



ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Διπλωματική Εργασία

ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

του

ΦΙΛΙΠΠΟΥ ΑΛΕΞΙΔΗ

ΤΟΥ ΙΩΑΝΝΗ

ΜΣ64/10

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του μεταπτυχιακού
διπλώματος ειδίκευσης στη Διοίκηση Επιχειρήσεων

Ιανουάριος 2014

Αφιερώσεις

Το παρόν πόνημα αποτελεί την ολοκλήρωση των σπουδών μου στο Δ.Π.Μ.Σ. στη Διοίκηση Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας. Επιθυμώ να το αφιερώσω σε όλους όσους με βοήθησαν σε αυτήν την προσπάθεια.

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κ. Ελευθεριάδη, επιβλέποντα καθηγητή της διπλωματικής μου εργασίας, για την καθοδήγηση, τις συμβουλές του και την υπομονή του. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους φοιτητές του Πανεπιστημίου Μακεδονίας που βοήθησαν με τις απαντήσεις τους και τη συνεργασία τους στην εκπόνηση της έρευνας πριν τη συγγραφή της παρούσας εργασίας.

Περίληψη

Το παρόν πόνημα εξετάζει την υφιστάμενη κατάσταση, την οικονομική δραστηριότητα, το νομικό πλαίσιο λειτουργίας καθώς και τις προοπτικές των τομέων της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας στην Ελληνική πραγματικότητα του 2013. Κατά συνέπεια οι ορισμοί των βασικών εννοιών του παρόντος πονήματος είναι απαραίτητοι, όχι μόνο για λόγους επιστημονικής προσέγγισης της μελέτης μας, αλλά και για να προσδιορίσουμε με σαφήνεια το πεδίο της έρευνας μας.

Η εργασία ξεκινάει ορίζοντας βασικές έννοιες της επιχειρηματικότητας και στη συνέχεια εξετάζονται προηγούμενες ερευνητικές και ακαδημαϊκές απόψεις πάνω στα αντίστοιχα ζητήματα της επιχειρηματικής δραστηριότητας μέσω της βιβλιογραφικής επισκόπησης ακαδημαϊκών κειμένων και δημοσιεύσεων.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται η σύνδεση επιχειρηματικότητας και καινοτομίας και αναφέρονται οι παράγοντες από τους οποίους εξαρτάται η άνθηση της επιχειρηματικότητας. Εν συνεχεία, παρουσιάζουμε τα διάφορα είδη της επιχειρηματικότητας καθώς και τα κίνητρα ή αντικίνητρα που υπάρχουν για την ανάπτυξή της. Στο τέλος αυτού του κεφαλαίου προβάλλουμε τη σχέση που υπάρχει μεταξύ της επιχειρηματικότητας και της οικονομικής ανάπτυξης.

Κατόπιν βλέπουμε την επιχειρηματικότητα εν μέσω οικονομικής κρίσης, και τα εκπαιδευτικά προγράμματα σχετικά με την εκμάθηση των επιχειρηματιών, τους φορείς, τις δράσεις και τις πολιτικές ενίσχυσης των ήδη υπάρχουσών επιχειρήσεων αλλά και της ίδρυσης των νέων.

Μέσω της έρευνας εξάγονται συμπεράσματα για τις δραστηριοποιήσεις στον επιχειρηματικό τομέα στην περίοδο της οικονομικής ύφεσης, όπως και τα απαραίτητα στοιχεία που οφείλει να κατέχει κάποιος για να επιχειρήσει στον τομέα αυτό.

Πίνακας Περιεχομένων

Αφιερώσεις.....	2
Ευχαριστίες.....	3
Περίληψη.....	4
Πίνακας Περιεχομένων	5
Κατάλογος Πινάκων	7
Εισαγωγή	8
Ορισμός Επιχειρηματικότητας	9
Ορισμός επιχειρηματία	11
Ορισμός επιχειρηματικής ευκαιρίας.....	15
Ορισμός επιχειρηματικής δραστηριότητας	15
Οργάνωσης της επιχείρησης.....	17
Συνθετική θεωρία.....	19
Είδη επιχειρηματικότητας.....	19
Επιχειρηματικότητα των νέων	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ	25
Εισαγωγή	25
Εφαρμογές της επιχειρηματικότητας	29
Ο ρόλος και τα αποτελέσματα της επιχειρηματικότητας	30
Ακαδημαϊκή Επιχειρηματικότητα	35
Κοινωνική Επιχειρηματικότητα.....	37
Πράσινη Επιχειρηματικότητα.....	40
Δημόσια Επιχειρηματικότητα	41
Η διεθνής επιχειρηματικότητα.....	42
Κίνητρα για ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας διεθνώς.....	43
Εμπόδια στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας διεθνώς	44
Οφέλη από τη διεθνοποίηση των επιχειρήσεων.....	46
Μηχανισμοί και Συστήματα της Επιχειρηματικότητας ως μέσο Οικονομικής Ανάπτυξης	46
Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα εν μέσω Οικονομικής Κρίσης.....	47
Βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας.....	48
Τα κίνητρα της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης.....	49

Χρηματοδότηση νέων επιχειρημάτων.....	51
Επιπτώσεις της κρίσης.....	51
Προβλήματα της Επιχειρηματικότητας στην Οικονομική Κρίση	52
Εγκατάσταση των Επιχειρήσεων.....	53
Εκπαιδευτικά προγράμματα, Μέτρα και Πολιτικές Στήριξης της Επιχειρηματικότητας	53
Φορείς και δράσεις σχετικοί με την Επιχειρηματικότητα	55
Πολιτικές για την ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας.	56
Ερωτηματολόγιο	58
Ερωτηματολόγιο: Αντιλήψεις φοιτητών σχετικά με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα	58
Αποτελέσματα.....	59
Ποιοτικές Ερωτήσεις - Συμπεράσματα	61
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	68
ΠΡΟΣΑΡΤΗΜΑ Ι. ΠΡΟΤΥΠΑ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	70

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1	16
Πίνακας 2	17
Πίνακας 3	18
Πίνακας 4	19
Πίνακας 5	32
Πίνακας 6	34
Πίνακας 7	43
Πίνακας 8	60
Πίνακας 9	60
Πίνακας 10	61
Πίνακας 11	61
Πίνακας 12	62
Πίνακας 13	62
Πίνακας 14	63
Πίνακας 15	63
Πίνακας 16	64
Πίνακας 17	64
Πίνακας 18	65
Πίνακας 19	65
Πίνακας 20	66

Εισαγωγή

Η οικονομική επιστήμη εδώ και πολλά χρόνια έχει εκδηλώσει το έντονο ενδιαφέρον της για την επιχειρηματικότητα. Σύμφωνα με τον Wennekers (2005), η επιχειρηματικότητα ως όρος, αποδίδεται στο γάλλο οικονομολόγο Cantillon (1730) ο οποίος όρισε ότι ο επιχειρηματίας είναι το άτομο που προσπαθεί να εκμεταλλευθεί τη διαφορά τιμών ανάμεσα στην αγορά (με βεβαιωμένη τιμή) και την πώληση των αγαθών με αβεβαιότητα (arbitrage). Στην επιχειρηματικότητα αναφέρθηκαν ακόμα, οι Smith (1776), Say (1803), Marshall (1890) και ο Schumpeter (1934), οι οποίοι στα μοντέλα τους καθόρισαν τον επιχειρηματία ως βασικό παράγοντα, είτε για να τον διακρίνουν από τους εργάτες ως διαχειριστή των πόρων, είτε ως καταλύτη αλλαγών στην οικονομία. Μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του '70 η αξιοποίηση των οικονομιών κλίμακας και φάσματος αποτελούσε τον πυρήνα της σύγχρονης οικονομικής επιστήμης, όπου όλοι στρέφονταν στις μεγάλες επιχειρήσεις καθώς θεωρούνταν οι μοναδικοί φορείς της ανάπτυξης.

Το θέμα της παγκοσμιοποίησης, αν και προκλήθηκε σε σημαντικό βαθμό από τις μεγάλες εταιρίες και την τάση τους να εισχωρούν σε όλες τις αγορές, αύξησε την ανάγκη για την καινοτομία και ώθησε τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να λειτουργήσουν ως οχήματα ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας, της γνώσης και της οικονομικής ανάπτυξης (Audretsch και Thurik, 2001).

Η Νεοκλασική οικονομική και η θεωρία της ισορροπίας περιόριζαν τις δυνατότητες για πρωτοβουλία, αυτονομία, καθώς και την εμφάνιση και επικράτηση των νέων ιδεών και την αβεβαιότητα (Grilo και Thurik, 2004). Η μικρή επιχείρηση ήταν εντελώς παραμελημένη από κάθε επίσημη πολιτική στήριξης και έμπρακτης αναγνώρισης του ρόλου της στην οικονομική ανάπτυξη. Αυτή την εποχή όπου η σταθερότητα, η διάρκεια και η ομογενοποίηση αποτελούσαν το θεμέλιο λίθο, οι Audretsch και Thurik (2001) την αποκάλεσαν «διαχειριστική οικονομία» (managed economy), ενώ εκείνη που ακολούθησε με την «πτώση» των μεγάλων επιχειρήσεων και την εμφάνιση των «αντί-οικονομιών κλίμακας», δηλαδή, της μικρής και ευέλικτης παραγωγής που στηριζόταν περισσότερο στη γνώση και τις ιδέες και λιγότερο στους φυσικούς πόρους, την εργασία και το κεφάλαιο, την ονόμασαν «επιχειρηματική οικονομία» (entrepreneurial economy).

Η επιχειρηματικότητα (entrepreneurship) στην εποχή μας πλέον, αναγνωρίζεται από όλους τους διεθνείς οργανισμούς σαν ένας σημαντικός παράγοντας που καθορίζει την οικονομική ανάπτυξη (Baumol,1990 & 2002, Audretch & Thurik, 2000), την ανταγωνιστικότητα και την απασχόληση.

Παρά την παραπάνω συμφωνία σχετικά με το ρόλο της επιχειρηματικότητας και την έλλειψη μιας συγκροτημένης και ενιαία αποδεκτής θεωρίας (Barth, Yago & Zeidman,2006), κατά τους Herbert και Link (1989) έχουν εκφραστεί τρεις εκδοχές προσδιορισμού της και συγκεκριμένα, η Αυστριακή (vonMises, Kirzner&Shackle) κατά την οποία ο επιχειρηματίας με τη δράση του οδηγεί σε μείωση της άγνοιας και των λαθών στην οικονομία, η του Σικάγου (Knight & Schultz) σύμφωνα με την οποία ο επιχειρηματίας παίρνει ορθές αποφάσεις και συνδυάζει τους παραγωγικούς συντελεστές πιο αποδοτικά και η Γερμανική (von Thuenen & Schumpeter) κατά την οποία ο επιχειρηματίας είναι εκείνος που προκαλεί τις αλλαγές και ανατρέπει διαρκώς την οικονομική ισορροπία.

Ορισμός Επιχειρηματικότητας

Τα τελευταία χρόνια, ολοένα και περισσότεροι επιχειρηματίες και ακαδημαϊκοί ασχολούνται με την έννοια και το περιεχόμενο της λέξης «επιχειρηματικότητα», σε όλο τον κόσμο. Αυτό απορρέει από το γεγονός ότι η επιχειρηματικότητα, ως μια ολοκληρωμένη έννοια και διαδικασία, και οι επιχειρηματίες ως άτομα, μπορούν να συμβάλλουν αποφασιστικά, τόσο στην κοινωνία όσο και στην οικονομία, με ποικίλους τρόπους. Η επιχειρηματικότητα ως έννοια είναι πολυσύνθετη και δεν μπορεί να γίνει κατανοητή με ακρίβεια, αλλά ούτε μπορεί να δοθεί ένας και μόνο ορισμός.

Ο πρώτος ακαδημαϊκός που αναγνώρισε τη 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 και κεφάλαιο),

συντονίζονται από τον τέταρτο παράγοντα, που είναι η οργάνωση. Η επιχειρηματικότητα σε αυτή την περίπτωση αποτελεί την κινητήρια δύναμη της οργάνωσης ή αλλιώς, εκείνον τον παραγωγικό συντελεστή που θεμελιώνει την οικονομική σκέψη και συνδυάζει τους άλλους τρεις συντελεστές για τη διαδικασία της παραγωγής.

Ο όρος επιχειρηματικότητα σε πολλές περιπτώσεις τον έχουμε δει να περιγράφει μια σειρά από δραστηριότητες όπως είναι, η δημιουργία, η ίδρυση, η διαχείριση, η διοίκηση κλπ. μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. Εξετάζοντας, η έννοια της επιχειρηματικότητας, σε πρώτο στάδιο, μπορεί να ερμηνευθεί, «ως μια προσπάθεια μετατροπής της πρωτοβουλίας σε αποτέλεσμα και από τη διαδικασία αυτή να προκύψει οικονομικό κέρδος». Αν στηριχθούμε σε οικονομικές και κοινωνικές μελέτες, η επιχειρηματικότητα χαρακτηρίζεται ως μια ολοκληρωμένη διαδικασία και όχι ως ένα μετρήσιμο οικονομικό μέγεθος. Άρα, όταν γίνεται αναφορά στην επιχειρηματικότητα εννοείται ως «μια δυναμική διαδικασία με την οποία τα άτομα προσδιορίζουν συνεχώς τις οικονομικές ευκαιρίες που εμφανίζονται και τις εκμεταλλεύονται πουλώντας αγαθά και υπηρεσίες». Κάτω από τις συνθήκες αυτές, μετατρέπονται όλες οι καινοτόμες ιδέες σε οικονομικές ευκαιρίες, γεγονός το οποίο αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο της επιχειρηματικότητας

Ένας ορισμός της επιχειρηματικότητας, τον οποίο χρησιμοποιεί ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας & Ανάπτυξης (Ο.Ο.Σ.Α.), είναι αυτός όπου, «οι επιχειρηματίες είναι οι φορείς της αλλαγής και της ανάπτυξης της οικονομίας της αγοράς, είναι εκείνοι που με τη δράση τους δημιουργούν, διαχέουν και εφαρμόζουν καινοτόμες ιδέες, δεν επιδιώκουν να αξιοποιήσουν μόνο τις οικονομικές ευκαιρίες, αλλά έλκονται από την ανάληψη κινδύνου και αρέσκονται να βλέπουν την επιβεβαίωση του προαισθήματός τους».

