοποιηθεί το αξιόλογο ανθρώπινο κεφάλαιο της χώρας μας, το οποίο έχοντας συμβιβαστεί με την ιδέα ότι τίποτα τελικά δεν αλλάζει, σπεύδει να αναζητήσει ευκαιρίες σε άλλες χώρες στερώντας τη χώρα μας από τις πολύτιμες υπηρεσίες του. Ενδεικτικά, τέτοια προγράμματα θα μπορούσαν να κατευθύνουν τους επιχειρηματίες σε νέες δραστηριότητες ή και σε νέες αγορές όπου θα υπάρχει ζήτηση για τα προϊόντα ή και τις υπηρεσίες τους παρέχοντας πρόσβαση σε κατάλληλα δίκτυα διανομής και επιδοτώντας νέες καινοτόμες μεθόδους παραγωγής. Το ζητούμενο είναι η ανάπτυξη, και η ανάπτυξη απαιτεί τη δημιουργία ενός ελκυστικού επιχειρηματικού κλίματος. (Κορομπλας Γ., 2011)

#### **4.5 Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα**

Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο της Επιχειρηματικότητας<sup>1</sup> (GEM) η επιχειρηματικότητα ορίζεται ως η προσπάθεια για την δημιουργία μιας νέας επιχείρησης ή η επέκταση μιας ήδη υπάρχουσας, από έναν ιδιώτη, από μια ομάδα ιδιωτών ή από άλλες ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις. Συνδέεται άμεσα με την εφαρμογή της καινοτομικής διαδικασίας και αυτό διότι, η επιχειρηματικότητα αναφέρεται στην ικανότητα των ατόμων να ανακαλύπτουν νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, στην αγορά, όπου με την σωστή υλοποίηση και ανάπτυξή τους έχουν ως στόχο την μεγιστοποίηση του αποτελέσματος συγκριτικά. (Ιωαννίδης Σ., κ.α., 2010)

Με βάση τις ετήσιες εκθέσεις του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE)<sup>2</sup> για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα (2009-2014), παρά

<sup>1</sup> Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο της Επιχειρηματικότητας (GEM : Global Entrepreneurship Monitor) αποτελεί μία κοινοπραξία από ερευνητικά ινστιτούτα και πανεπιστήμια στο πλαίσιο της οποίας συλλέγονται εμπειρικά δεδομένα από ένα ευρύ σύνολο χωρών. Το GEM δημοσιεύει παγκόσμιες, αλλά και ειδικές θεματικές εκθέσεις σχετικά με διάφορες διαστάσεις της επιχειρηματικότητας, συνεισφέροντας στην παγκόσμια συζήτηση για την προώθηση της επιχειρηματικότητας. <http://www.gemconsortium.org/>

<sup>2</sup> Το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) είναι ιδιωτικός, μη κερδοσκοπικός, κοινωφελής ερευνητικός οργανισμός. Ιδρύθηκε με σκοπό να προωθή την επιστημονική έρευνα για τα τρέχοντα και αναδυόμενα προβλήματα της ελληνικής οικονομίας και να παρέχει αντικειμενική πληροφόρηση και να διατυπώνει προτάσεις οι οποίες είναι χρήσιμες στη διαμόρφωση πολιτικής. Αποτελεί τον αποκλειστικό ελληνικό εταίρο στην ερευνητική κοινοπραξία του GEM, έχει την ευθύνη για την ομαλή και ορθή διεξαγωγή των αναγκαίων ερευνών στον ελληνικό πληθυσμό, την επεξεργασία των αποτελεσμάτων σύμφωνα με την κοινή εφαρμοσμένη μεθοδολογία και την ένταξη των τελικών στοιχείων στο διεθνές αναλυτικό πλαίσιο του GEM, έτσι ώστε να επιτυγχάνεται η συγκρισιμότητα των στοιχείων. <http://www.iobe.gr/iobe.asp>.

τις παλινδρομήσεις που εμφανίστηκαν κατά την διάρκεια των ετών και λαμβάνοντας υπόψη την έναρξη της κρίσης το 2007, η Ελλάδα βρίσκεται σε υψηλά στάδια, τόσο όσον αφορά τους επίδοξους όσο και τους νέους επιχειρηματίες. Αυτό έχει ως αντίκρισμα την ύπαρξη πολλών μικρών επιχειρήσεων και κατά συνέπεια την δημιουργία αρκετών κενών θέσεων απασχόλησης στην μικρότερη κλίμακα (0-4 θέσεις απασχόλησης ανά επιχείρηση), ενώ στις μεγαλύτερες κλίμακες (5-19 εργαζόμενοι) είναι αρκετά μικρότερη.

Σημαντικό ρόλο στην συνολική επίδραση της επιχειρηματικότητας κατέχει η καινοτομία. Η καινοτομία αναφέρεται στην δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών όπου μια επιχείρηση/οργανισμός εισάγει στην αγορά.

Περιλαμβάνει επίσης την οποιαδήποτε αλλαγή στην χρήση ή εφαρμογή ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας πέρα από τον αρχικό του σκοπό. (Γκαγκάτσιος, Ι., 2008)

Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες στην Ελλάδα αντιλαμβάνονται εντονότερα την σημασία της πρωτοπορίας ως βασική επιλογή της επιχειρηματικής επιτυχίας τα τελευταία χρόνια. Αυτό γίνεται εμφανές μέσα από την ανάδειξη νέων επιχειρηματικών ευκαιριών σε περίοδο ύφεσης, οι οποίες εισάγουν τα στοιχεία της διαφοροποίησης και της ανταγωνιστικότητας, χαρακτηριστικά της καινοτομίας, τα οποία διευκολύνουν την πορεία των προϊόντων στην αγορά.

Ένα άλλο ζήτημα το οποίο αναδεικνύεται στις μελέτες του IOBE είναι η εξωστρέφεια, η οποία αποτελεί καταλυτική επιλογή πλέον για τις ελληνικές επιχειρήσεις. Η αρκετά αισθητή πτώση της συνολικής εγχώριας ζήτησης σε συνδυασμό με την αύξηση των ευκαιριών στις αγορές του εξωτερικού, ωθεί τις ελληνικές επιχειρήσεις να επιλέγουν την εξαγωγική δραστηριότητα τηρώντας παράλληλα ή εξ' ολοκλήρου ξένο πελατολόγιο.

Τέλος μια ακόμα σημαντική μεταβλητή στην ανάπτυξη της επιτυχούς επιχειρηματικότητας είναι η τεχνολογία. Η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας εκτός του ότι αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα στην ανακάλυψη νέων επιχειρηματικών ιδεών, συνδέεται άμεσα με την ανταγωνιστικότητα αλλά και την καινοτομία. Στην Ελλάδα τα ποσοστά χρήσης νέων τεχνολογιών είναι σχετικά χαμηλά ενώ παράλληλα υπάρχει μια αυξητική τάση χρήσης της

τεχνολογίας από τους νέους και επίδοξους επιχειρηματίες. (Εκθεση IOBE 2014)

#### **4.6 Ελληνικές επιχειρήσεις και κρίση**

Η ελληνική οικονομία διέρχεται μια παρατεταμένη περίοδο βαθιάς κρίσης με κύρια χαρακτηριστικά τη συνεχή μείωση της οικονομικής δραστηριότητας και την ύφεση που παραμένει, γεγονός που έχει άμεσο αντίκτυπο στη λειτουργία και στις επιδόσεις όλων των επιχειρήσεων της χώρας. Η επιδείνωση είναι πλέον διάχυτη και σε όλο το εύρος των εμπορικών δραστηριοτήτων, με κύρια χαρακτηριστικά την πτώση στον κύκλο εργασιών, την ανατροπή στην κερδοφορία και την συρρίκνωση της κεφαλαιουχικής βάσης του εμπορίου (Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου 2011, Ναυτεμπορική).

Η κρίση σαφώς και επηρέασε τις ελληνικές επιχειρήσεις δημιουργώντας αρκετά προβλήματα. Συγκεκριμένα, η κρίση είχε άμεσο αντίκτυπο όχι μόνο στις πωλήσεις, στα κέρδη, στα αποθέματα και στις επενδύσεις παγίου κεφαλαίου αλλά και στην απασχόληση των εργαζομένων των επιχειρήσεων. Πως όμως αντιδρούν οι ελληνικές επιχειρήσεις στην σημερινή οικονομική κατάσταση; Σε αυτή την δύσκολη οικονομικά περίοδο που διανύουν οι επιχειρήσεις είναι απαραίτητη μια σωστή χάραξη στρατηγικής. Δυστυχώς όμως δεν υπάρχει κάποιο συγκεκριμένο σχέδιο, κάποια συγκεκριμένη στρατηγική ή τακτική που να μπορούν να εφαρμόσουν οι επιχειρήσεις έτσι ώστε να βγουν χωρίς απώλειες και δυνατές από την κρίση. Το περιβάλλον που διαμορφώνεται είναι ιδιαίτερα δύσκολο και απαιτεί άμεσες και αποφασιστικές δράσεις. Οι επιχειρήσεις πρέπει να έχουν πλήρη γνώση του περιβάλλοντος, να βρίσκονται διαρκώς σε ετοιμότητα να αντιλαμβάνονται και να αξιολογούν τις αλλαγές του περιβάλλοντος έτσι ώστε να μπορούν να διαχειριστούν την μεγάλη αβεβαιότητα και να είναι σε θέση να αποφύγουν τις απειλές και εκμεταλλευτούν τις όποιες ευκαιρίες που υπάρχουν στο περιβάλλον.

Οι επιχειρήσεις προκειμένου να συνεχίσουν την λειτουργία τους θα πρέπει να εξασφαλίσουν την απαιτούμενη ρευστότητα, να μειώσουν περιττές δαπάνες, να κάνουν μια πιο σωστή τιμολόγηση, να αξιοποιήσουν το ανθρώπινο

δυναμικό τους με τον καλύτερο δυνατό τρόπο αλλά και να υιοθετήσουν καινοτόμες ιδέες.

Οι επιχειρηματίες θα πρέπει επίσης να είναι σε θέση να προβλέψουν τυχόν οικονομικές δυσκολίες που σχετίζονται με τη μείωση των πωλήσεων, με προβλήματα με τους προμηθευτές, με την απώλεια σταθερών πελατών, με τη μη αποδοτική αξιοποίηση του προσωπικού τους καθώς και με την μη έγκαιρη πληρωμή των τιμολογίων.

Τα μέτρα που λαμβάνουν οι επιχειρήσεις για την αντιμετώπιση της κρίσης περιλαμβάνουν την μείωση των τιμών, τον περιορισμό του κόστους λειτουργίας η και της περιόδου λειτουργίας, την αλλαγή προμηθευτών, τη μείωση του προσωπικού, την επέκταση πωλήσεων στο εξωτερικό, την επέκταση σε άλλες δραστηριότητες και τον περιορισμό της παραγωγικής δραστηριότητας.

Συχνά γίνονται έρευνες για να βρουν τους πιθανούς τρόπους αντίδρασης των επιχειρήσεων στην κρίση ένα μεγάλο ποσοστό των επιχειρήσεων εφαρμόζει την περικοπή στο κόστος λειτουργίας, ενώ ακολουθεί ο περιορισμός των περιθωρίων κέρδους. Το κόστος λειτουργίας περιορίζεται με την περικοπή του εργατικού κόστους (πριμ, επιδόματα παραγωγικότητας στους εργαζομένους), με την προσαρμογή του χρόνου εργασίας (περιορισμός των υπερωριών) με τη μείωση του αριθμού των εργαζομένων (συμβάσεις ορισμένου χρόνου, συμβάσεις έργου), αλλά και μέσω της στασιμότητας (περιορισμός των αυξήσεων στις τακτικές αποδοχές). Παρόλα αυτά οι επιχειρήσεις επιλέγουν έναν συνδυασμό των παραπάνω δράσεων που ακόμα περιλαμβάνει την μείωση των τιμών και την μείωση της παραγωγικής δραστηριότητας.

Το μέλλον των ελληνικών επιχειρήσεων κρίνεται αβέβαιο μετά την κρίση. Η κρίση οδηγεί τις επιχειρήσεις να αναγνωρίσουν τις δυνάμεις τους και να ανακαλύψουν τα όρια τους. Οι χρόνιες αδυναμίες και τα προβλήματα έρχονται στην επιφάνεια και απαιτείται μεγάλη προσοχή. Οι επιχειρηματίες δεν πρέπει να πανικοβάλλονται αλλά να χειρίζονται αυτήν την κατάσταση με ψυχραιμία. Οι επιχειρήσεις που είναι διορατικές και καλά προετοιμασμένες μπορεί να διακρίνουν σημαντικές ευκαιρίες μέσα στην κρίση καθώς όπως κάθε νόμισμα

έχει δύο όψεις, έτσι και η κρίση μπορεί από την μία να είναι μια περίοδος δοκιμασίας αλλά και από την άλλη είναι μια μοναδική ευκαιρία ώστε να γίνουμε καλύτεροι και δυνατότεροι.

Πλέον τα καταναλωτικά πρότυπα έχουν αλλάξει, ο καταναλωτής πια είναι περισσότερο ευαίσθητος στο θέμα της τιμής χωρίς όμως να χάσει την ποιότητα των προσφερόμενων προϊόντων. Μετρά τα χρήματά του και κάνει έρευνα αγοράς πριν πραγματοποιήσει κάποια αγορά αναζητώντας έξυπνες λύσεις, και έτσι λοιπόν στρέφεται σε προϊόντα και υπηρεσίες με προσιτές τιμές και όσο το δυνατόν καλύτερη ποιότητα. Τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας έχουν γνωρίσει άνοδο ενώ τα προϊόντα των μεγάλων εταιρειών χρόνο με τον χρόνο χάνουν έδαφος την ελληνική αγορά. Οι επιχειρήσεις λοιπόν θα πρέπει να προσφέρουν προσιτές και συμφέρουσες λύσεις στους καταναλωτές προσέχοντας ταυτόχρονα και την ποιότητα των προϊόντων. Προκειμένου να αντέξουν οι επιχειρήσεις στην κρίση πρέπει να διατηρήσουν υψηλό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών τους, να είναι ευέλικτες, να προσαρμόζονται έγκαιρα, να είναι καινοτόμες και να αξιοποιούν στο έπακρο τα τεχνολογικά μέσα που έχουν στην διάθεσή τους.