Επιχειρηματικότητα σύμφωνα με το Harvard Business School, είναι μια διαδικασία δημιουργίας, ή η σύλληψη μιας ευκαιρίας και η επιδίωξη εκμετάλλευσής της, ανεξάρτητα από τον έλεγχο, ή την κατοχή των μέσων υλοποίησής της. Ο P. Drucker δήλωσε ότι «η επιχειρηματικότητα δεν είναι ούτε επιστήμη αλλά ούτε και τέχνη, αλλά είναι η πρακτική στην οποία η γνώση αποτελεί το μέσον για την επίτευξη του σκοπού

της. Είναι τρόπος συμπεριφοράς, παρά χαρακτηριστικό της προσωπικότητας». Τέλος, η επιχειρηματικότητα (entrepreneurship) ορίζεται ανάλογα με την οικονομική, οπτική ή διοικητική, που την ορίζει ο καθένας. Από την οικονομική σκοπιά, επιχειρηματίας είναι το άτομο που αναλαμβάνει τον κίνδυνο και παίρνει αποφάσεις που επηρεάζουν την κατανομή, τον τύπο, τη χρήση των αγαθών, των πόρων ή των επιχειρήσεων. Από τη σκοπιά της διοίκησης, οι επιχειρηματίες διακρίνονται σε εκείνους που αναζητούν τις ευκαιρίες και σε εκείνους που διοικούν μια επιχείρηση.

Ορισμός επιχειρηματία

Τον 14ο αιώνα συναντάμε τις πρώτες αναφορές στην έννοια του επιχειρηματία (entrepreneur), όπου άρχισαν να περιγράφονται ως τα άτομα που κατέβαλαν ένα συγκεκριμένο ποσό προς το κράτος με σκοπό να τους χορηγηθεί η άδεια να συλλέγουν τους φόρους από μια περιοχή, συνήθως την περιοχή όπου κατοικούσαν.

Κατά το 17ο αιώνα ο όρος «επιχειρηματίας, entrepreneur», μεταφράζεται επισήμως ως επιχειρηματίας και χρησιμοποιείται για πρώτη φορά με σκοπό να περιγράψει όλα τα οικονομούντα άτομα– επιχειρηματίες, που αναλάμβαναν τον κίνδυνο μιας νέας επιχείρησης και αντιμετώπιζαν την αβεβαιότητα του πιθανού κέρδους ή της πιθανής απώλειας. Από το 18ο αιώνα και μετά, οι έννοιες του επιχειρηματία και της επιχειρηματικότητας αρχίζουν να λαμβάνουν σταδιακά τη σημασία που έχουν σήμερα. Όπως αναφέρθηκε και στην εισαγωγή, ο Γάλλος οικονομολόγος R.Cantillon, όρισε τρεις κατηγορίες οικονομικών παραγόντων: τους γαιοκτήμονες, τους επιχειρηματίες και τους εργαζόμενους. Ο R. Cantillon διαχώρισε, στην εξέλιξη της επιχειρηματικότητας, το άτομο που επωμίζεται τον κίνδυνο της επιχείρησης, από το άτομο που προσφέρει το κεφάλαιο στην επιχείρηση. Δηλαδή, η έννοια του επιχειρηματία διαχωρίστηκε από αυτή του επενδυτή του επιχειρηματικού κεφαλαίου (venture capitalist), κυρίως εξαιτίας της πολύ μεγάλης εκβιομηχάνισης. Στο βιβλίο του «Η Κοινωνία των Εθνών (Wealth of Nations)», ο Adam Smith (1776), παρουσίασε τον επιχειρηματία ως εκείνο το άτομο που αναλάμβανε τη δημιουργία ενός οργανισμού για εμπορικούς σκοπούς. Σύμφωνα με τον Adam Smith, επιχειρηματίες

έγιναν εκείνα τα άτομα τα οποία αντέδρασαν στις εξελίξεις της οικονομίας, με αποτέλεσμα να δραστηριοποιηθούν ως μεσάζοντες, οι οποίοι θα μετέτρεπαν τη ζήτηση αγαθών και υπηρεσιών σε προσφορά. Στις αρχές του 19ου αιώνα, ο Say (1803), περιγράφει τον επιχειρηματία ως έναν άνθρωπο που διαθέτει τεχνικές και δεξιότητες έτσι ώστε να μπορεί να δημιουργήσει νέες επιχειρήσεις.

Ακόμα, υποστηρίζει ότι ο επιχειρηματίας είναι ένα άτομο με εξαιρετικές γνώσεις και διαβλέπει τις ανάγκες της κοινωνίας, ώστε ανά πάσα στιγμή να μπορεί να εκπληρώσει τις ανάγκες αυτές. Ο Mill (1848) χρησιμοποίησε την έννοια του επιχειρηματία περιγράφοντας τους ιδρυτές των επιχειρήσεων, ενώ παράλληλα καθιέρωσε τον επιχειρηματία, στην οικονομική βιβλιογραφία, ως ένα άτομο το οποίο αναλαμβάνει υπό την εξουσία του, την απόλυτη κυριότητα της επιχείρησης. Ο Menger (1871), θεώρησε ότι ο επιχειρηματίας γίνεται ένα είδος «μεσάζοντα», που μετασχηματίζει τους πόρους σε χρήσιμα αγαθά και υπηρεσίες, δημιουργώντας με τον τρόπο αυτό όλες εκείνες τις δυνατότητες που οδηγούν στην βιομηχανοποίηση της διαδικασίας και επομένως και σε μια βιομηχανική αύξηση. Προχωρώντας στα τέλη του 19ου αιώνα και στις αρχές του 20ου αιώνα δεν είχε προκύψει ο διαχωρισμός ανάμεσα στους επιχειρηματίες και στους manager. Ειδικότερα, οι Ely και Hess (1937) αναφέρουν ότι «ο επιχειρηματίας οργανώνει και λειτουργεί μια επιχείρηση για προσωπικό όφελος, καταβάλλει τρέχουσες τιμές για τα υλικά που καταναλώνονται στις επιχειρήσεις, για τη χρήση της γης, για τις προσωπικές υπηρεσίες που απασχολεί, και για το κεφάλαιο που απαιτεί. Συμβάλλει με την προσωπική του πρωτοβουλία, τις δεξιότητες, και την εφευρετικότητά του στο σχεδιασμό, στην οργάνωση και στη διαχείριση της επιχείρησης. Επίσης, αναλαμβάνει το ρίσκο του κέρδους ή της απώλειας, η οποία είναι επακόλουθο απρόβλεπτων και ανεξέλεγκτων καταστάσεων. Το καθαρό υπόλοιπο των ετήσιων εσόδων της επιχείρησης, αφού έχουν πληρωθεί όλες οι δαπάνες, το διατηρεί για τον ίδιο».

Από την άλλη πλευρά, ο αυστριακός οικονομολόγος J. Schumpeter, κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1940, όρισε τον επιχειρηματία ως εξής: «ο ρόλος του επιχειρηματία είναι να αναμορφώσει ή να μετασχηματίσει τους τρόπους και τις μεθόδους παραγωγής, με την εκμετάλλευση μιας εφεύρεσης ή γενικότερα, με τη χρήση μιας μη δοκιμασμένης, στην πράξη, τεχνολογικής δυνατότητας, για την παραγωγή ενός νέου προϊόντος ή την παραγωγή ενός παλαιότερου με έναν νέο τρόπο, ανοίγοντας

έτσι μια νέα πηγή προμήθειας των υλικών ή ενός νέου σημείου πώλησης των προϊόντων, με την αναδιοργάνωση ενός νέου τύπου βιομηχανοποίησης». Ο J. Schumpeter είναι ο πρώτος που παρουσιάζει τον επιχειρηματία ως μια καινοτόμα προσωπικότητα.

Εάν κάποιος επιθυμεί να γίνει επιχειρηματίας θα χρειαστεί να πείσει κάποιους άλλους ανθρώπους να τον στηρίξουν ή να χρηματοδοτήσουν τις επιχειρηματικές του δραστηριότητες. Κάτω όμως από αυτές τις συνθήκες, προκύπτει και η ύπαρξη ενός ακόμη ατόμου, το οποίο παίρνει το χαρακτηρισμό του κεφαλαιοκράτη (venture capitalist). Ο J. Schumpeter θεωρεί ότι ο επιχειρηματίας περιγράφεται από έναν συνδυασμό τριών διαφορετικών χαρακτηριστικών: του καινοτόμου και συντονιστή, του κομιστή του κινδύνου, και του διευθυντή. Ο ρόλος του καινοτόμου ουσιαστικά, σύμφωνα με τον J. Schumpeter, αποδίδεται στον επιχειρηματία και όχι στον κεφαλαιοκράτη.

Προς τα τέλη του 20ου αιώνα, η έννοια του επιχειρηματία αρχίζει να εξειδικεύεται περισσότερο. Εισέρχονται πλέον, οι όροι και η έννοια του επιχειρηματία σε τομείς των επιχειρήσεων όπως είναι το management, όπου δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην προσωπική γνώμη του επιχειρηματία, προβάλλοντας τμήματα της προσωπικότητάς τους, όπως είναι ο καινοτόμος χαρακτήρας, η οργάνωση και η ανάληψη του κινδύνου. Ο Cole (1959), υποστήριξε ότι υπάρχουν τέσσερα είδη επιχειρηματία: ο καινοτόμος, ο εφευρέτης, ο υπεραισιόδοξος υποκινητής και ο οργανωτικός. Οι τέσσερις αυτοί τύποι δεν σχετίζονται με την προσωπικότητα του επιχειρηματία, αλλά με το είδος της ευκαιρίας που αντιμετωπίζει. Σύμφωνα με τον Marshall (1961), οι επιχειρηματίες έχουν έναν πολύ σημαντικό ρόλο, ο οποίος είναι η πρωτοπορία στη διάνοιξη νέων δρόμων, ενώ ο Drucker (1964) υποστηρίζει ότι ο επιχειρηματίας είναι εκείνο το άτομο που καταφέρνει να επιτύχει το μέγιστο από τις ευκαιρίες που του παρουσιάζονται.

Οι θεωρίες που έχουν αναπτυχθεί αναφορικά με την ερμηνεία της έννοιας του επιχειρηματία, κατηγοριοποιούνται σε τρεις μεγάλες σχολές, καθεμία εκ των οποίων έχει τις ρίζες της στον R. Cantillon. Η πρώτη η σχολή είναι η Γερμανική με κύριους εκφραστές της τους Thunen, Schumpeter και Baumol, η δεύτερη σχολή είναι η Νεοκλασική με τους Marshall, Knight και Schultz και η Τρίτη σχολή είναι η

Αυστριακή, των Menger, Mises και Kuzner. Και οι τρεις σχολές βασίζονται πάνω στην ίδια θεωρία, αλλά επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους σε διαφορετικές πτυχές του επιχειρηματία. Ειδικότερα η Γερμανική σχολή πιστεύει ότι ο επιχειρηματίας επιφέρει την αστάθεια και τη δημιουργική καταστροφή, ενώ η Νεοκλασική σχολή υποστηρίζει ότι ο επιχειρηματίας οδηγεί τις αγορές σε ισορροπία μέσω της επιχειρηματικής του δραστηριότητας.

Η Αυστριακή σχολή από την άλλη πλευρά, εστιάζει στις ικανότητες που μπορεί να έχει ένας επιχειρηματίας στο να αντιλαμβάνεται τις ευκαιρίες που θα τον οδηγήσουν σε κέρδη, συνδυάζοντας τους πόρους που διαθέτει για την ικανοποίηση των αναγκών ή για τη βελτίωση της αναποτελεσματικότητας της αγοράς. Μια ακόμη διάκριση στον ορισμό του επιχειρηματία που προκύπτει, αναφέρεται στο λειτουργικό και στο συμπεριφορικό επίπεδο. Ο ορισμός του επιχειρηματία σε λειτουργικό επίπεδο στηρίζεται κατά βάση στις δυο θεωρίες που διατυπώθηκαν από τον R. Cantillon (1730) και από τον Adam Smith (1776), οι οποίοι όταν αναφέρονταν στον επιχειρηματία ως άτομο είχαν κατά νου περισσότερο το λειτουργικό του τμήμα και λιγότερο την οντότητά του. Σύμφωνα με τον λειτουργικό ορισμό, ο επιχειρηματίας περιλαμβάνει ολόκληρη την ύπαρξη της επιχείρησης και είναι αυτός που ασκεί τον τελικό έλεγχο επί των δραστηριοτήτων της.