Κατά την περίοδο 2009-2014 πολλές επιχειρήσεις με υψηλό ποσοστό τζίρου αλλά και αρκετά χρόνια δραστηριότητας στον χώρο της επιχειρηματικότητας δεν μπόρεσαν να ανταπεξέλθουν στις συνεχείς πιέσεις της οικονομικής ύφεσης. Εταιρείες κολοσσοί όπως η Shelman, τα Sprider Stores, η καπνοβιομηχανία Γεωργιάδης, η χαρτοβιομηχανία Θράκης (Diana), η Κατσέλης, η Alex Pak και η Fokas έβαλαν λουκέτο με καμία προδιάθεση επαναλειτουργίας στα επόμενα χρόνια. (Μανέττας, Γ. 2015)

Αντιθέτως τα χρόνια αυτά δημιουργήθηκαν κάποιες επιχειρήσεις έχοντας μια επιτυχημένη πορεία στα πρώτα χρόνια ζωής τους όπως: η εταιρία παραγωγής παγωμένου γιαουρτιού Chillbox η οποία δημιουργήθηκε το 2012 και διαγράφει μια λαμπρή πορεία με αρκετά καταστήματα στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό, η Ancient Greek Sandals μια επιχείρηση παραγωγής χειροποίητων ελληνικών σανδαλιών ιδρύθηκε το 2011 και τηρεί κυρίως ξένο πελατολόγιο του συνόλου των πελατών της μέχρι και σήμερα. Τα σανδάλια κατασκευάζονται εξ' ολοκλήρου στην Ελλάδα και διατίθενται στο αγοραστικό

κοινό μέσω του e-shop τους. Τέλος μια νέα μορφή επιχειρήσεων εμφανίστηκε η εφαρμογή Taxibeat η οποία αποτελεί μια start-up επιχείρηση δημιουργήθηκε το 2011 και προσφέρει στον πελάτη μέσω μια εφαρμογής που θα κατεβάσει στο κινητό του να βρει ταξί με το πάτημα ενός κουμπιού επιπλέον μπορεί να δει τις παροχές που προσφέρει το κάθε ταξί (π.χ. Wi-Fi), την βαθμολογία που έχει ο κάθε οδηγός μέσω μιας διαδικασίας βαθμολόγησης μετά το τέλος της διαδρομής, ακόμα και το πόσο κοντά σε εσένα βρίσκεται το ταξί. Πρόσφατα η εταιρεία πρόσθεσε και την επιλογή Taxibeat-Boxi όπου μπορείς να στείλεις οποιαδήποτε μορφή δέματος σε οποιαδήποτε διεύθυνση γρήγορα και οικονομικά. (Οι παραπάνω πληροφορίες αντλήθηκαν από την ιστοσελίδα της κάθε επιχείρησης)

#### **4.7 Η αντοχή των ελληνικών επιχειρήσεων στην κρίση**

Η διεθνής οικονομική κρίση βρήκε την ελληνική οικονομία σε μια ιδιαίτερα δύσκολη περίοδο. Τα σοβαρά διαρθρωτικά προβλήματα της παραγωγικής βάσης, τα υψηλά ελλείμματα του δημόσιου τομέα, το αρνητικό ισοζύγιο των συναλλαγών, η γραφειοκρατία του δημόσιου τομέα επιβάρυναν την θέση της ελληνικής οικονομίας στην διεθνή κρίση. Το βασικό ερώτημα που θέτουν οι περισσότερες επιχειρήσεις αυτήν την είναι πως θα πρέπει αντιδράσουν μπροστά σε αυτήν την περίοδο της βαθιάς κρίσης που η Ελλάδα αντιμετωπίζει. Η απάντηση είναι δύσκολη, καθώς δεν είναι δυνατόν ούτε να προσδιορισθεί η ένταση της κρίσης, αλλά ούτε και η διάρκειά της, ήδη σήμερα βρισκόμαστε στις αρχές του πέμπτου χρόνου και όπως όλα δείχνουν θα χρειαστούν αρκετά χρόνια για να βγούμε από αυτήν την κατάσταση. Μέσα σε ένα τέτοιο περιβάλλον οι επιχειρήσεις χρειάζονται ένα στρατηγικό σχέδιο το οποίο θα τους βοηθήσει να πάρουν στρατηγικές αποφάσεις.

Οι επιχειρήσεις μέσα σε ένα σύντομο χρονικό διάστημα βρέθηκαν αντιμέτωπες με ένα νέο αρνητικό περιβάλλον, με τα χαρακτηριστικά των αγορών να ανατρέπονται ριζικά, τις πιέσεις να μεγαλώνουν και να κυριαρχεί η αβεβαιότητα. Τα μεγαλύτερα προβλήματα που έχουν να αντιμετωπίσουν οι ελληνικές επιχειρήσεις με την κρίση είναι πολλά αλλά τα βασικότερα είναι τα εξής:



- Κυρίαρχο πρόβλημα για όλες τις κατηγορίες επιχειρήσεων είναι η μείωση της ζήτησης προϊόντων και υπηρεσιών στην εγχώρια και διεθνή αγορά.
- Σημαντικό επίσης πρόβλημα είναι η αύξηση των ακάλυπτων επιταγών. Αυτό προκαλεί πολλά προβλήματα στις επιχειρήσεις αλλά διαταράζει σοβαρά την εμπιστοσύνη επιχειρήσεων σε σχέση με τις μεταξύ τους συναλλαγές.
- Η μεγάλη αβεβαιότητα που υπάρχει εντείνει ακόμη περισσότερο την αδυναμία των επιχειρήσεων να εξυπηρετούν τα προγράμματά τους λόγω προβλημάτων πρόσβασης των επιχειρήσεων σε χρηματοδοτήσεις μέσω του χρηματοπιστωτικού συστήματος. Ήδη, σε έναν μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων έχουν περιοριστεί οι χρηματοδοτήσεις ενώ η δανειοδότηση από τις τράπεζες πλέον έχει σταματήσει μετά και την επιβολή των capital control τον Ιούλιο του 2015. (Μανέττας, Γ. 2015)

Σήμερα οι επιχειρήσεις βιώνουν μια πρωτοφανή αβεβαιότητα λόγω της έλλειψης ζήτησης, ρευστότητας και εμπιστοσύνης, κάποιος θα έλεγε πως το βασικό στοιχείο της αγοράς είναι πως η εμπιστοσύνη έχει αρχίσει να χάνεται, δεδομένου ότι τόσο οι ακάλυπτες επιταγές όσο και η ασυνέπεια των πελατών των επιχειρήσεων στις υποχρεώσεις τους, δυσκολεύουν όλο και περισσότερο το περιβάλλον και τους όρους των συναλλαγών. Η πρόσβαση σε πηγές χρηματοδότησης είναι πλέον πολύ δύσκολη αφού οι τράπεζες δεν δίνουν πλέον δάνεια καθώς οι πόροι τους έχουν μειωθεί σημαντικά, έτσι δημιουργούνται αρκετά δύσκολες συνθήκες στην αγορά αφού η ρευστότητα πλέον έχει μειωθεί αρκετά. Από την πλευρά των επιχειρήσεων υπάρχει απαισιοδοξία αφού όλη αυτή η κατάσταση φαίνεται πως δεν έχει τέλος και κανείς δεν μπορεί να προβλέψει τι θα συμβεί το επόμενο διάστημα καθώς όλα δείχνουν πως τα χειρότερα δεν έχουν έρθει ακόμη. Όμως, αυτό που έχει σημασία είναι να γίνει κατανοητό πως επιβάλλεται να βρεθούν λύσεις, που θα αποτρέπουν την κατάρρευση των επιχειρήσεων και την μείωση των αποδοχών του εισοδήματος των εργαζομένων, και θα έχουν ως στόχο την επιβίωση των επιχειρήσεων. Η αντοχή των ελληνικών επιχειρήσεων στην κρίση εξαρτάται επίσης από την ικανότητά τους να χτίσουν και να

διατηρήσουν συγκριτικό πλεονέκτημα σε χαμηλότερα επίπεδα κόστους. Να προσφέρουν προϊόντα σε πιο προσιτές τιμές. Εξαρτάται ακόμα από το πώς θα προσαρμοστούν, την ευελιξία και ευκινησία που θα δείξουν. Πως θα αξιοποιήσουν τεχνολογίες, θα εισάγουν καινοτομίες και θα διατάξουν τους πόρους τους. Σίγουρα πολλές δεν θα τα καταφέρουν, αρκετές όμως θα αρθούν στο ύψος των περιστάσεων. Είναι δύσκολο να προβλέψει κανείς ποιες επιχειρήσεις και ποιοι τομείς τους θα επιβιώσουν ή θα βγουν αλώβητοι μετά την κρίση. Σημαντικό ρόλο θα διαδραματίσουν η πείρα και η ικανότητα των διοικήσεων τους να αντιληφθούν την κρίση και να δράσουν αποτελεσματικά πριν να είναι πολύ αργά για τις ίδιες τις επιχειρήσεις. (Λιούκας, Σ. 2010)

Φυσικά αν κάποιες καταστάσεις διορθωθούν, πολλές επιχειρήσεις θα είναι ικανές να αντιμετωπίσουν με αξιοπρέπεια την κρίση και θα καταφέρουν να αντέξουν με τις άσχημες οικονομικές συνθήκες οι οποίες επικρατούν για την ώρα στην Ελλάδα. Πάντως οι ελληνικές επιχειρήσεις έχουν δείξει σημαντική αντοχή στην κρίση. Θετικός παράγοντας αποδεικνύεται η οικογενειακή τους μορφή και η ισχυρή τους κουλτούρα.

## Κεφάλαιο 5 Εξέλιξη επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα σε κρίσιμες περιόδους

### 5.1 Δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων

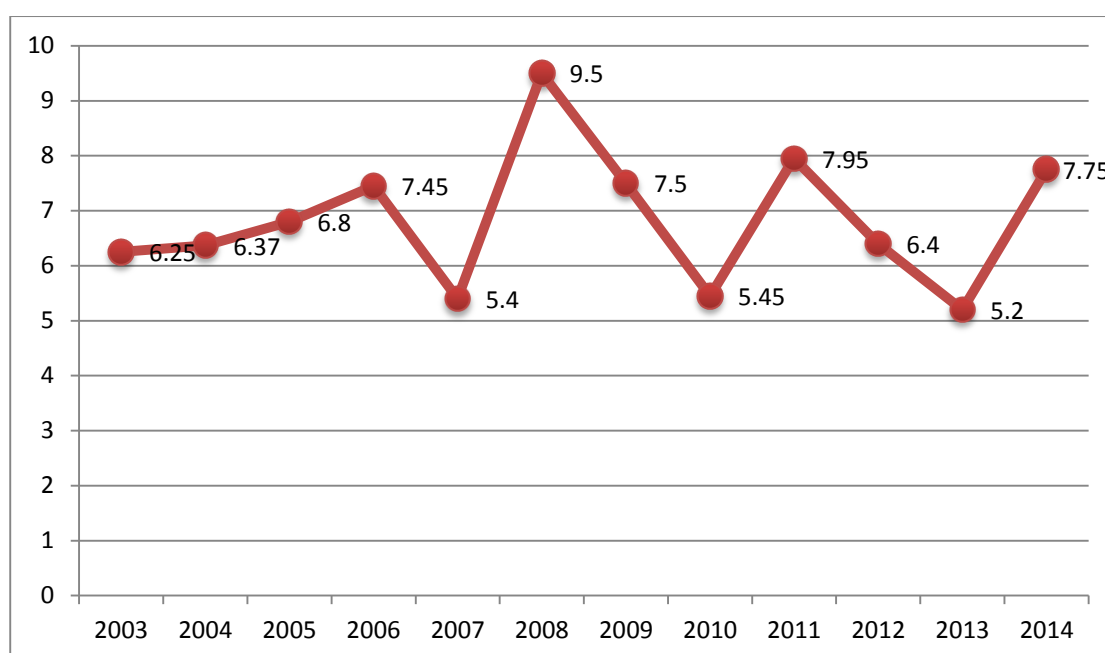
Ο πρώτος δείκτης που θα αναλύσουμε αφορά την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ο οποίος αναφέρεται στο ποσοστό του πληθυσμού που ενδιαφέρεται για την εκκίνηση νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

Από το **Διάγραμμα 5.1** βλέπουμε πως από τα πρώτα χρόνια συμμετοχής της Ελλάδας στο ερευνητικό πρόγραμμα ο συγκεκριμένος δείκτης είχε μια σταθερή ανοδική πορεία μέχρι και το 2006. Αυτή η συνεχής αύξηση του δείκτη μας επιβεβαιώνει το γεγονός ότι η ελληνική οικονομία βασίζεται στην ίδρυση και την βιωσιμότητα των μικρών επιχειρήσεων.

Στο **Διάγραμμα 5.2** παρατηρούμε πως η ίδρυση μιας επιχείρησης για τους Έλληνες αποτελεί μια από τις πρώτες επιλογές σταδιοδρομίας όλα αυτά τα χρόνια. Παρόλα αυτά τα σημάδια για ενδεχόμενη ύφεση έχουν αρχίσει να φαίνονται έτσι ένα χρόνο μετά το 2007 το ποσοστό του δείκτη μειώνεται σημαντικά. Οι άνθρωποι διστάζουν στην ιδέα έναρξης μιας επιχείρησης επειδή φοβούνται την εξέλιξη των οικονομικών γεγονότων του επόμενου έτους. Το 2008, έτος έναρξης της οικονομικής κρίσης, ο δείκτης φτάνει σε ποσοστό 9,5%, το υψηλότερο που έχει καταγραφεί για την Ελλάδα στα χρόνια συμμετοχής της στον GEM. Μια τέτοια άνοδο του δείκτη ήταν αναμενόμενη, γιατί όπως αναφέραμε και παραπάνω σε μια χώρα που βασίζεται στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων η πρώτη επιλογή στην ανάγκη του πληθυσμού για την επιβίωση ήταν η στροφή προς την επιχειρηματικότητα. Τα επόμενα δύο χρόνια τα πράγματα χειροτερεύουν καθώς πολλές από τις επιχειρήσεις βάζουν λουκέτο στην αδυναμία τους να επιβιώσουν. Το 2009 ο δείκτης πέφτει στο 7,5% και το 2010 φτάνει το 5,45%. Οι δυσμενείς οικονομικές συνθήκες η αβεβαιότητα για το μέλλον αλλά και ο φόβος των Ελλήνων τους αποτρέπει για δυο συνεχόμενες χρονιές από την ίδρυση μιας επιχείρησης. Μετά από δύο χρόνια σχετικής αδράνειας του πληθυσμού στον τομέα της επιχειρηματικότητας το 2011 βλέπουμε μια γενική εικόνα αντίδρασης του ενάντια στην οικονομική κρίση, έτσι ο δείκτης αυξάνεται

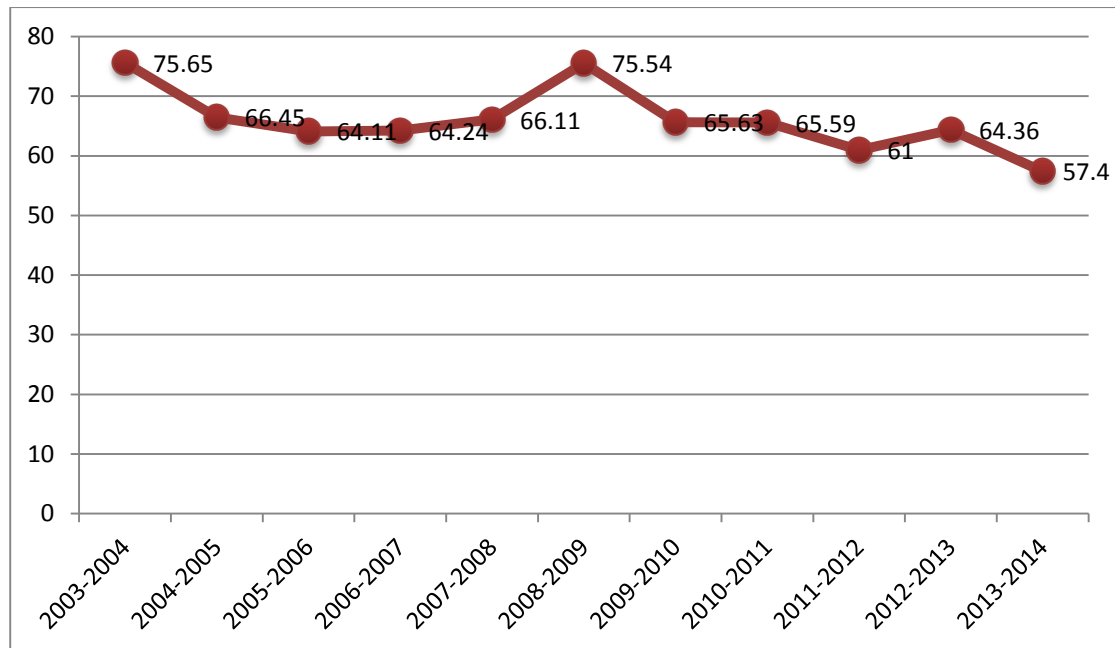
απότομα σε ποσοστό 7,95% και οι έλληνες ελπίζουν σε μια θετική εξέλιξη της οικονομίας αλλά και του επιπέδου διαβίωσης. Τα επόμενα δύο χρόνια η κρίση συρρικνώνει τις επιχειρηματικές πρωτοβουλίες που θεωρούνται βιώσιμες και το ποσοστό του δείκτη μειώνεται, το 2012 σε ποσοστό 6,4% και το 2013 σε ποσοστό 5,2%. Τέλος οι προβλέψεις για το επόμενο έτος είναι ενθαρρυντικές καθώς ο δείκτης τείνει να δείχνει αυξητική τάση με προβλεπόμενο ποσοστό 7,75%.