Είναι η βάση ύπαρξης της επιχείρησης και αυτός που της δίνει υπόσταση, ενώ παράλληλα μόνον αυτός μπορεί να τερματίσει τη λειτουργία της. Συνοψίζοντας, η έννοια του επιχειρηματία είναι η : « η ικανότητα και η προθυμία των ατόμων, ατομικά ή ομαδικά, εντός ή εκτός υφιστάμενων οργανισμών, να διαβλέπουν και να δημιουργούν νέες οικονομικές ευκαιρίες, νέα προϊόντα, νέες μεθόδους παραγωγής, νέα οργανωτικά σχήματα και νέους συνδυασμούς προϊόντων με αγορές και να εισάγουν τις ιδέες τους στην αγορά, αντιμετωπίζοντας καταστάσεις αβεβαιότητας και άλλα εμπόδια, λαμβάνοντας αποφάσεις σχετικές με την τοποθεσία, τη μορφή και τη χρήση πόρων και θεσμών».

Ορισμός επιχειρηματικής ευκαιρίας

Επιχειρηματική ευκαιρία είναι μια ιδέα, η οποία συγκεντρώνει όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά, που εφόσον αξιοποιηθεί δημιουργεί ένα οικονομικό αποτέλεσμα. Να τονιστεί εδώ ότι άλλο πράγμα είναι η ιδέα και άλλο πράγμα η επιχειρηματική ευκαιρία. Μια ιδέα δεν αποτελεί επιχειρηματική ευκαιρία. Μια επιχειρηματική ευκαιρία περιλαμβάνει μέσα της μια ιδέα. Είναι η δυνατότητα ικανοποίησης του επιχειρηματία μιας νέας ανάγκης που εμφανίζεται στην αγορά. Για τη διαδικασία αυτή αναγκαίο είναι ο δημιουργικός συνδυασμός πόρων ή ικανοτήτων που μένουν ανεκμετάλλευτα, ώστε να παραχθεί ένα καλύτερο προϊόν, το οποίο θα καλύπτει τη νέα αυτή ανάγκη της αγοράς.

Υπάρχουν συνεχείς αναφορές στη διεθνή βιβλιογραφία, που εξετάζουν το πεδίο των επιχειρηματικών ευκαιριών από διαφορετικές πλευρές, τόσο αναφορικά με την περιγραφή του όρου, όσο και σχετικά με τη διαδικασία εντοπισμού και αξιοποίησης τους.

Όπως αναφέρει ο Πετράκης (2008) ‘μία ευκαιρία είναι μια καλή ιδέα με εμπορική αξία. Μια καλή ιδέα και μια σίγουρη αγορά συνιστούν μια επιχειρηματική ευκαιρία.’

Ορισμός επιχειρηματικής δραστηριότητας

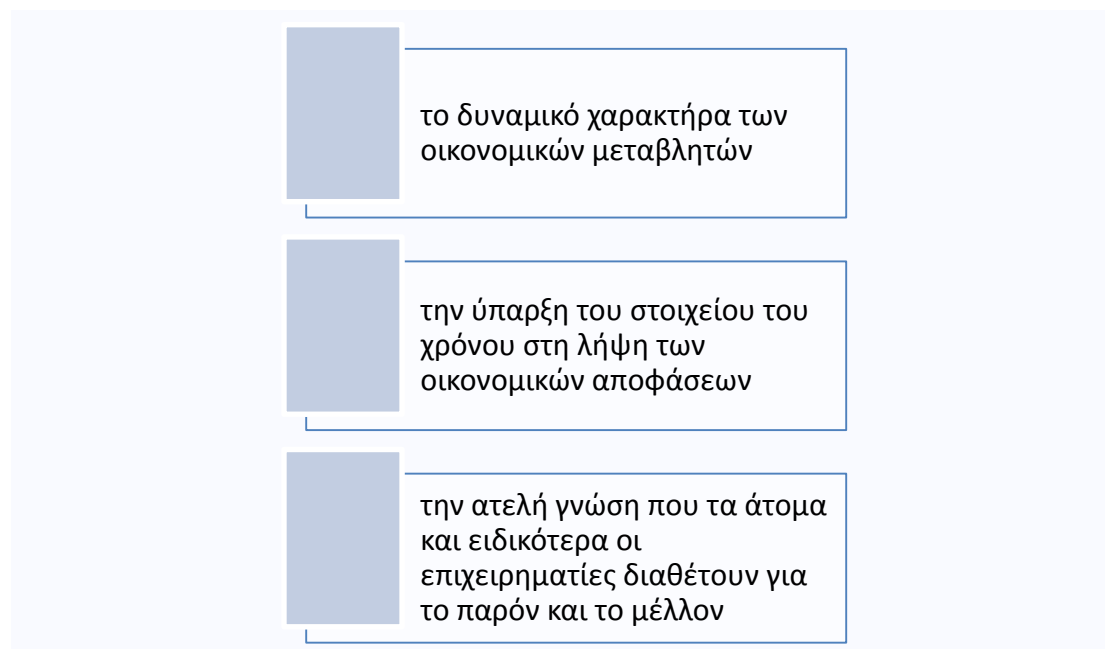
Η επιχειρηματικότητα ενώ χρησιμοποιείται συχνά στην κοινή γλώσσα και στις αναλύσεις της λειτουργίας της επιχείρησης, δεν έχει λάβει ένα ακριβές κοινό αποδεκτό περιεχόμενο. Σε γενικές γραμμές έχουν αναπτυχθεί οι εξής θεωρίες επιχειρηματικότητας:

- Ανάλυσης κινδύνων από την αβεβαιότητα

Σύμφωνα με τη θεωρία αυτή, επιχειρηματίας είναι το οικονομούν άτομο που αναλαμβάνει τους κινδύνους που πηγάζουν από την αβεβαιότητα η οποία χαρακτηρίζει την πραγματική οικονομική ζωή. Οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζει ένας επιχειρηματίας

μπορούν να διακριθούν και ανάλογα με τη "φύση" τους. Οι κίνδυνοι αυτοί διακρίνονται σε "δυνάμενους" και "μη δυνάμενους να υπολογισθούν" ώστε να αντασφαλισθούν και η "τιμή" τους στο κόστος παραγωγής. Οι δεύτεροι αυτοί κίνδυνοι, η οικονομική των οποίων δεν μπορεί να προβλεφθεί και να προσμετρηθεί, είναι αυτοί που προέρχονται από την αβεβαιότητα που υπάρχει στην πραγματική οικονομική ζωή. Η οικονομική αυτή αβεβαιότητα οφείλεται κυρίως στα εξής:

Πίνακας 1



Τις πρώτες δεκαετίες του 20ου αιώνα αναπτύχθηκε η θεωρία από ορισμένους ερευνητές, με πρωτοπόρο τον F.Knight (1921), ότι η πραγματική και ουσιαστική δράση της επιχειρηματικότητας είναι η ανάληψη των κινδύνων από την αβεβαιότητα. Ο επιχειρηματίας όμως δεν είναι τζογαδόρος. Ο άνθρωπος που παίζει τυχερά παιχνίδια δεν ελέγχει το αποτέλεσμα, ενώ ο επιχειρηματίας μπορεί να επηρεάσει με τις ενέργειές του το αποτέλεσμα της επιχειρηματικής του απόφασης. Για το λόγο αυτό και ο επιχειρηματίας κυρίως προτιμά να αναλάβει μέτριους κινδύνους, που συνδέονται με τις πράξεις του και τους οποίους προσπαθεί πάντα να περιορίσει.

Οργάνωσης της επιχείρησης

Μια από τις παλαιότερες θεωρίες επιχειρηματικότητας, είναι αυτή που ο επιχειρηματίας ασχολείται με τον τρόπο οργάνωσης των παραγωγικών συντελεστών και την αξιοποίηση κατά τον άριστο της οργάνωσης αυτής. Σύμφωνα με τη θεωρία αυτή, της οργάνωσης της επιχείρησης, ο επιχειρηματίας σκοπό έχει να επιτύχει μια οργάνωση των παραγωγικών συντελεστών που θα του αποφέρει τα μέγιστα οικονομικά οφέλη. Η θεωρία αυτή σχετίζεται με το γεγονός ότι οι οικονομίες με δεδομένους τους παραγωγικούς συντελεστές δεν επιτυγχάνουν πάντα τη μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητάς τους. Η διαφορά μεταξύ του θεωρητικά άριστου βαθμού αποτελεσματικότητας μιας οικονομίας και αυτού που πραγματοποιείται στην πραγματικότητα, είναι μια <<διαφυγούσα αποτελεσματικότητα>> που έχει χαρακτηριστεί, από τον H. Leibenstein (1978) ως <<απροσδιόριστη αναποτελεσματικότητα>>. Η επιχειρηματικότητα μπορεί να δράσει ως παράγοντας που θα μειώσει αυτή την <<απροσδιόριστη αναποτελεσματικότητα>> μέσω των ακόλουθων ενεργειών :

Πίνακας 2

Με τον καλύτερο συντονισμό των εργασιών που γίνονται στην επιχείρηση

Με την καλύτερη οργάνωση και διασύνδεση των διαφόρων αγορών (π.χ. με υποκαταστήματα)

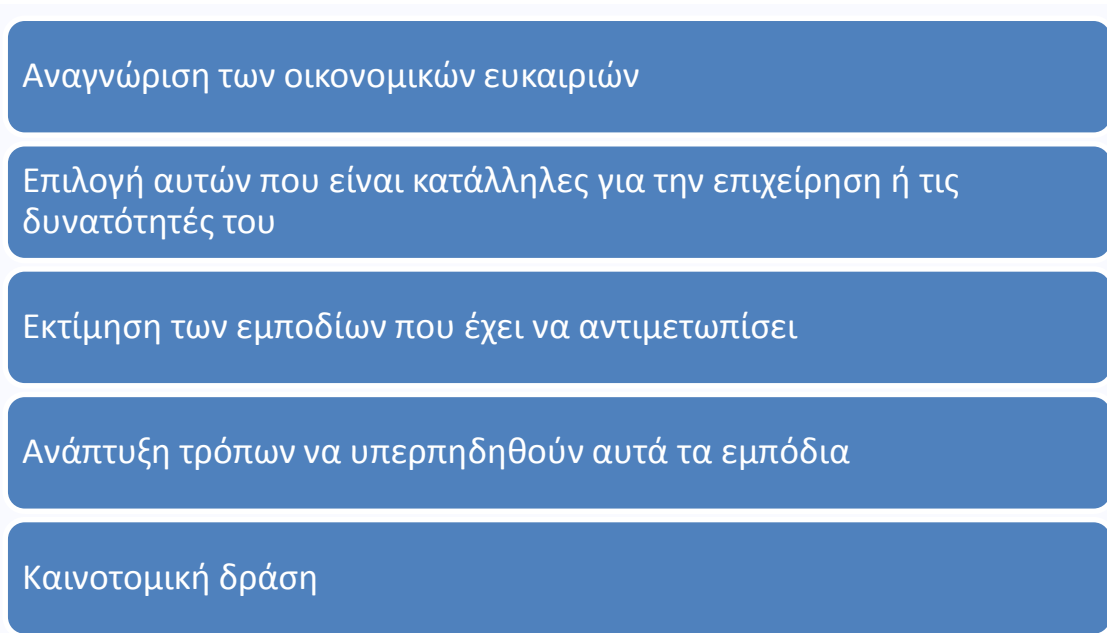
Με τον καλύτερο μετασχηματισμό των εισροών σε εκροές

Λήψη σημαντικών αποφάσεων για το συντονισμό των παραγωγικών συντελεστών

Με τη θεωρία της επιχειρηματικότητας που αναπτύχθηκε από τον Casson (1982), υποστηρίζεται ότι επιχειρηματίας είναι το άτομο εκείνο που θα πάρει μια

απόφαση διαφορετική από τους άλλους, για να εισάγει ένα νέο και αποδοτικότερο των παραγωγικών συντελεστών. Το κυριότερο σημείο της θεωρίας αυτής βρίσκεται στον τρόπο με τον οποίο ο επιχειρηματίας θα πάρει μια απόφαση και τα προσόντα που πρέπει να διαθέτει ώστε να είναι επιτυχημένη η απόφαση αυτή. Η διαδικασία λήψης μιας απόφασης από μέρος του επιχειρηματία περνάει από τα εξής στάδια:

Πίνακας 3



Η συνεχής τεχνολογική πρόοδος και η ανάπτυξη των τεχνών και της επιστήμης, δημιούργησε στους επιχειρηματίες ένα ισχυρό πνεύμα καινοτομίας. Σύμφωνα με τη <<θεωρία του καινοτόμου επιχειρηματία>>, που αναπτύχθηκε από τον J.A. Schumpeter (1911), οι επιχειρηματίες προσπαθούν να χρησιμοποιήσουν τις διάφορες τεχνολογικές και επιστημονικές ανακαλύψεις για παραγωγικούς κερδοσκοπικούς σκοπούς. Οι καινοτομίες που εισάγει ο επιχειρηματίας μπορούν να εμφανισθούν με τις παρακάτω μορφές:

Με την εισαγωγή νέου ή καλύτερου ποιοτικού προϊόντος ή υπηρεσίας

Με τη χρησιμοποίηση μιας νέας ή βελτιωμένης μεθόδου παραγωγής

Με τη δημιουργία μιας νέας αγοράς

Με τη χρησιμοποίηση νέας ή βελτιωμένης οργάνωσης της επιχείρησης

Αξιοποίηση ευκαιριών κέρδους

Ο I. Kirzner (1973), ορίζει την επιχειρηματικότητα <<ως άγρυπνη προσπάθεια του ατόμου να αναγνωρίσει και να αξιοποιήσει κάθε ευκαιρία κέρδους που παρουσιάζεται στην αγορά>>. Ο επιχειρηματίας, για να λειτουργήσει με τον τρόπο αυτό, θα πρέπει να κατέχει γνώσεις και πληροφορίες για την αγορά που δεν διαθέτουν άλλα οικονομούντα άτομα. Η ύπαρξη αυτής της μορφής επιχειρηματικότητας δικαιολογείται και υπάρχει μόνο εάν στον κόσμο των επιχειρήσεων υπάρχει ατελής πληροφόρηση, δεν υπάρχει πλήρης γνώση δηλαδή και επάρκεια πληροφοριών για ότι συμβαίνει στα διάφορες αγορές αγαθών και παραγωγικών συντελεστών. Και η αλήθεια είναι ότι ένας βαθμός άγνοιας ή ανεπαρκούς πληροφόρησης υπάρχει πάντα στην αγορά, παρά την όλο και αυξανόμενη χρήση των ειδικών εφημερίδων, της πληροφορικής κ.λπ.

Συνθετική θεωρία

Η θεωρία αυτή συνδυάζει τις παραπάνω θεωρίες και τονίζει το γεγονός ότι δεν πρέπει να περιμένουμε ότι ο επιχειρηματίας θα έχει έναν και μονοδιάστατο ρόλο. Αντιθέτως, μπορεί να δραστηριοποιηθεί με τον έναν ή με τον άλλο τρόπο κατά την ίδρυση και την πορεία ανάπτυξης της επιχείρησής του.

Είδη επιχειρηματικότητας

Οι μορφές επιχειρηματικότητας που έχουν αναπτυχθεί είναι διάφορες, η ύπαρξη και το πλήθος των οποίων έχει την εξήγησή του στις πολλαπλές διαστάσεις που έχει λάβει ο επιχειρηματικός τομέας, αλλά και στη σύγχυση που υπάρχει αναφορικά με τα διακριτά γνωρίσματα και την ανάγκη ύπαρξης των μορφών αυτών επιχειρηματικότητας. Οι λόγοι που οδηγούν στο διαχωρισμό της επιχειρηματικότητας είναι πολλοί και συνήθως έχουν τις ρίζες τους στους λόγους ευκολίας θεωρητικής ανάλυσης ή ερμηνείας του φαινομένου.

Οι θεωρητικοί παρουσιάζουν διάσταση απόψεων αναφορικά με το διαχωρισμό των ειδών της επιχειρηματικότητας. Ο Π. Πετράκης υποστηρίζει ότι υπάρχουν δύο είδη επιχειρηματικότητας: η επιχειρηματικότητα που προκύπτει μέσα από μια ήδη υφιστάμενη επιχείρηση και η οποία ονομάζεται < ενδοεπιχειρηματικότητα> και η επιχειρηματικότητα που αφορά τη δημιουργία και την ανάπτυξη μια νέας επιχείρησης από ένα μεμονωμένο άτομο που καλείται επιχειρηματίας και είναι εκείνο το άτομο που δημιουργεί καινούρια αξία. Η έννοια του ενδοεπιχειρηματία αναγνωρίστηκε επισήμως το 1992 και ορίζεται ως, <<το πρόσωπο μέσα σε μια μεγάλη εταιρεία που αναλαμβάνει την άμεση ευθύνη για τη μετατροπή μιας ιδέας σε ένα κερδοφόρο τελικό προϊόν, μέσα από την ανάληψη κινδύνου και καινοτομίας>>.

Σύμφωνα με τους Clamp και Alhamis (2010) <<Social Entrepreneurship in the Mondragon Co-operative Corporation and the Challenges of Successful Replication>>, η επιχειρηματικότητα διακρίνεται σε δύο είδη: την παραδοσιακή επιχειρηματικότητα των επιχειρήσεων και την κοινωνική επιχειρηματικότητα (social entrepreneurship). Ο παραδοσιακός επιχειρηματίας αναλαμβάνει τους κινδύνους για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής του δραστηριότητας, με σκοπό το δικό του όφελος. Από την άλλη πλευρά, η κοινωνική επιχειρηματικότητα επιθυμεί να συνδυάσει τη φιλοσοφία και τον τρόπο σκέψης των επιχειρήσεων με την ικανοποίηση των κοινωνικών αναγκών, μέσα από τη δημιουργία του ατόμου. Οι επιτυχημένοι κοινωνικοί επιχειρηματίες αντιλαμβάνονται τη σημαντικότητα της αποτελεσματικής χρήσης όλων των πόρων που διαθέτει η επιχείρηση, ώστε να ικανοποιηθούν οι προσδοκίες των επενδυτών, ταυτόχρονα όμως εξισορροπώντας τις προσδοκίες του κοινωνικού συνόλου μια βελτίωση της ποιότητας της ζωής του και τη δημιουργία θέσεων εργασίας με μια

σχετική σταθερότητα. Εκτός από τα δυο ανωτέρω είδη, μπορεί να προσαρτηθεί και ένα τρίτο είδος, το οποίο ονομάζεται συνεργατική (cooperative) επιχειρηματικότητα.

Επίσης, η τεχνολογική, η γεωγραφική και η κοινωνιολογική επιχειρηματικότητα αναγνωρίζονται ως διακριτά είδη επιχειρηματικότητας από τον Thurow. Η πρώτη σχετίζεται με την εισαγωγή νέων τεχνολογιών στις αγορές, με τη μορφή νέων προϊόντων ή νέων διαδικασιών παραγωγής των παλαιών προϊόντων. Το κυριότερο προϊόν που μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της μορφής επιχειρηματικότητας, είναι η αγορά των δορυφορικών τηλεοράσεων.

Η γεωγραφική επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη μετακίνηση τεχνολογικών επιτευγμάτων από τον έναν τόπο στον άλλον. Τις περισσότερες φορές κάτι τέτοιο σημαίνει τη μετάβαση της τεχνολογίας από τον ανεπτυγμένο κόσμο προς τις υποανάπτυκτες χώρες. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της μορφής επιχειρηματικότητας θεωρείται η δραστηριότητα που αναπτύσσεται στις χώρες της Ασίας (Κίνα κλπ.). Τέλος, η κοινωνιολογική επιχειρηματικότητα ασχολείται με την εξεύρεση νέων τρόπων προώθησης και προβολής των παλαιών προϊόντων.

Επιχειρηματικότητα των νέων

Στις μέρες μας οι συνθήκες γίνονται ολοένα και πιο δύσκολες, με τα ποσοστά ανεργίας να έχουν ανοδική τάση. Όλα αυτά οδηγούν ολο και περισσότερους νέους ανθρώπους στη δημιουργία της δικής τους επιχείρησης. Τα προγράμματα και οι φορείς που βοηθούν τις προσπάθειες τους αυτές, ενισχύουν δηλαδή την νεανική επιχειρηματικότητα, είναι πολλά, τόσο σε Ευρωπαϊκή Ένωση όσο και στην Ελλάδα. Για την ίδρυση και την επιτυχημένη λειτουργία μιας επιχείρησης δεν απαιτείται μόνο η εύρεση του αναγκαίου οικονομικού κεφαλαίου, αλλά υπάρχουν και ορισμένοι άλλοι πολύ σημαντικοί παράγοντες, που σχετίζονται με τους ανθρώπους. Τέτοιοι παράγοντες αποτελούν:

- Τα τυπικά προσόντα του νέου, ώστε το αντικείμενο με το οποίο πρόκειται να ασχοληθεί να ταιριάζει με το αντικείμενο των σπουδών του, με την κατάρτιση που έχει ή ακόμη και την εργασιακή του εμπειρία,

- Το κίνητρο της δημιουργίας. Ο νέος υποψήφιος επιχειρηματίας θα πρέπει να διαθέτει πραγματική και ουσιαστική θέληση για το εγχείρημα αυτό που σχεδιάζει. Ακόμη και σημαντικές δυσκολίες να προκύψουν θα πρέπει να υπάρχει πίστη στις ικανότητες που διαθέτει και επιμονή για να τις αντιμετωπίσει.
- Δεξιότητες και προσωπικά χαρακτηριστικά. Τον νέο επιχειρηματία θα πρέπει να τον διακατέχει το στοιχείο της αυτοβελτίωσης, ώστε μέσα από τις αδυναμίες του που εντοπίζει να βελτιώνεται, να μαθαίνει συνεχώς και να προοδεύει η επιχείρησή του.

Η καινοτομία, η δημιουργικότητα, η ικανότητα συνεργασίας και παρακίνησης, ώστε να δημιουργούνται νέες και καλές συνεργασίες και ευχάριστο περιβάλλον εργασίας, είναι παράγοντες που απαιτούνται σε κάθε νέο επιχειρηματία που ενδιαφέρεται για την επιχείρησή του.

Οι προκαταλήψεις και ανασταλτικοί παράγοντες βέβαια, είναι πολλοί με αποτέλεσμα να απωθούν τους νέους από το να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά σε έναν κλάδο. Πολλοί υποστηρίζουν για παράδειγμα ότι για να είναι επιτυχημένοι επιχειρηματίες πρέπει να προχωρήσουν σε ένα τολμηρό και καινοτόμο επιχειρηματικό σχέδιο. Επίσης, οι γνώσεις και οι ικανότητες που διακατέχουν διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην επιχειρηματικότητα. Σημαντικό ρόλο έχει και η εμπειρία σε ένα επαγγελματικό αντικείμενο. Όσο όμως ένας νέος άνθρωπος παραμένει σε επίπεδο υπαλληλικής σχέσης με το «επιχειρείν», τόσο ολοένα και πιο δύσκολο θα είναι στο μέλλον να αποκτήσει τη δική του επιχείρηση. Ο κυριότερος ίσως φόβος των νέων επιχειρηματιών είναι ότι αποστρέφονται τον μεγάλο κίνδυνο. Ο ρόλος όμως του επιχειρηματία δεν είναι να ρισκάρει σε τέτοιο βαθμό που να κινδυνεύει να ανατρέψει την προσωπική του ζωή. Ο επιχειρηματίας, μέσα στο πλαίσιο των επαγγελματικών κανόνων που λειτουργεί, προσπαθεί να διοχετεύσει το ρίσκο στους γύρω του, δηλαδή στους πελάτες του, στους χρηματοδότες, στους προμηθευτές και στους εργαζόμενους του.

Ο επιχειρηματίας, ουσιαστικά είναι το άτομο που κάνει πράξη την επιχειρηματικότητα, και στηρίζεται στην κοινή πολιτική επενδύσεων για έρευνα και τεχνολογία, στην επιλογή νέων και καινοτόμων χώρων δραστηριοποίησης, καθώς και

στη μετατροπή των αποτελεσμάτων τους σε εμπορικές επιτυχίες, μαχόμενος ταυτόχρονα για την προστασία των δικαιωμάτων του, χωρίς να εμποδίζει παράλληλα τη διάχυση των ιδεών (Schumpeter, 1934). Επιθυμία του επιχειρηματία είναι να μην παραμένει σε κάτι μικρό αλλά να προχωρεί, να προσαρμόζει και να προτείνει το διαφορετικό στην αγορά (Davidsson, 1989). Έχει ανάγκη για κεφάλαια ανάπτυξης, πέρα από τα αρχικά δικά του κεφάλαια και των «άτυπων επενδυτών», όπως αποκαλεί το Global Entrepreneurship Monitor (GEM) τους συγγενείς, φίλους και συναδέλφους του. Συναντά όμως συνήθως, πολλά εμπόδια για την κάλυψή τους από διάφορους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς και αποτελεί πρόκληση για τον ίδιο να βρει και να πείσει επενδυτές και πιστωτές να χρηματοδοτήσουν την ιδέα του.

Τολμά με τα κεφάλαια των άλλων και η δυνατότητά του να βρίσκει τους αναγκαίους πόρους θεωρείται στοιχείο της επιχειρηματικής του ικανότητας (Kirzner, 1973 και 1980).

Ο επιχειρηματίας επιζητά τη χρηματοδότησή του, είτε επανεπενδύοντας συνεχώς τα κέρδη της επιχείρησης (είναι πολύ σημαντικό για το ξεκίνημά της να έχει κέρδη αν και στη φάση αυτή μπορεί να είναι βυθισμένος στα χρέη), είτε πουλώντας μετοχές της σε επενδυτές, «αγγέλους επιχειρήσεων» όπως καλούνται, ή venture capitals, καθώς και επιδιώκοντας χρηματοδότηση χαμηλού κόστους, όπως από ειδικά επιδοτούμενα ταμεία του κράτους (π.χ. το ΤΑΝΕΟ-Ταμείο Ανάπτυξης Νέας Οικονομίας) με μικρότερο βάρος από εκείνο που επιβάλλουν οι διάφοροι πιστωτικοί οργανισμοί. Ένα σημαντικό γνώρισμα της επιχειρηματικότητας είναι η αναγνώριση της ευκαιρίας και για αυτό αποτέλεσε αντικείμενο μελέτης πολλών ερευνητών και επιστημόνων στη διεθνή βιβλιογραφία. Κατά τον Schumpeter (1934), η αναγνώριση της ευκαιρίας προέρχεται από την εξαιρετική ικανότητα του επιχειρηματία (entrepreneur) να μετασχηματίζει την αγορά, για τον McClelland (1961) στην ανάγκη του για επιτεύγματα, κατά τον Rotter (1966), στην ανάγκη του επιχειρηματία να βρίσκεται στο κέντρο της εξουσίας και κατά άλλους ερευνητές στη διαρκή επιδίωξη του κέρδους.