**Διάγραμμα 5.1 Εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως ποσοστό πληθυσμού**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM (2015)

**Διάγραμμα 5.2 Επιχειρηματικότητα: καλή επιλογή σταδιοδρομίας (% πληθυσμού)**

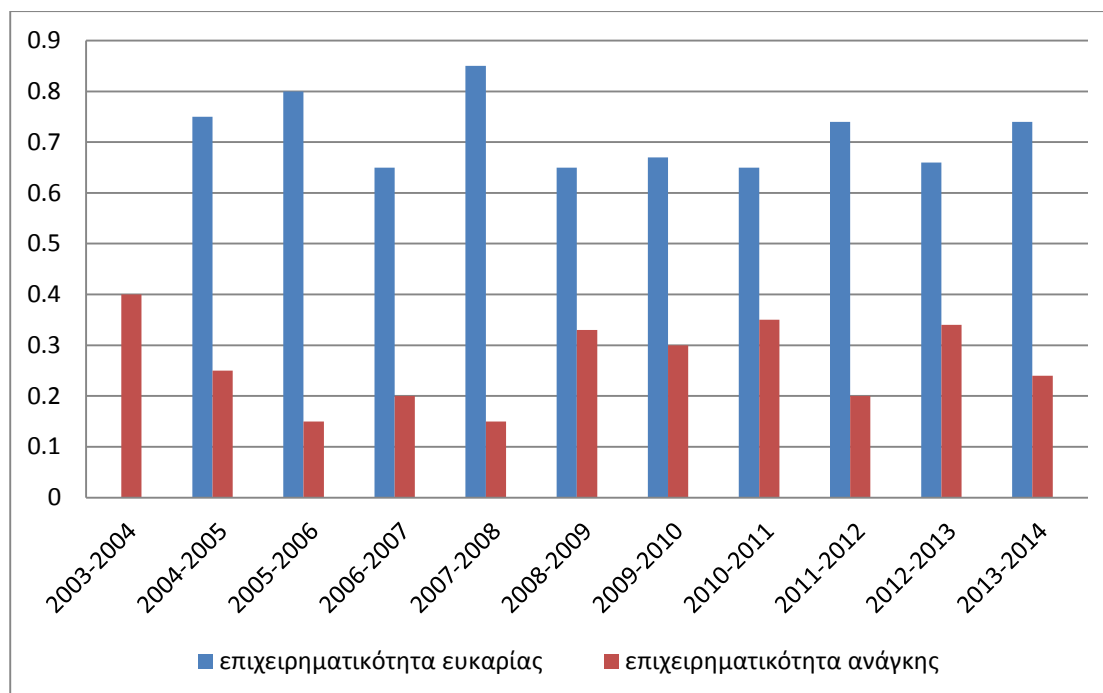


Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM (2015)

## 5.2 Επιχειρηματικότητα ανάγκης και επιχειρηματικότητα ευκαιρίας

Σημαντικό ενδιαφέρον προκαλεί η εξέλιξη των δεικτών που αφορούν την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και την επιχειρηματικότητα ανάγκης και την επιχειρηματικότητα ανάγκης αρχικών σταδίων. Με μια γρήγορη ματιά στο **Διάγραμμα 5.3** είναι εμφανές πως η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας υπερτερεί της επιχειρηματικότητας ανάγκης στην Ελλάδα στα χρόνια συμμετοχής της χώρας στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Αυτό δείχνει πως οι Έλληνες παρόλο τις δύσκολες συνθήκες που προκαλεί η οικονομική κρίση στην χώρα αλλά και πολύ καιρό πριν αυτής, μπορούν να διακρίνουν επιχειρηματικές ευκαιρίες στην αγορά. Σημαντική παρατήρηση αποτελεί το έτος 2007 (ένα χρόνο πριν την οικονομική κρίση), όπου όπως είδαμε παραπάνω ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ήταν αρκετά χαμηλός (5,4%), παραπάνω από το 80% των επιχειρηματιών δήλωναν πως ξεκίνησαν την επιχείρησή τους λόγω αντίληψης μιας ευκαιρίας ενώ αυτοί που δήλωναν λόγο ανάγκης ίσα ίσα ξεπερνούν το 10%. Αυτό δείχνει πως σε ένα έτος όπου η ψυχολογία των Ελλήνων ήταν πολύ μπερδεμένη και χαρακτηρίζονταν από απαισιοδοξία, δεν τους εμπόδισε να ανακαλύψουν την δική τους ιδέα. Αναλυτικότερα, αυτή είναι και η γενικότερη εικόνα που λαμβάνουμε για τους Έλληνες μέσα από αυτό το διάγραμμα, ένας λαός που χαρακτηρίζεται από εξυπνάδα και ευστροφία όσον αφορά την αντίληψη μιας επιχειρηματικής ιδέας ακόμα και σε δύσκολες συνθήκες, στοιχείο αρκετά θετικό για την εξέλιξη της οικονομίας της χώρας στα έτη που ακολουθούν.

**Διάγραμμα 5.3** Εξέλιξη κατανομής σε επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM (2015)

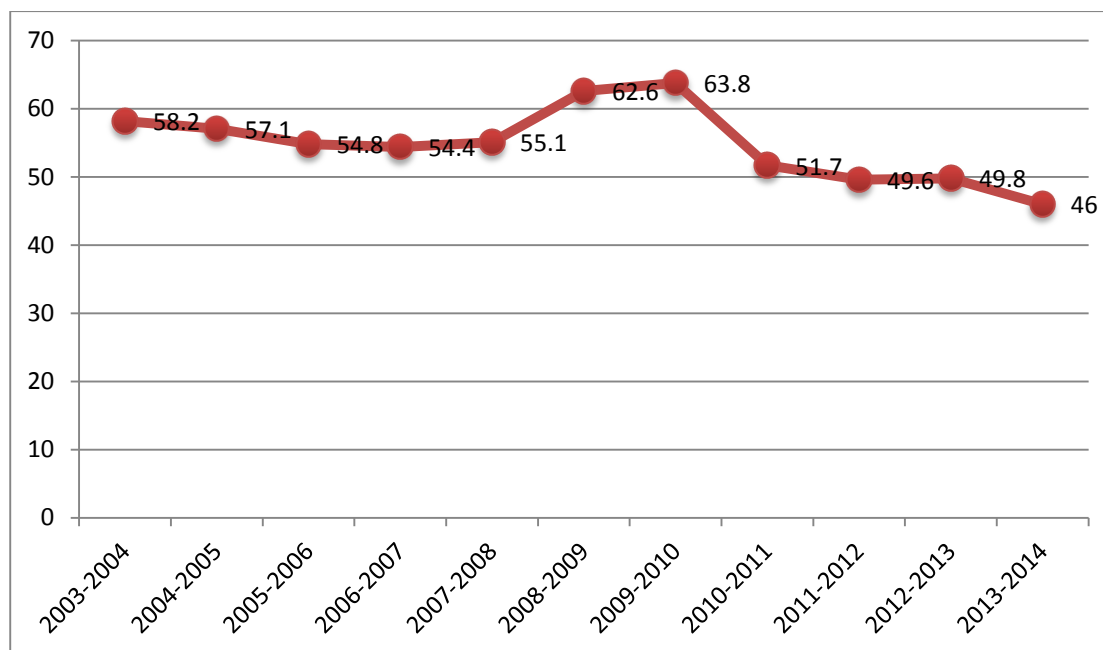
### 5.3 Απαραίτητες γνώσεις, ικανότητες και εμπειρία