Από τις αρχές του 1980, επιχειρήθηκε μια πιο ολιστική προσέγγιση στην έρευνα για την επιχειρηματικότητα (Gartner, 1985 & 1988, Bygrave & Hofer, 1991). Ο Gartner (1985) πρότεινε μια σύνθετη διαδικασία για τη μελέτη της επιχειρηματικότητας

ερευνώντας την αλληλεπίδραση ανάμεσα σε τέσσερις παράγοντες, τον επιχειρηματία, τον οργανισμό, το περιβάλλον και τη διαδικασία εγκαθίδρυσης της επιχείρησης, την οποία θεωρεί βασική για την ερμηνεία του φαινομένου της επιχειρηματικότητας. Οι Bygrave και Hofer (1991) διέκριναν τον επιχειρηματία ως τον πρωτοπόρο (initiator) και την επιχείρηση ως τον πραγματικό μηχανισμό αξιοποίησης της ευκαιρίας, της οποίας η αναγνώριση όπως ήδη αναφέρθηκε, αποτελεί το πρώτο μέρος της επιχειρηματικότητας. Όπως προκύπτει από την πρόσφατη βιβλιογραφία, η επιχειρηματικότητα είναι μια αρκετά σύνθετη υπόθεση και δεν μπορεί να ερμηνευθεί μονοδιάστατα.

Ούτως ή άλλως, η εποχή μας χαρακτηρίζεται ως η εποχή της ασυμμετρίας, της μη γραμμικότητας και η αντιμετώπιση των φαινομένων δεν μπορεί να γίνει με γραμμική σκέψη (Hammel, 2003). Η επιχειρηματικότητα αποτελεί διαδραστικό συνδυασμό τριών παραγόντων που επηρεάζουν καταλυτικά το χώρο της καινοτομίας, δηλαδή, του επιχειρηματία, της υφιστάμενης γνώσης και εμπειρίας της επιχείρησης και της τεχνολογίας. Ο ρόλος του θεσμικού περιβάλλοντος και της κοινωνικής στάσης απέναντι στην επιχειρηματικότητα (θετική ή αρνητική τοποθέτηση, αναγνώριση του ρόλου της στην οικονομική ανάπτυξη, κλπ.) δεν πρέπει να παραβλέπεται σε καμία περίπτωση.

Το 2000 ο Twaalfhoven επιχείρησε να προσδιορίσει τα διακριτά χαρακτηριστικά ανάμεσα στον επιχειρηματία που διακρίνεται για την επιχειρηματικότητά του και τον ιδιοκτήτη μιας μικρομεσαίας επιχείρησης, που στοχεύει στην εξασφάλιση των όρων απασχόλησής του, με τη μέγιστη δυνατή αποφυγή του κινδύνου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Εισαγωγή

Κατά την Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (2004), <<η επιχειρηματικότητα συνιστά σημαντική κινητήρια δύναμη της καινοτομίας, της ανταγωνιστικότητας και της ανάπτυξης>>.

Η σχέση ανάμεσα στην επιχειρηματικότητα και τις επιδόσεις που αφορούν τη μεγέθυνση, την επιβίωση των επιχειρήσεων, την καινοτομία, τη δημιουργία θέσεων εργασίας, τις τεχνολογικές μεταβολές, την αύξηση της παραγωγικότητας και τις εξαγωγές είναι πάντα θετική. Παράλληλα όμως, η επιχειρηματικότητα αποτελεί και ένα μέσο προσωπικής ανάπτυξης, δηλαδή, της ενίσχυσης της αποτελεσματικότητάς του, της βελτίωσης των ικανοτήτων και δεξιοτήτων του, καθώς και της επιβεβαίωσης του επιχειρηματία για το αισθητήριο και τις επιλογές του, στοιχεία τα οποία δεν είναι δυνατό να μεταβιβαστούν από τη μια γενιά στην άλλη.

Για τον Heilbroner, (2000) η επιχειρηματικότητα είναι μια μορφή ηγετικών ικανοτήτων και ένα λιγότερο κοινωνικά αναγνωρισμένο ταλέντο για την αναγνώριση και αξιοποίηση των επιχειρηματικών ευκαιριών, για το οποίο η κοινωνία δεν τρέφει την ίδια εκτίμηση όπως για τη στρατηγική ικανότητα των στρατηγών, ή την πολιτική αρετή των μεγάλων Πολιτικών.

Η επιχειρηματικότητα χαρακτηρίζεται από την νεοτερικότητα, η οποία στηρίζεται στην καινοτομία (την τάση της επιχείρησης να υποστηρίζει τις νέες ιδέες, τους πειραματισμούς και τη δημιουργική διαδικασία) και την έμφαση στην ανάληψη πρωτοβουλιών (proactiveness). Η τελευταία προσδιορίζεται από την τάση της επιχείρησης να εκμεταλλεύεται τις εξελίξεις, τις τεχνολογίες και τις διαδικασίες της εισαγωγής νέων προϊόντων και υπηρεσιών στην αγορά.

Προϋποθέτει δηλαδή ότι, δημιουργεί τις αλλαγές και δεν τις ακολουθεί. Το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης αποτελεί το μεταβλητό. Σε αυτό προσαρμόζεται διαρκώς και οφείλει να διαμορφώνει το παρόν προσβλέποντας στο μέλλον (Μπουραντάς, 2005), βασισμένη σε μια ευέλικτη στρατηγική, απαλλαγμένη από ακαμψίες, ή «βεβαιότητες» του επιτυχημένου ίσως παρελθόντος της.

Η επιχειρηματικότητα φαίνεται ότι είναι μια πρακτική που μπορεί να βγάλει στην επιφάνεια κρυμμένα χαρακτηριστικά ή ιδιότητες, όπως π.χ. η ανάδειξη ενός προϊόντος, ή μιας υπηρεσίας, με βάση κάποια δευτερογενή τους ιδιότητα (νέα χρήση για υφιστάμενο προϊόν όπως η χάλκινη καλωδίωση και ADSL) και να αναδείξει αξίες προϊόντων, ή διαδικασιών που έχουν παραβληθεί, π.χ. προσδίδει αξία σε «φαινομενικά» απαξιωμένα πράγματα, παλιά υλικά, μηχανήματα και δημιουργίες γενικά, ή διαδικασίες, όπως η παραδοσιακή/ βιολογική καλλιέργεια αγροτικών προϊόντων. Μπορεί όμως επίσης, να επινοήσει και να δημιουργήσει νέες αξίες, όπως π.χ. νέες τεχνικές, ή τεχνολογίες, νέα υλικά, προϊόντα ή υπηρεσίες, μόδα, σύμβολα, κλπ., ή και να ανακαλύψει νέους τρόπους δραστηριότητας, όπως π.χ. νέους τομείς, νέες αγορές, ή διαδικασίες προσέγγισής τους, καθώς και νέες μορφές διοίκησης. Αυτό αποτελεί μια πρακτική που απαιτεί συνεχή εξάσκηση. Η επιχειρηματικότητα δηλαδή, αποτελεί την πρακτική έκφραση της καινοτομίας και ένα από τα σημαντικότερα περιουσιακά στοιχεία κάθε κοινωνίας.

Η καινοτομία από την άλλη, σύμφωνα με τον Sweezy, είναι η λειτουργία ενός κοινωνιολογικού τύπου ανθρώπου, γνωστού ως επιχειρηματία. Το μέγεθος της σημασίας που σήμερα δίνεται στην επιχειρηματικότητα, καταδεικνύεται από τη θέση και πολιτική των κρατών για την ολοένα και μεγαλύτερη προσπάθεια αύξησής της. Αποτελεί δε σημαντικό στόχο της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Σύνοδος της Λισσαβόνας, 2000), η οποία μέσα από συγκεκριμένη πολιτική και επιδοτούμενα προγράμματα, επιδιώκει να την αναπτύξει (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2004). Η καινοτομία αποτελεί τη βασικότερη κινητήριο δύναμη της ανάπτυξης που είναι ο πυρήνας της επιχειρηματικότητας και η οποία καθιστά τις επιχειρήσεις επιτυχημένες.

Και αυτό διότι προσδίδει σε αυτές την ικανότητα να προσαρμόζονται και να εξελίσσονται, κυρίως όταν οι ανταγωνιστικές εταιρείες θα εμφανισθούν στην αγορά με καινοτομικά προϊόντα που θα μεταβάλλουν τα δεδομένα του ανταγωνισμού.

Οι δυο έννοιες είναι έντονα συνδεδεμένες. Για παράδειγμα, σε ένα από τα πρώτα έργα στο πεδίο της καινοτομίας ο Schumpeter (1934) αναγνωρίζει πως η κλίση για καινοτομία συμβάλλει στην ανάπτυξη της οικονομίας μιας χώρας και αποτελεί το θεμελιώδη λίθο για την εμφάνιση της επιχειρηματικότητας. Στα πλαίσια της διεθνούς επιχειρηματικότητας, η κλίση για καινοτομία μπορεί να συμβάλλει στη βελτίωση της επίδοσης της επιχείρησης και στη δημιουργία συγκριτικού πλεονεκτήματος έναντι των ανταγωνιστών της στο διεθνές περιβάλλον.

Η περίπτωση των μεγάλων εταιρειών όπως π.χ. της microsoft, καταδεικνύει ότι η κυριαρχία τους στην παγκόσμια αγορά και η συμβολή τους στην ανάπτυξη την επέτυχαν χάριν στις νέες καινοτομικές μεθόδους. Αντιθέτως, άλλες εταιρείες που παλαιότερα ήταν κυρίαρχες και συνέβαλαν στο ακαθάριστο προϊόν άρα και στην ανάπτυξη, τώρα συρρικνώνονται επειδή οι μέθοδοι παραγωγής δεν στηρίχθηκαν σε καινοτομικές ιδέες.

Από τη δημιουργία των νέων καινοτομικών επιχειρήσεων τα πλεονεκτήματα γίνονται εμφανή πρώτα στις τοπικές και περιφερειακές οικονομίες. Σύμφωνα δε με ενδείξεις οι μεγάλες καινοτόμες επιχειρήσεις συμβάλλουν στην αύξηση της απασχόλησης ανάλογα με τη δομή κάθε περιοχής. Η κλίση για καινοτομία στην διεθνή αγορά (international innovation propensity) αναφέρεται στην τάση της εταιρίας να προωθεί και να υιοθετεί νέες και πρωτοποριακές ιδέες, προϊόντα και υπηρεσίες που αποβλέπουν στην καλύτερη εξυπηρέτηση της διεθνούς αγοράς.

Έχει να κάνει με τη δέσμευση και αφοσίωση της επιχείρησης να αναπτύξει και να υλοποιήσει ριζοσπαστικές ιδέες. Επίσης, πηγάζει από τις αξίες της επιχείρησης και γενικότερα την οργανωτική της κουλτούρα. Το ταχύτατα μεταβαλλόμενο, παγκοσμιοποιημένο, ψηφιακό και άκρως ανταγωνιστικό περιβάλλον είναι από τις σημαντικότερες προκλήσεις που αντιμετωπίζει η σύγχρονη επιχείρηση.

Οι εξελίξεις αυτές καθιστούν αναγκαία τη διαρκή αναζήτηση, συλλογή, επεξεργασία και αξιοποίηση έγκαιρων και έγκυρων πληροφοριών για τις προοπτικές του επιχειρηματικού γίνεσθαι μέσω συλλογής πρωτογενών ή και δευτερογενών δεδομένων. Η προώθηση και ανάπτυξη καινοτομικής δραστηριότητας στα πλαίσια του

παγκόσμιου επιχειρηματικού περιβάλλοντος αποτελεί πλέον μια πρόκληση για όλες τις χώρες που ανταγωνίζονται διεθνώς και ειδικότερα για την Ελλάδα.

Η άνθιση ή μη της επιχειρηματικότητας εξαρτάται από ορισμένους παράγοντες του ευρύτερου οικονομικού περιβάλλοντος. Οι παράγοντες αυτοί είναι (Ιωαννίδης, 2003):

- Χρηματοδοτική Υποστήριξη. Πρόκειται δηλαδή για το βαθμό στον οποίο είναι διαθέσιμοι πόροι και χρηματοδοτική υποστήριξη για νέες και καθιερωμένες επιχειρήσεις με κυριότερες μορφές υποστήριξης τις επιδοτήσεις και τις επιχορηγήσεις. Επίσης, αναφέρεται και στην ποιότητα της διαθέσιμης οικονομικής υποστήριξης, με τη μορφή μετοχικού κεφαλαίου, κεφαλαίου σποράς δανειοδότησης, καθώς και στο βαθμό κατανόησης της επιχειρηματικότητας από τους φορείς του χρηματοπιστωτικού συστήματος.
- Κυβερνητικές Πολιτικές και Προγράμματα. Οι περιφερειακές αλλά και οι εθνικές πολιτικές μπορεί να είναι ουδέτερες, να ενθαρρύνουν ή να αποθαρρύνουν τη δημιουργία νέων και τη στήριξη υφιστάμενων επιχειρήσεων. Επίσης, η επιτυχία των προγραμμάτων στήριξης εξαρτάται από την ποιότητα και ευκολία πρόσβασης σ' αυτά, τη διαθεσιμότητα και την εκπαίδευση του κυβερνητικού προσωπικού καθώς και της αποτελεσματικότητας της δομής των δημοσίων υπηρεσιών.
- Εκπαίδευση. Αναφέρεται στο βαθμό στον οποίο παρέχεται εκπαίδευση για το πώς στήνεται και διοικείται μια επιχείρηση στις διάφορες βαθμίδες του εκπαιδευτικού συστήματος.
- Έρευνα και Ανάπτυξη. Ο βαθμός στον οποίο η έρευνα και ανάπτυξη σε εθνικό επίπεδο οδηγεί τη χώρα σε νέες εμπορικά εκμεταλλεύσιμες ευκαιρίες καθώς και η δυνατότητα ή μη νέων και καθιερωμένων επιχειρήσεων να έχουν πρόσβαση σε δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης επηρεάζει σημαντικά την επιχειρηματικότητα. Αναφέρεται στο θεσμικό πλαίσιο των ευρεσιτεχνιών, στα επίπεδα καινοτομικότητας της χώρας, στον εθνικό σχεδιασμό δαπανών έρευνας και ανάπτυξης, κ.α.