Οι Έλληνες χαρακτηρίζονται από την μεγάλη τους απαισιοδοξία και την αυτοπεποίθησή τους. Μέσα στους δείκτες επιχειρηματικότητα που ερευνά το GEM είναι και αυτός που αφορά το εάν ο ερωτώμενος κατέχει τα απαραίτητα εφόδια, γνώσεις, ικανότητες, εμπειρίες για να συνεχίσει όχι μόνο προς την ίδρυση μιας επιχείρησης αλλά και στην ανάπτυξη και εξέλιξή της στο πέρασμα των χρόνων με αποτέλεσμα την κερδοφορία. Αυτός ο δείκτης δεν μπορούμε να πούμε πως είναι και πολύ αξιόπιστος σε σχέση με τα αποτελέσματά του, ούτε αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν αυτοτελώς για τον προσδιορισμό κάποιου συμπεράσματος, γιατί πολύ απλά αποτελούν προσωπική άποψη κάθε ερωτώμενου. Παρόλα αυτά όπως βλέπουμε και στο **Διάγραμμα 5.4** παρακάτω τα ποσοστά αυτού του δείκτη για τους Έλληνες είναι πολύ υψηλά καθώς επίσης είναι και τα υψηλότερα ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας που συμμετέχουν στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Τα υψηλά αυτά ποσοστά μπορούν κατά ένα μέρος να δικαιολογηθούν αφού οι έρευνες δείχνουν, όπως έχει αναφερθεί και μέσα από τα προηγούμενα κεφάλαια, πως το μορφωτικό



επίπεδο των Ελλήνων είναι αρκετά υψηλό και συνεχώς αυξάνεται με το πέρασμα των χρόνων.

#### Διάγραμμα 5.4 Γνώσεις, ικανότητες και εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας (% πληθυσμού)



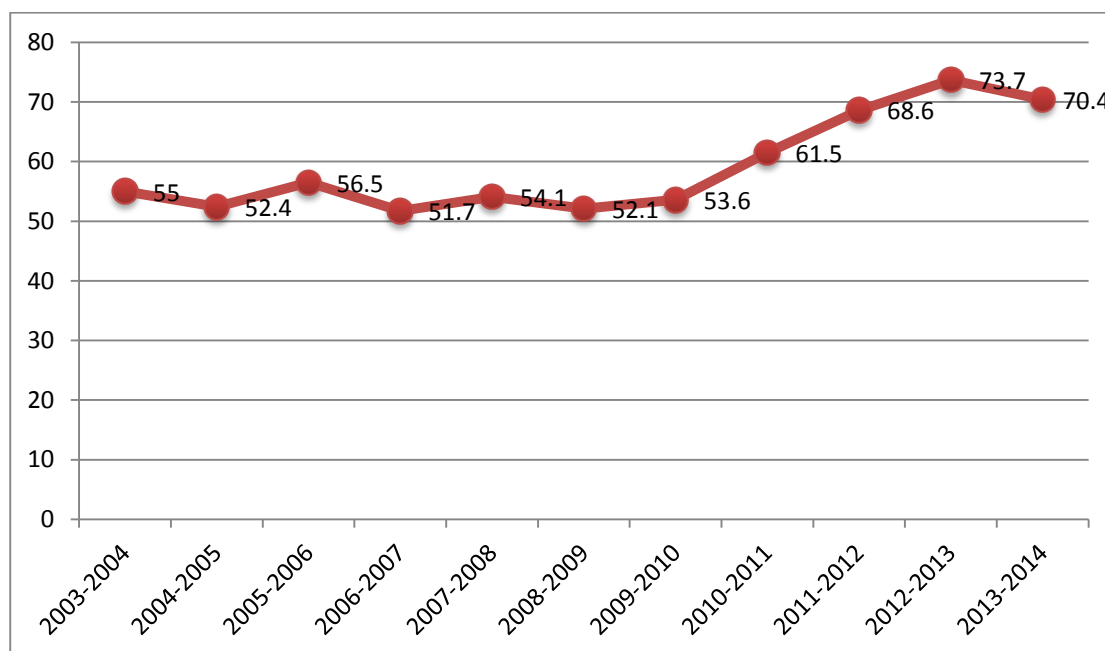
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM (2015)

### 5.4 Φόβος αποτυχίας

Ο επόμενος δείκτης είναι αυτός που αφορά τον φόβο των ενδιαφερόμενων επιχειρηματιών αρχικών σταδίων για πιθανή αποτυχία της επιχειρηματικής τους ιδέας. Παρόλη την μεγάλη αυτοπεποίθηση που έχουν οι Έλληνες ο φόβος για αποτυχία είναι επίσης υψηλός (**Διάγραμμα 5.5**). Πιο συγκεκριμένα, τα ποσοστά φόβου των Ελλήνων είναι πολύ μεγάλα ενώ θα έπρεπε να κυμαίνονταν σε χαμηλότερη κλίμακα σύμφωνα με τα υψηλά επίπεδα αυτοπεποίθησής τους. Αυτό το φαινόμενο αντικατοπτρίζει μια οικονομία που πλήττεται από την ύφεση, μια κοινωνία γεμάτη αβεβαιότητα για το μέλλον με τον φόβο να αποτελεί ένα σημαντικό αποτρεπτικό παράγοντα για να ξεκινήσει κάποιος ένα επιχειρηματικό εγχείρημα. Από την άλλη βέβαια το γεγονός ότι αυτά τα δύο ποσοστά βρίσκονται σε αντίκρισμα όλα αυτά τα χρόνια μπορεί να σημαίνει μόνο ένα πράγμα, το ότι υπάρχει το ενδεχόμενο να είναι ανεξάρτητο της κρίσης και μάλλον αποτελεί ένα σταθερό πολιτισμικό χαρακτηριστικό της

χώρας. Το 2012 το ποσοστό του φόβου αποτυχίας είναι το υψηλότερο που έχει σημειωθεί στα χρόνια της συμμετοχής της Ελλάδας στο GEM με ποσοστό 73,7%.

**Διάγραμμα 5.5 Φόβος αποτυχίας (% πληθυσμού)**



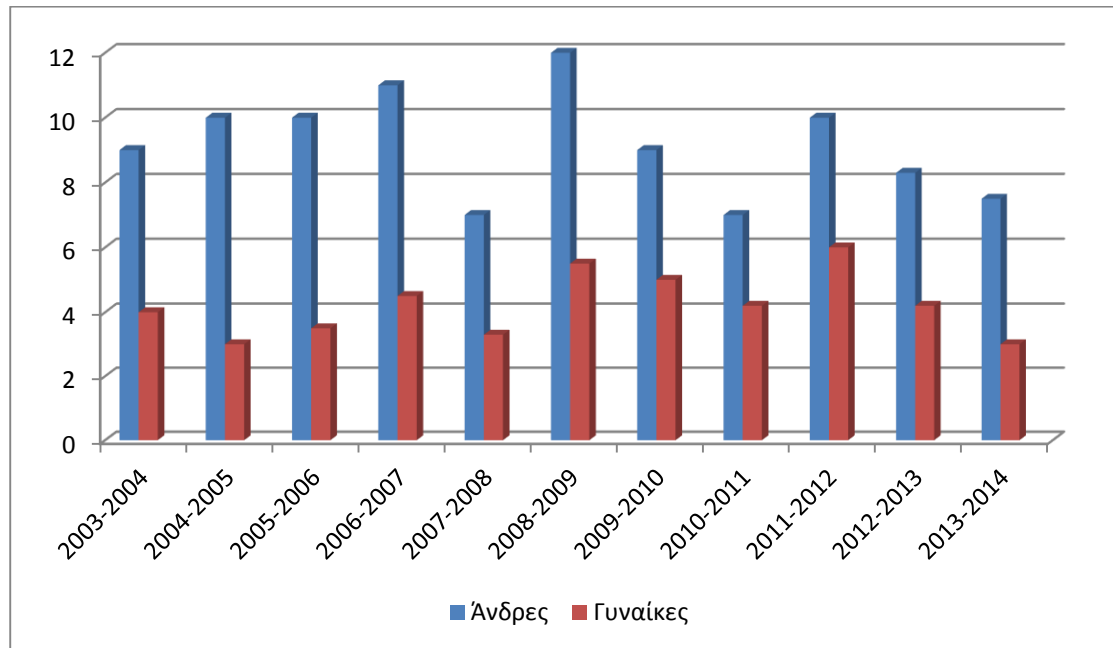
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM (2015)

## 5.5 Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά φύλο

Η επιχειρηματικότητα έχει συνδεθεί κοινωνικά με τον ανδρικό πληθυσμό κυρίως (**Διάγραμμα 5.6**). Παρ' ολ' αυτά με την ανεξαρτητοποίηση του γυναικείου φύλλου και με την ανάληψη των ανάλογων δικαιωμάτων, η γυναικεία επιχειρηματικότητα άρχισε να εισέρχεται στον επιχειρηματικό στίβο από πολύ νωρίς. Βέβαια τα σκήπτρα του κλάδου τα κρατούν ακόμη οι άνδρες αλλά είναι πολύ σημαντικό να αναφερθεί πως η διαφορά αυτή φαίνεται πως αρχίζει να μειώνεται. Λόγω των αυξημένων οικογενειακών υποχρεώσεων των γυναικών το γεγονός ότι κάποια στιγμή τα ποσοστά αυτά βρίσκονται σε αντίθετη όψη φαντάζει αδιανόητο. Το 2010 όμως οι γυναίκες μείωσαν αυτή την διαφορά περίπου στο 2% με σχετική διατήρηση του ποσοστού αυτού και δύο χρόνια μετά γεγονός που δηλώνει την ενεργή συμμετοχή των Ελληνίδων. Ενδιαφέρον προκαλεί το γεγονός ότι οι γυναίκες ξεκινούν μια επιχειρηματική ιδέα κατά μεγαλύτερο ποσοστό λόγω ανάγκης και όχι λόγω ευκαιρίας. Σε

αντίθεση οι άντρες δείχνουν περισσότερο ευρηματικοί. Ίσως αυτό να οφείλεται στα υψηλά επίπεδα ανεργίας που συγκεντρώνονται στα μεγαλύτερα ηλικιακά κλιμάκια και τον λόγο του ότι οι γυναίκες δραστηριοποιούνται σε μεγαλύτερη ηλικία λόγω των αυξημένων οικογενειακών υποχρεώσεων.

**Διάγραμμα 5.6 Διαχρονική εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά φύλο**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM (2015)

## Συμπεράσματα

Συμπερασματικά, η πενταετία 2009-2014 αποτελεί μια πολύ σημαντική περίοδο στην εξέλιξη της επιχειρηματικότητας στη χώρα μας, καθώς αποτελεί μια περίοδο που η οικονομική κρίση πλήττει την χώρα μας αισθητά. Η ανάγκη για επιβίωση οδηγεί τους Έλληνες στην ίδρυση νέων και καινοτόμων επιχειρήσεων. Βέβαια αρκετές μικρές επιχειρήσεις αλλά και μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων έβαλαν λουκέτο, συγχρόνως όμως ιδρύθηκαν και νέες επιχειρήσεις οι οποίες έχουν μια ικανοποιητική πορεία και το μέλλον τους προμηνύεται λαμπρό.

Από μελέτες για την επιχειρηματικότητα συμπεραίνουμε πως κατά την διάρκεια περιόδου βαθιάς ύφεσης που επικρατεί στην χώρα μας έχουν γίνει αρκετές επιχειρηματικές προσπάθειες κάποιες έχουν αποτύχει ενώ κάποιες άλλες έχουν στεφθεί με απόλυτη επιτυχία. Επίσης τα ποσοστά της γυναικείας και της νεανικής επιχειρηματικότητας έχουν αυξηθεί αρκετά, τα αυξημένα ποσοστά ανεργίας που επικρατούν σ' αυτές τις ομάδες του πληθυσμού δικαιολογούν απόλυτα την αύξηση αυτή. Άλλωστε στην Ελλάδα η ίδρυση μιας επιχείρησης αποτελεί μια από τις πρώτες επιλογές σταδιοδρομίας παρόλο που η ενημέρωση είναι σχεδόν ανύπαρκτη. Επίσης η γυναικεία επιχειρηματικότητα κερδίζει έδαφος σιγά σιγά και εισέρχεται στον χώρο δυναμικά.

Παρόλα αυτά, η κρίση δεν επηρέασε μόνο αρνητικά τον ελληνικό πληθυσμό, καθώς το μορφωτικό επίπεδο των Ελλήνων βελτιώθηκε σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια, η εξέλιξη της τεχνολογίας έδωσε την ευκαιρία για ανακάλυψη νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων καθώς επίσης αυξήθηκε και ο αριθμός των επιχειρήσεων που αντικατέστησε τα παλιά τεχνολογικά μέσα με καινούρια. Άλλο ένα χαρακτηριστικό είναι η στροφή προς την εξαγωγική δραστηριότητα, πολλές επιχειρήσεις τρέφονται και συντηρούνται τηρώντας πλέον περισσότερο ξένα πελατολόγια παρά κάνοντας συναλλαγές με εγχώριους πελάτες. Εδώ αξίζει να σημειωθεί πως παρόλη την κρίση και τις δυσμενείς συνθήκες που προκάλεσε είδαμε πως η επιχειρηματικότητα ανάγκης δεν υπερέβη τα ποσοστά της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας πράγμα πολύ θετικό για τον ελληνικό πληθυσμό, αφού επιβεβαιώνει για ακόμη μια

φορά την ικανότητα και την διορατικότητα των Ελλήνων να ανακαλύπτουν νέες καινοτόμες ιδέες και να τις υλοποιούν μαχόμενοι για την επιβίωσή τους σε δύσκολους καιρούς.

Από την έρευνα επίσης είδαμε πως οι Έλληνες είναι ένας λαός που χαρακτηρίζεται από έντονη αυτοπεποίθηση και ευρηματικότητα αλλά παράλληλα και από εκτεταμένο φόβο αποτυχίας. Φόβο που δεν τους αποτρέπει από το να εισέλθουν στο επιχειρηματικό στίβο αλλά τους δίνει δύναμη.

Η προσωπική μου άποψη για το μέλλον της χώρας μας στον τομέα της επιχειρηματικότητας είναι αρκετά αισιόδοξη. Ήδη μελέτες για τα επόμενα χρόνια δείχνουν ανάκαμψη της οικονομικής ύφεσης πράγμα που θα δώσει πνοή ανακούφισης στους ενδιαφερόμενους επιχειρηματίες.