- **Οικονομικό Κλίμα.** Η οικονομική συγκυρία μπορεί να ενθαρρύνει ή να αποθαρρύνει την επιχειρηματική δραστηριότητα.
- **Σύνθεση του Πληθυσμού.** Το μέγεθος του πληθυσμού, αλλά κυρίως η σύνθεσή του ως προς τις εθνικές μειονότητες, μεταναστευτικές ομάδες, θρησκευτικές και άλλες ταυτότητες ευνοούν ή όχι την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.
- **Χαρακτηριστικά της Εργασίας.** Αναφέρεται στα χαρακτηριστικά και στις δεξιότητες του εργατικού δυναμικού, καθώς και στο ύψος του εργατικού κόστους τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

Εφαρμογές της επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα μπορεί να αναπτυχθεί σε οποιονδήποτε τομέα και είδος επιχείρησης. Εφαρμόζεται στους αυτοαπασχολούμενους και στις επιχειρήσεις οποιουδήποτε μεγέθους σε όλες τις φάσεις του κύκλου ζωής μιας επιχείρησης, από τη φάση εκκίνησης έως την ανάπτυξη, τη μεταβίβαση, την παύση λειτουργίας ή την επανέναρξη λειτουργίας.

Η επιχειρηματικότητα αναφέρεται στις επιχειρήσεις όλων των κλάδων, τεχνολογικών ή παραδοσιακών, τις μικρές και τις μεγάλες επιχειρήσεις ανεξαρτήτως ιδιοκτησιακού καθεστώτος: οικογενειακές επιχειρήσεις, επιχειρήσεις εισηγμένες στο χρηματιστήριο, επιχειρήσεις κοινωνικής οικονομίας ή μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί, που συχνά πραγματοποιούν σημαντικές οικονομικές δραστηριότητες. Σύμφωνα με την έρευνα του Global Entrepreneurship Monitor (2006) το 7% των νέων επιχειρηματιών δημιουργούν μία σημαντική νέα εξειδικευμένη αγορά ή οικονομικό τομέα εάν η επιχείρησή τους είναι επιτυχής, ενώ το 70% των νέων επιχειρήσεων παρέχουν προϊόντα ή υπηρεσίες σε υφιστάμενες αγορές στις οποίες υπάρχει ήδη σημαντικός ανταγωνισμός και στις οποίες διατίθεται ήδη για περισσότερο από ένα έτος η βασική τεχνολογία.

Η επιχειρηματικότητα είναι νοοτροπία και τρόπος δημιουργίας και ανάπτυξης οικονομικής δραστηριότητας μέσω του συνδυασμού της ανάληψης κινδύνου, της

δημιουργικότητας και της καινοτομίας με τη χρηστή διαχείριση, στο πλαίσιο ενός νέου ή υφιστάμενου οργανισμού.

Ο ρόλος και τα αποτελέσματα της επιχειρηματικότητας

Στις μέρες μας, όλοι οι διεθνείς οργανισμοί αναγνωρίζουν ότι το επίπεδο επιχειρηματικότητας μιας χώρας αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες που προσδιορίζουν την οικονομική ανάπτυξη, την ανταγωνιστικότητα, την απασχόληση και την κοινωνική της συνοχή. Το ενδιαφέρον για την επιχειρηματικότητα αποτελεί ένα μάλλον πρόσφατο φαινόμενο, εφόσον η σχετική έρευνα και συζήτηση σε παγκόσμιο επίπεδο έλαβε μεγάλη έκταση από τη δεκαετία του 1990.

Σήμερα, η επιχειρηματικότητα έχει αναγνωριστεί πλέον ως βασικός μοχλός της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης σε όλο τον κόσμο. Ενέχει δε, σημαντικό βαθμό σπουδαιότητας και αναγκαιότητας ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, κυρίως στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι οποίες παρουσιάζουν σημαντικό έλλειμμα στην εκδήλωση επιχειρηματικής πρωτοβουλίας σε σχέση με τις Η.Π.Α. Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, τα σημαντικότερα οικονομικά αποτελέσματα της επιχειρηματικότητας είναι τα εξής:

1. Απαραίτητη προϋπόθεση δημιουργίας μονοπωλιακής θέσης για την επιχείρηση, καθώς και για τη επίτευξη μονοπωλιακών κερδών, είναι η επιτυχημένη εισαγωγή καινοτομίας στην αγορά. Βέβαια, μια τέτοια μονοπωλιακή κατάσταση, θα είναι μάλλον προσωρινή, εφόσον υπάρχουν και οι «μιμητές» επιχειρηματίες στην αγορά, όπως επίσης και λόγω της αναπόφευκτης λειτουργίας του «κύκλου ζωής» των προϊόντων και υπηρεσιών. Λόγω της ύπαρξης των μιμητών επιχειρηματιών, τα οφέλη που πηγάζουν από τη λειτουργία της καινοτομίας θα τα καρπωθούν μακροχρόνια οι καταναλωτές, υπό την προϋπόθεση βέβαια ότι η ελευθερία εισόδου και εξόδου από τον κλάδο δεν παρεμποδίζεται.

2. Με τη βοήθεια της καινοτομικής δραστηριότητας παράγονται νέα ή βελτιωμένης

ποιότητας προϊόντα ή υπηρεσίες, με αποτέλεσμα να αυξάνονται οι επιλογές των καταναλωτών. Παράλληλα, θα υπάρχει η δυνατότητα δημιουργίας καινούριων τεχνικών και μεθόδων για τη βελτίωση και την προώθηση των προϊόντων, οι οποίες μάλιστα είναι πιθανό να δημιουργήσουν απαιτήσεις για την απορρόφηση νέου εργατικού δυναμικού ή την ανάγκη για περαιτέρω εξειδίκευση των εργαζομένων.

3. Η επιχειρηματικότητα οδηγεί στην ανάπτυξη νέων μορφών οργάνωσης των επιχειρήσεων, οι οποίες θα βασίζονται περισσότερο στις γνώσεις και τις δεξιότητες των ατόμων που εργάζονται στην επιχείρηση. Με τον τρόπο αυτό, θα γίνεται καλύτερη αξιολόγηση και επίτευξη των στρατηγικών στόχων της επιχείρησης.

4. Θα υπάρξει τόνωση και διεύρυνση της οικονομικής δραστηριότητας, με τη δημιουργία καινούριων αγορών για το νέο προϊόν ή υπηρεσία, οι οποίες θα οδηγήσουν στην ίδρυση άλλων επιχειρήσεων συμπληρωματικών ή και ανταγωνιστικών.

5. Η δημιουργία νέων μεθόδων παραγωγής, θα αυξήσει την παραγωγικότητα και αποτελεσματικότητα των συντελεστών παραγωγής μειώνοντας το κόστος, ή υποκαθιστώντας τις πρώτες ύλες με φθηνότερες και αποτελεσματικότερες.

6. Είναι επίσης φανερό, ότι οι επιχειρηματίες οι οποίοι μιμούνται μια καινοτομική δραστηριότητα συμβάλλουν δραστικά στην περαιτέρω ανάπτυξη της οικονομίας, διαχέοντας όλα τα παραπάνω θετικά αποτελέσματα της καινοτομίας στην αγορά.

7. Τέλος, με το να αξιοποιείται κάθε ευκαιρία κέρδους και με τη μείωση της «άγνοιας» που παρατηρείται στις αγορές στις οποίες εκδηλώνεται η επιχειρηματική δραστηριότητα, προωθείται η οικονομική ισορροπία.

Στο σημείο αυτό, πρέπει να αναφερθούν οι απαραίτητες συνθήκες που απαιτούνται προκειμένου να εκδηλωθεί και να υλοποιηθεί το φαινόμενο της επιχειρηματικής δραστηριότητας και πρωτοβουλίας.

Αυτές οι προϋποθέσεις έχουν να κάνουν με τις «ατομικές» ή «ψυχολογικές» και με τις «εξωτερικές» ή «περιβαλλοντικές» συνθήκες που λειτουργούν στο πλαίσιο μιας οικονομίας. Οι ατομικές προϋποθέσεις αναφέρονται στις προτιμήσεις και στις

ικανότητες των ατόμων, ενώ οι περιβαλλοντικές προϋποθέσεις αφορούν στα διάφορα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά και λειτουργίες. Αναφορικά με τις ατομικές προϋποθέσεις που είναι απαραίτητες για την εκδήλωση της επιχειρηματικότητας, έχει διαπιστωθεί ότι εξαρτώνται από:

- Τις ψυχολογικές επιδράσεις που έχουν δεχτεί τα άτομα, ειδικά πριν από την ενηλικίωσή τους.
- Τις προτιμήσεις που δείχνουν και τις ιδιαίτερες ικανότητές τους απέναντι στον επιχειρηματικό κίνδυνο.
- Τις οικονομικές τους εμπειρίες.

Η προσεκτική μελέτη των παραπάνω προϋποθέσεων είναι πολύ σημαντική, εφόσον με αυτόν τον τρόπο γίνεται κατανοητός ο βαθμός στον οποίο κάθε μια από αυτές επηρεάζει την απόφαση ενός ατόμου να εκδηλώσει επιχειρηματική δραστηριότητα.

Σχετικά με τις περιβαλλοντικές προϋποθέσεις που είναι απαραίτητες για την εκδήλωση και την ανάπτυξη επιχειρηματικότητας σε μια οικονομία, αυτές επηρεάζονται από τις εξής θεμελιώδεις συνθήκες:

Πίνακας 5

Ύπαρξη του θεσμού της ατομικής ιδιοκτησίας και η προστασία του θεσμού αυτού.

Ελεύθερη οικονομία, στην οποία η επιβράβευση της «αξίας» ή η καταξίωση προέρχεται από την απρόσωπη αγορά.

Θεσμικό και πολιτισμικό περιβάλλον, το οποίο θα ενθαρρύνει την οικονομική προσπάθεια και πρωτοβουλία του ατόμου.

Διαθεσιμότητα κατάλληλων (ποσοτικά και ποιοτικά) συντελεστών παραγωγής.

Σύμφωνα με τον Stevenson ο ορισμός της επιχειρηματικότητας υπερβαίνει την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης επεκτείνοντας την έννοια και σε υπάρχουσες

επιχειρήσεις. Η μορφή επιχειρηματικότητας η οποία αφορά στο εσωτερικό μεγάλων επιχειρήσεων είναι η ενδοεπιχειρηματικότητα (intrapreneurship ή corporate entrepreneurship).

Η ενδοεπιχειρηματικότητα ως έννοια εμφανίστηκε στις αρχές της δεκαετίας του '90 απαντώντας στον “κορεσμό” που παρατηρείται σε μεγάλες επιχειρήσεις και οργανισμούς. Μέσω της ενδοεπιχειρηματικότητας, οι μεγάλες επιχειρήσεις προσπαθούν να αποκτήσουν το επιχειρηματικό πλεονέκτημα. Η πρώτη αναφορά σε αυτή έγινε το 1978 από τους Pinchot III και την Elisabeth Pinchot, (Pinchot 1985). Για πολλούς η ενδοεπιχειρηματικότητα αποτελούσε αρχικά οξύμωρη έννοια. Για παράδειγμα, ο Morse (1986) χαρακτηρίζει την έννοια αυτή ως “ψευδαίσθηση” λόγω του γραφειοκρατικού συστήματος των μεγάλων εταιριών το οποίο δεν μπορεί να παρέχει στους εργαζόμενους τις ανταμοιβές και την αυτονομία που απαιτεί η επιχειρηματική πρωτοβουλία. Ωστόσο, αρκετές από τις επιχειρήσεις σήμερα υιοθετούν την επιχειρηματική διαχείριση (entrepreneurial management) στη λειτουργία τους.

Οι Stevenson και Jarillo (1990) πιστεύουν ότι η ενδοεπιχειρηματικότητα και το επιχειρηματικό μάνατζμεντ είναι αυτά που θα πρέπει να αποτελούν αντικείμενα διδασκαλίας των φοιτητών στα αντίστοιχα προγράμματα MBA (business administration). Τονίζουν επίσης, ότι η πλούσια έρευνα στην επιχειρηματικότητα επικεντρώνεται στον επιχειρηματία που ιδρύει μια νέα επιχείρηση με αποτέλεσμα η επιχειρηματικότητα να θεωρείται ότι αναφέρεται αποκλειστικά στις ΜΜΕ. Υπάρχει συνεπώς ανάγκη να οριστεί η επιχειρηματικότητα ανεξάρτητα με το μέγεθος των επιχειρήσεων ώστε να μελετηθεί ολόκληρο το φάσμα των χαρακτηριστικών της.

Ουσιαστικά, η ενδοεπιχειρηματικότητα γεφυρώνει το επιχειρείν των ΜΜΕ με αυτό των μεγάλων εταιριών. Οι Antoncic & Hisrich (2003) συμφωνούν με τον ευρύ της ορισμό ως επιχειρηματικότητα στο εσωτερικό επιχειρήσεων που όμως δεν αφορά στις διαδικασίες του πυρήνα τους και επισημαίνουν ότι απαντάται σε διαφορετικό βαθμό στο ενδοεπιχειρηματικό περιβάλλον.

Με τον πλέον δόκιμο όρο της ενδοεπιχειρηματικότητας, οι ερευνητές του θέματος περιλαμβάνουν τουλάχιστον οκτώ διαδικασίες στο εσωτερικό μεγάλων εταιριών:

την δημιουργία νέων αυτόνομων ενδοεταιρικών μονάδων,
τη δημιουργία νέων προϊόντων,
την καινοτομία σε προϊόντα και υπηρεσίες,
την καινοτομία σε διαδικασίες παραγωγής,
την ανανέωση της εταιρείας,
την ανάληψη ρίσκου από τους εργαζόμενους,
την πρόνοια και την προεργασία για πρωτοβουλίες της εταιρείας και
το επιχειρηματικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών.

Το επιχειρηματικό μάνατζμεντ παρουσιάζει ομοιότητες αλλά και βασικές διαφορές με παρόμοιες μορφές διαχείρισης όπως: οι στρατηγικές διαφοροποίησης, η αναβάθμιση των δυνατοτήτων της εταιρείας, η οργανωσιακή μάθηση και η οργανωσιακή καινοτομία. Σίγουρα αποτελεί όμως την πιο πρόσφατη μορφή διαχείρισης για την οποία υπάρχει έντονη συζήτηση στη βιβλιογραφία.

Σύμφωνα με τους Stevenson και Jarillo (1990), το επιχειρηματικό μάνατζμεντ στοχεύει να απαντήσει το πώς επιτυγχάνονται τα επιχειρηματικά εγχειρήματα, ανεξάρτητα με το τι αποτελέσματα έχει στην οικονομία η επιχειρηματικότητα.

Στο εξεταζόμενο πλέγμα: αίτιο –συμπεριφορά–αποτέλεσμα επιχειρηματικότητας, οι συγγραφείς προσεγγίζουν την διαχειριστική συμπεριφορά του επιχειρηματία, ανεξάρτητα με το αν δημιουργεί νέα επιχείρηση ή δραστηριοποιείται στο εσωτερικό μιας υπάρχουσας, προσεγγίζοντας έτσι την πρακτική αξία του επιχειρείν.

Η θεώρησή τους για την υιοθέτηση επιχειρηματικού μάνατζμεντ, ή αν με άλλα λόγια η εταιρεία ως ενότητα μπορεί να λειτουργήσει επιχειρηματικά με δομή bottom-up, συνοψίζεται σε ένα σύνολο έξι προτάσεων:

1. Επιχειρηματική εταιρεία είναι αυτή που ακολουθεί ευκαιρίες ανεξάρτητα με τους πόρους τους οποίους ελέγχει,
2. Ο βαθμός ενδοεπιχειρηματικότητας της εταιρείας εξαρτάται από τη διάθεση των εργαζομένων της,
3. Η φαινόμενη επιχειρηματική συμπεριφορά της εταιρείας εξαρτάται από την προσπάθειά της να ενισχύσει τις επιχειρηματικές προσπάθειες των εργαζομένων της μαθαίνοντάς τους και επιβραβεύοντάς τους στο να εντοπίζουν ευκαιρίες,
4. Οι εταιρείες που συνειδητά αμβλύνουν τις αρνητικές συνέπειες των αποτυχημένων επιχειρηματικών τολμημάτων των εργαζομένων τους θα επιδείξουν υψηλότερη επιχειρηματική συμπεριφορά,
5. Όχι μόνο το μέγεθος των επιτυχιών αλλά οι όποιες ενδείξεις επιχειρηματικής συμπεριφοράς εξαρτώνται από την ικανότητα των εργαζομένων να εντοπίζουν ευκαιρίες, και
6. Οι εταιρείες που θα συμμετέχουν σε δίκτυα και θα μοιραστούν τους διαθέσιμους πόρους τους θα επιδείξουν υψηλότερη επιχειρηματική συμπεριφορά.

Είναι σαφές ότι η θεώρηση των Stevenson & Jarillo (1990) στηρίζεται στην επιχειρηματική ευκαιρία και ενοποιεί την επιχειρηματικότητα των μεμονωμένων ατόμων και των επιχειρήσεων θεωρώντας τις τελευταίες ως οντότητες (οργανισμούς) που μπορούν να επιλέξουν να δραστηριοποιηθούν όμοια με τους συνήθεις επιχειρηματίες. Η ανάπτυξη εταιρικών συνεργατικών δικτύων καινοτομίας, ανοιχτών καινοτομιών ή άλλων κοινών προσπαθειών είναι σύγχρονα φαινόμενα που θα καταδείξουν τις δυνατότητες της νέας αυτής οργάνωσης των επιχειρήσεων.

Ακαδημαϊκή Επιχειρηματικότητα

Η ακαδημαϊκή επιχειρηματικότητα αναφέρεται ως μια άλλη μορφή επιχειρηματικότητας άμεσα συνδεδεμένης με την καινοτομία (academic entrepreneurship) και αφορά σε πανεπιστήμια ή άλλα ακαδημαϊκά ιδρύματα (Louis et al. 1989, Shane 2004).

Με τον όρο αυτό υπονοείται η επιχειρηματική δραστηριοποίηση των πανεπιστημίων προκειμένου να εμπορευματοποιήσουν αποτελέσματα της έρευνας την οποία εκπονούν με τη μορφή καινοτόμων προϊόντων στην αγορά. Για το σκοπό αυτό, τα ακαδημαϊκά ιδρύματα ιδρύουν μικρές "δορυφορικές" εταιρείες καινοτομίας (spin-offs) οι οποίες μεταφέρουν τεχνολογία από την ακαδημαϊκή κοινότητα στη βιομηχανία.

Σε μια ευρύτερη προσέγγιση, πέρα από τις ακαδημαϊκές δημοσιεύσεις, η ανάπτυξη ευρεσιτεχνιών, και η κατοχύρωση των δικαιωμάτων τους από τα πανεπιστήμια θεωρείται ακαδημαϊκή επιχειρηματικότητα. Ακόμα, πολλά πανεπιστήμια στις μέρες μας υποστηρίζουν την έναρξη μικρών εταιρειών από τους φοιτητές και τους αποφοίτους τους μέσω θερμοκοιτίδων επιχειρηματικότητας (business incubators) τις οποίες διαθέτουν (Hackett & Dilts, 2004). Οι νεοϊδρύμενες επιχειρήσεις (start-ups) από τους νέους αυτούς επιχειρηματίες στο εσωτερικό του πανεπιστημίου φιλοξενούνται στην επιχειρηματική θερμοκοιτίδα η οποία τους παρέχει βασικό εξοπλισμό και συμβουλευτική στην αρχική τους φάση, μέχρι δηλαδή να εισέλθουν στην αγορά.

Έχει παρατηρηθεί ότι η “επώαση” των επιχειρήσεων αυτών συμβάλλει ουσιαστικά στην αρχική βιωσιμότητά τους. Όταν η νέα επιχείρηση αποκτήσει μερίδιο στην αγορά ώστε να είναι σε θέση να ανταπεξέλθει στον ανταγωνισμό τότε αποχωρίζεται την επιχειρηματική θερμοκοιτίδα του πανεπιστημίου και αυτονομείται. Είναι προφανές ότι η καινοτομία είναι εγγενώς συνδεδεμένη με την έρευνα και τις εφευρέσεις και για το λόγο αυτό ο Drucker (1985) αναφέρει συχνά το πανεπιστήμιο ως φορέα καινοτομίας.

Το πανεπιστήμιο θεωρείται επίσης ότι συμβάλλει στην οικονομική αύξηση σε πολλές χώρες (Yusuf & Kaoru, 2007) κυρίως δια μέσου της μεταφοράς τεχνολογίας (Hughes, 2003). Γενικότερα, στις σύγχρονες θεωρήσεις για την οικονομία της γνώσης, τα πανεπιστήμια θεωρούνται ότι κατέχουν κεντρικό ρόλο.

Οι Vorley & Nelles (2008) παρατηρούν ότι ταυτόχρονα με την ακαδημαϊκή επιχειρηματικότητα συναντάται στη βιβλιογραφία και ο όρος “πανεπιστημιακή επιχειρηματικότητα” ο οποίος μοιάζει να είναι ταυτόσημος. Εντούτοις, οι συγγραφείς υποστηρίζουν ότι χρειάζεται ένας καθαρός ορισμός της ακαδημαϊκής

επιχειρηματικότητας και όχι απλές αναφορές σε εταιρείες spin-off. Είναι γεγονός ότι η σύνδεση του πανεπιστημίου και της αγοράς είναι περίπλοκη καθώς αναζητείται “μια Τρίτη αποστολή” για το πανεπιστήμιο στη σύγχρονη κοινωνία η οποία να μην αφορά αμιγώς τη διδασκαλία και την έρευνα όπως παραδοσιακά γίνεται (Jongbloed et al, 2008).

Αυτή λοιπόν η “τρίτη αποστολή” αφορά στον επιχειρηματικό τρόπο σκέψης και αποτελεί σύγχρονο αντικείμενο συζήτησης (και μερικές φορές διένεξης) ανάμεσα στην ακαδημαϊκή κοινότητα. Οι Gibb & Hannon (2006) συζητούν περαιτέρω την ιδέα του “επιχειρηματικού πανεπιστημίου” (entrepreneurial university) και των διαδικασιών που απαιτούνται για τη δημιουργία του.

Οι συγγραφείς παρατηρούν ότι ο συνδυασμός της παροχής εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα με τη μεταφορά τεχνολογίας, τη διατήρηση επιχειρηματικών θερμοκοιτίδων και τεχνολογικών πάρκων όπως και με την υιοθέτηση του επιχειρηματικού τρόπου σκέψης στην εσωτερική οργάνωσή του, μεταστρέφει το χαρακτήρα ενός πανεπιστημίου σε επιχειρηματικό, γεγονός που αναμένουν να παρατηρηθεί σε μεγαλύτερη κλίμακα στην ανώτατη εκπαίδευση διεθνώς λόγω πολλών και διαφορετικών κοινωνικών πιέσεων.

Κοινωνική Επιχειρηματικότητα

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα (social entrepreneurship) είναι μια σύγχρονη και ιδιαίτερα δυναμική μορφή επιχειρηματικότητας η οποία κερδίζει όλο και περισσότερη προσοχή.

Για παράδειγμα, ο Muhammad Yunus, ιδρυτής της τράπεζας Grameen στο Bangladesh η οποία παρείχε πλήθος μικροδανείων στον ντόπιο πληθυσμό, κέρδισε το Βραβείο Νόμπελ Ειρήνης του 2006.

Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι επιχειρηματίες με κοινωνική αποστολή

(Dees 1998). Η κοινωνική τους αποστολή είναι σαφής και καθορίζει τον τρόπο που ανακαλύπτουν και ακολουθούν τις επιχειρηματικές ευκαιρίες. Όμοια με τους επιχειρηματίες οι οποίοι παράγουν οικονομική επιχειρηματική αξία κατά Timmons, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες παράγουν κοινωνική αξία (social value). Για τους κοινωνικούς επιχειρηματίες η παραγωγή οικονομικής αξίας δεν είναι αυτοσκοπός αλλά μέσο για την επίτευξη της κοινωνικής αξίας.

Ο Cannon (2000) χωρίζει τους κοινωνικούς επιχειρηματίες σε τρεις κατηγορίες: αυτούς που απέκτησαν πλούτο αλλού και επιθυμούν να επιστρέψουν ένα μέρος του για κοινωνικούς σκοπούς, αυτούς που παρείχαν κοινωνική εργασία και αναζητούν πιο αποτελεσματικούς τρόπους για να προχωρήσουν αφού απογοητεύτηκαν από την ανεπάρκεια της κρατικής υποστήριξης, και σε αυτούς που ακολούθησαν οικονομικές και εμπορικές σπουδές έχοντας πάντοτε κατά νου την κοινωνική επιχείρηση.

Ο Dees (1998) παρατηρεί ότι οι συνθήκες είναι πλέον ώριμες για την ανάπτυξη κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα δεν είναι νέο φαινόμενο και πολλοί επιχειρηματίες του παρελθόντος μπορούν σήμερα να χαρακτηριστούν ως κοινωνικοί επιχειρηματίες λόγω της κοινωνικής αξίας που παρήγαγαν μέσω των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων τους. Ωστόσο, η κοινωνική επιχειρηματικότητα σήμερα χρειάζεται να οριστεί ακαδημαϊκά προκειμένου να διαφοροποιηθεί από την κοινωνική εργασία και τον κοινωνικό ακτιβισμό.

Οι Martin & Osberg (2007) επισημαίνουν ότι οι διαφορές των τριών αυτών μορφών κοινωνικής συμμετοχής διαφέρουν ως προς την ανάληψη άμεσης ή έμμεσης δράσης και ως προς την διατάραξη της υπάρχουσας ισορροπίας.

Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες αναλαμβάνουν άμεση δράση με σκοπό την (κοινωνική) αλλαγή και τη δημιουργία και διατήρηση μιας νέας ισορροπίας όπου η έννοια της “ισορροπίας” είναι ανάλογη της ισορροπίας της αγοράς. Είναι λοιπόν προφανές ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι ενεργητική από κοινωνικο-οικονομικής άποψης και στοχεύει σε αίτια και όχι σε συμπτώματα προβληματικών κοινωνικών καταστάσεων.