Έχουμε δείξει πολλές φορές σαν λαός ότι μπορούμε να καταφέρουμε τα πάντα αν θέλουμε, και χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι νέες μορφές επιχειρηματικότητας που έχουν εμφανιστεί τα τελευταία χρόνια. Η χώρα μας βρίσκεται στο πιο κομβικό σημείο του χάρτη, ευνοείται από πολλούς παράγοντες γεωλογικούς και πολιτισμικούς, που αποτελούν πηγή έμπνευσης και ανακάλυψης νέων εγχειρημάτων των οποίων η σωστή αξιοποίηση μπορεί να μετατρέψει την Ελλάδα σε μεγάλη οικονομική δύναμη.



## Βιβλιογραφική Αναφορά

Γκαγκάτσιος, Ι. (2008) *Καινοτομία-Επιχειρηματικότητα Επιχειρήσεις*. Διδακτικές σημειώσεις. Κέντρα εκπαίδευσης ενηλίκων.

Κακούρης, Α. *Καινοτομία - Επιχειρηματικότητα – Διοίκηση Επιχειρήσεων*. Διδακτικές σημειώσεις. Κέντρα εκπαίδευσης ενηλίκων. Ανακτήθηκε από : <http://kdvm.gr/>

Σφακιανάκης, Μ.Κ. (1998) *Διοίκηση κρίσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις Ελλην.

Ιωαννίδης ,Σ. (2001), *Επιχείρηση και επιχειρηματικότητα*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.

Καρβούνης, Σ.(1995), *Διαχείριση Τεχνολογίας και Καινοτομίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη

Λιανός, Θ. , Παπαβασιλείου,Α., Χατζηανδρέου, Α. (2010), *Αρχές οικονομικής θεωρίας*. Αθήνα: Οργανισμός Εκδόσεων Διδακτικών Βιβλίων.

Camagni, R. & Capello, R. (1999), “Innovation and performance of SMEs in Italy: the relevance of spatial aspects”. Cited in *Innovation, Networks and Localities*, Fischer, M. et al, Springer, Berlin-Heidelberg-NY. Ανακτήθηκε από : <https://el.wikibooks.org/wiki/>

Neely, A. & Hii, J. (1998), “Innovation and Business Performance: a literature review”, *The Judge Institute of Management Studies*, University of Cambridge. Ανακτήθηκε από : <https://el.wikibooks.org/wiki/>

Fagerberg, J. (2005), “Innovation: A guide to the literature’, in *The Oxford Handbook of Innovation*, Fagerberg, J., Mowery, D. & Nelson, R. (eds), New York: Oxford University Press.Ανακτήθηκε από : <https://el.wikibooks.org/wiki/>

Gaddam S, (2007) “A conceptual analysis of factors influencing entrepreneurship behavior and actions”. *ICFAI journal of management research*. Ανακτήθηκε από : <http://dione.lib.unipi.gr>

Huisman D, (1985), *Entrepreneurship economic and cultural influences on the entrepreneurial climate*. European research. Ανακτήθηκε από : <http://dione.lib.unipi.gr>

Weber, M. (1948), *Essays in sociology*. London : Routledge & Kegan Paul original. Ανακτήθηκε από : <http://dione.lib.unipi.gr>

Singh, S. "Personality characteristics, work values, and life styles of fast and slow progressing small scale industrial entrepreneurs". *Journal of Social Psychology*. Ανακτήθηκε από : <http://dione.lib.unipi.gr>

European Commission (2009), *Economic and Financial Affairs: Economic crisis in Europe : Causes, consequences and responses*. European Economy, Brussels. Ανακτήθηκε από : <https://el.wikibooks.org/wiki>

OECD (2005). Oslo Manual. Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3 rd Edition. OECD and Eurostat. Ανακτήθηκε από: <http://kdvm.gr/>

Κουφάρης, Γ.(2010) , «Η παγκόσμια οικονομική κρίση και οι χρηματιστηριακές αγορές». *Περιοδικό Χρήμα*, Ιανουάριος-Φεβρουάριος 2010. Ανακτήθηκε από: <https://el.wikibooks.org/wiki/>

Σουρλαντζή, Α. (2012), *Επιχειρηματικότητα και καινοτομία-οικογενειακές επιχειρήσεις*, Διπλωματική εργασία. Πανεπιστήμιο Πειραιά. Ανακτήθηκε 20 Νοεμβρίου 2015, από: <http://dione.lib.unipi.gr/>

Χαρδούβελης, Γ. (2009). "Η κρίση του 2007-2009: Τα αίτια, η αντιμετώπιση και οι προοπτικές" *Economic research*. Eurobank EFG. Ανακτήθηκε 15 Νοεμβρίου 2015, από: [https://www.eurobank.gr/Uploads/Reports/Economy%20and%20Markets%20IV\\_8\\_DEC2009.pdf](https://www.eurobank.gr/Uploads/Reports/Economy%20and%20Markets%20IV_8_DEC2009.pdf)

Εκθέσεις Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) 2011-2014, Ανακτήθηκε 18 Νοεμβρίου 2015, από: [http://iobe.gr/research\\_b.asp](http://iobe.gr/research_b.asp)

Λιούκας, Σ. (2010) *Οι ελληνικές επιχειρήσεις μετά την κρίση προοπτικές και στρατηγικές για διεθνή ανταγωνιστικότητα*, Τράπεζα της Ελλάδος. Ανακτήθηκε από: [http://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/20-5\\_lioukas.pdf](http://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/20-5_lioukas.pdf)

Ιωαννίδης, Σ. , Τσακανίκας ,Α. , Χατζηχρήστου Σ. (2010) *Η επιχειρηματικότητα στα πρόθυρα της κρίσης*, Ετήσια έκθεση Ι.Ο.Β.Ε. Ανακτήθηκε από: <http://www.anko-eunet.gr>

Καθημερινή (2013) *Eurostat: Στο 26,8% το ποσοστό ανεργίας στην Ελλάδα, τον Οκτώβριο*. Ανακτήθηκε από: <http://www.kathimerini.gr/>

Εθνική Συνομοσπονδία ελληνικού Εμπορίου. (2011). *Ετήσια έκθεση ελληνικού εμπορίου*. Ανακτήθηκε από: <http://naftemporiki.gr.s3.amazonaws.com/>

McKinsey&Company. (2011) *Η Ελλάδα 10 χρόνια μπροστά: προσδιορίζοντας το νέο Εθνικό μοντέλο ανάπτυξης-Σύνοψη*. Ανακτήθηκε από: <http://www.sev.org.gr/Uploads/>

Clayton, M. Christensen & Michael E. Raynor (2003) *The innovator's Solution – Creating and sustaining successful growth*. Harvard Business School Press. Ανακτήθηκε από : <https://el.wikibooks.org/wiki/>

Porter, M.& Stern, S. (2001) *Innovation : Location Matters*. MIT Sloan Management Review. Ανακτήθηκε από : <https://el.wikibooks.org/wiki/>

Tomala, F. & Seneccal, O. (2004) *Innovation management: a synthesis of academic and industrial points of view*. Elsevier, Intern. Journal Of Project Management. Ανακτήθηκε από : <https://el.wikibooks.org/wiki/>

Μανέττας, Γ. (2015) *Οι 3 μεγαλύτεροι φόβοι του επιχειρηματικού κόσμου*. Η ημερήσια.

Λιάγγου, Χ. (2013) *Στροφή στην επιχειρηματικότητα λόγω κρίσης κάνουν οι Έλληνες*. Η καθημερινή. Ανακτήθηκε από : <http://www.kathimerini.gr/>

Κορομπλάς, Γ. (2011) *Η ανάπτυξη απαιτεί ελκυστικό επιχειρηματικό περιβάλλον*. Η ημερήσια.