Γι' αυτό και ο Dees παρατηρεί ότι δεν είναι καθόλου εύκολη έννοια και δεν θα πρέπει να συγγέται με την περιστασιακή φιλανθρωπία ή την κοινωνική εταιρική ευθύνη. Συνεπώς, ο οποιοσδήποτε ορισμός της θα πρέπει να αντιστακλά όλο το εύρος και το κίνητρο του σκοπού της.

Εφόσον λοιπόν πρόκειται για καθαυτή επιχειρηματικότητα, ο Dees (1998) προτείνει έναν ορισμό ο οποίος περιγράφει το “τι κάνουν” οι κοινωνικοί επιχειρηματίες ανάλογα με τους ορισμούς της επιχειρηματικότητας που δόθηκαν στην προηγούμενη ενότητα.

Πιο συγκεκριμένα: οι κοινωνικοί επιχειρηματίες παίζουν το ρόλο του παράγοντα αλλαγής στον κοινωνικό τομέα:

1. Αναλαμβάνοντας αποστολή να δημιουργήσουν και να διατηρήσουν κοινωνική (και όχι μόνο ατομική) αξία,
2. Αναγνωρίζοντας και ακολουθώντας ακούραστα νέες ευκαιρίες για να εξυπηρετήσουν την αποστολή τους,
3. Εμπλέκονται σε συνεχή διαδικασία καινοτομίας, προσαρμογής και μάθησης,
4. Λειτουργούν θαρραλέα χωρίς να περιορίζονται από τους πόρους τους οποίους ελέγχουν, και
5. Δείχνουν υψηλή αίσθηση απολογισμού για τα αποτελέσματα που παρήχθησαν και για τις κοινωνικές ομάδες που υποστηρίχθηκαν.

Ο ρόλος του κοινωνικού επιχειρηματία ως παράγοντα αλλαγής (επίσης στους Martin & Osberg 2007, νοείται όπως ο ρόλος της καινοτομίας από το Schumpeter και τον Drucker. Δηλαδή, όμοια με το παράδειγμα του Drucker όπου η ίδρυση μιας οποιασδήποτε επιχείρησης δεν αποτελεί πράξη επιχειρηματικότητας έτσι και οποιαδήποτε μη κερδοσκοπική εταιρεία δεν είναι εταιρεία κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Η καινοτομία και η αφοσίωση στο σκοπό είναι απαραίτητα συστατικά για το δεύτερο. Σύμφωνα με τον Dees, το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίζει η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι η αποτίμηση της κοινωνικής συνεισφοράς (Young, 2006). Ενώ δηλαδή η εμπορική αγορά λειτουργεί έτσι ώστε να ανατροφοδοτεί και να ενισχύει τον επιχειρηματία που οργανώνει τους εκάστοτε πόρους

στην υψηλότερη μορφή παραγωγικότητας, δεν συμβαίνει το ίδιο με τους κοινωνικούς επιχειρηματίες.

Η μέτρηση της κοινωνικής αξίας είναι αρκετά αόριστη και αμφιλεγόμενη ενώ υπάρχουν μόνο έμμεσες ενδείξεις γι' αυτή όπως για παράδειγμα η συγκέντρωση επιχορηγήσεων, δωρεών ή εθελοντικής εργασίας. Οι άμεσα ωφελούμενοι δεν είναι συνήθως σε θέση να πληρώσουν για τη βοήθεια που δέχονται γεγονός που καθιστά τους κοινωνικούς επιχειρηματίες “μια σπάνια και γενναία κατηγορία επιχειρηματιών” (Dees, 1998).

Οι Certo και Miller (2008) επισημαίνουν ότι στο νέο αυτό πεδίο έρευνας, το οποίο επιχειρεί τον περίπλοκο συγκερασμό της συνήθους επιχειρηματικότητας και του εθελοντισμού, απαιτούνται εμπειρικές μελέτες τόσο για τη φύση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας όσο και για τα χαρακτηριστικά των κοινωνικών επιχειρηματιών και των κοινωνικών τους δικτύων.

Πράσινη Επιχειρηματικότητα

Μια συναφής μορφή της κοινωνικής επιχειρηματικότητας που είναι εστιασμένη στην προστασία του περιβάλλοντος είναι η πράσινη επιχειρηματικότητα (ecopreneurship) (Isaak, 1998, Schaper, 2005).

Η πράσινη επιχειρηματικότητα εμπνέεται από τις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης και συμβαδίζει με το οικολογικό κίνημα της εποχής μας. Είναι δε γεγονός ότι σήμερα γίνεται αρκετή συζήτηση για την υιοθέτηση “πράσινης λογικής” από τις υπάρχουσες εταιρείες (green management). Σε διάφορες προσεγγίσεις του επιχειρηματία αναφέρεται συχνά ότι σε καταστάσεις αλλαγής “οι επιχειρηματίες βλέπουν ευκαιρίες εκεί που άλλοι βλέπουν προβλήματα”. Η ανάγκη λοιπόν για προστασία του περιβάλλοντος και για ορθολογική χρήση των φυσικών πόρων, έχει επιφέρει αλλαγή στον τρόπο αντιμετώπισης πολλών θεμάτων (π.χ. βιώσιμη ανάπτυξη).

Επομένως, νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες δημιουργούνται για πράσινους επιχειρηματίες. Όμως, οι επιχειρηματίες αυτοί οφείλουν να διέπονται από υψηλή κοινωνική ευθύνη όμοια με τους κοινωνικούς επιχειρηματίες. Ο Schaper (2002) παρατηρεί πως η άποψη ότι το οικολογικό κίνημα μπορεί να δημιουργήσει νέες αγορές για επιχειρηματικές δραστηριότητες, παρά να αποτελέσει αίτιο επιχειρηματικής συρρίκνωσης, έχει δημοσιευτεί από τις αρχές της δεκαετίας του `70.

Το ερώτημα περί πράσινης επιχειρηματικότητας είναι αν οι κοινωνικές συνθήκες έχουν ωριμάσει τόσο ώστε να είναι βιώσιμες οι πράσινες μικρομεσαίες επιχειρήσεις οι οποίες είναι προφανές ότι είναι επιχειρήσεις καινοτομίας. Επίσης, ενδιαφέρον παρουσιάζει και το ερώτημα κατά πόσο οι εκκολαπτόμενοι επιχειρηματίες βρίσκουν ενδιαφέρουσα τη δραστηριοποίησή τους σε τομείς πράσινης επιχειρηματικότητας.

Δημόσια Επιχειρηματικότητα

Η έννοια της επιχειρηματικότητας του δημοσίου τομέα δεν είναι καθιερωμένη ακαδημαϊκά και γενικά αμφισβητείται η συνέργεια της επιχειρηματικής πρωτοβουλίας με τη δημόσια διοίκηση (π.χ. Terry, 1993). Η δημόσια επιχειρηματικότητα (public entrepreneurship) μπορεί να συζητηθεί μόνο σε ορισμένες περιπτώσεις και υπό προϋποθέσεις (π.χ. Zerbinati & Souitaris, 2004). Ένα στέλεχος του δημοσίου τομέα μπορεί να θεωρηθεί ότι λειτουργεί επιχειρηματικά όταν τείνει να οργανώσει τους διαθέσιμους πόρους προς μια μορφή υψηλότερης παραγωγικότητας, σύμφωνα δηλαδή με τη θεώρηση του Say στις αρχές του 19ου αιώνα.

Η παραγωγικότητα αυτή αφορά αυστηρά σε κοινωνικά αγαθά και αξίες όμοια με την κοινωνική επιχειρηματικότητα. Κατά συνέπεια η δημόσια επιχειρηματικότητα θα πρέπει να υιοθετεί καινοτομία προκειμένου να εξυπηρετήσει καλύτερα τους όποιους ενδιαφερόμενούς της. Ο Drucker (1985) επισημαίνει ότι: “οι δημόσιοι φορείς πρέπει να λειτουργούν επιχειρηματικά όπως οι εταιρείες, ίσως και περισσότερο”. Ο βασικός λόγος για καινοτομία είναι να αντιμετωπίζουν οι φορείς αυτοί αποτελεσματικά τις γρήγορες κοινωνικές αλλαγές.

Η διεθνής επιχειρηματικότητα

Η τελευταία δεκαετία του 20 αιώνα έχει δείξει ότι οι ραγδαίες αλλαγές μπορούν να συμβούν μέσα σε ένα πολύ σύντομο χρονικό διάστημα . Η έννοια της Διεθνούς Επιχειρηματικότητας είναι ένας σημαντικός παράγοντας που έχει επηρεάσει τον τρόπο που οι άνθρωποι επεκτείνουν τον διεθνή προσανατολισμό τους. Δεν υπάρχει πλέον κανένας επιχειρηματίας ή οργανισμός ο οποίος να διακατέχεται από την ιδέα ότι ο δρόμος για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας σταματάει μέσα στα όρια της ίδιας του της χώρας. Οι επιχειρηματίες και οι μικρές επιχειρήσεις δεν είναι πλέον περιορισμένες στις τοπικές αγορές. Στην πραγματικότητα, θεωρείται πλέον επιβεβλημένο για τους επιχειρηματίες που έχουν εθνικό προσανατολισμό, να λαμβάνουν μέρος και να ανταγωνίζονται στη διεθνή αγορά.

Ο όρος της διεθνούς επιχειρηματικότητας αναφέρεται σε φιλόδοξους επιχειρηματίες οι οποίοι αναπτύσσουν καινοτομίες, δημιουργούν θέσεις απασχόλησης και συνεισφέρουν σε μια πιο λαμπρή εθνική και παγκόσμια οικονομία. Σε αυτό το σημείο αναφέρονται τα παραδείγματα των αυτοδημιούργητων επιχειρηματιών γιγάντων Bill Gates, και Steve Jobs. Σύμφωνα με τους McDougall και Oviatt (2005), η διεθνής επιχειρηματικότητα είναι ένας συνδυασμός από καινοτόμες και ριψοκίνδυνες ιδέες που περνούν τα διεθνή σύνορα και ως σκοπό έχουν τη δημιουργία αξίας για τους οργανισμούς.

Η διεθνής επιχειρηματικότητα αναφέρεται σε δραστηριότητες που αφορούν όλα τα ιεραρχικά επίπεδα της εταιρίας, είναι συνδεδεμένη στενά με την οργανωτική κουλτούρα της εταιρίας και αποσκοπεί στη δημιουργία μιας μακροπρόθεσμα υψηλής αξίας, μέσω της αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών στη διεθνή αγορά.

Σύμφωνα με αυτόν τον ορισμό η διεθνής επιχειρηματικότητα διακρίνεται σε τέσσερα βασικά χαρακτηριστικά. Πιο συγκεκριμένα:

Αναφέρεται σε δραστηριότητες σε όλα τα ιεραρχικά επίπεδα

Συνδέεται με την οργανωτική κουλτούρα της επιχείρησης

Συμβάλλει στη δημιουργία μιας υψηλής αξίας σε μακροχρόνια κλίμακα

Εμπεριέχει την αξιοποίηση επιχειρηματικών ευκαιριών στη διεθνή αγορά

Η διεθνής επιχειρηματική κουλτούρα αποτελείται από έξι αλληλένδετες διαστάσεις, οι οποίες είναι: 1) ο προσανατολισμός στη διεθνή αγορά, 2) η τάση για μάθηση στη διεθνή αγορά, 3) η κλίση για καινοτομία στη διεθνή αγορά, 4) η τάση για ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου στη διεθνή αγορά, 5) η κλίση για συνεργασία στη διεθνή αγορά και 6) η παρακίνηση για διεθνοποίηση.

Ο προσανατολισμός στη διεθνή αγορά (international market orientation) αναφέρεται στην τάση της εταιρίας να προσφέρει αξία στους πελάτες της στις αγορές του εξωτερικού, ικανοποιώντας τις ανάγκες τους. Συνδέεται με τις αξίες και τα «πιστεύω» της επιχείρησης και συνεπώς αποτελεί χαρακτηριστικό της οργανωτικής της κουλτούρας.

Κίνητρα για ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας διεθνώς

Καμία επιχείρηση δε θα ήθελε να αποκοπεί από τον διεθνή ανταγωνισμό, καθώς έτσι αφήνει ανεκμετάλλευτες σημαντικές ευκαιρίες. Ταυτόχρονα η μη επέκταση μπορεί να δημιουργήσει σημαντικά προβλήματα ανταγωνιστικότητας.

Γι' αυτό τα κίνητρα για διεθνοποίηση είναι πολλά. Ενδεικτικά αναφέρεται η δυνατότητα για απόκτηση νέων μεριδίων αγοράς, η αύξηση των πωλήσεων, η εκμετάλλευση των ευκαιριών από το άνοιγμα στις νέες αγορές, η δημιουργία γοήτρου για τις χώρες που επιλέγουν να διεθνοποιήσουν τις δραστηριότητες τους, η δημιουργία ενός βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, η εκμετάλλευση των ευνοϊκών

συνθηκών (πολιτικών, επιχειρηματικών, θεσμικών, εργασίας) που επικρατούν στις άλλες χώρες.

Εμπόδια στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας διεθνώς

Οι παράμετροι εκείνοι που ανακόπτουν την πορεία της επιχειρηματικότητας διεθνώς έχουν να κάνουν σε μεγάλο βαθμό με παράγοντες οι οποίοι έχουν τις ρίζες τους στα εθνικά σύνορα της χώρας μας. Είναι κοινός τόπος ότι η πλειονότητα των επιχειρήσεων που επιλέγουν να διεθνοποιηθούν έχουν πρώτα αναπτυχθεί επιχειρηματικά εντός Ελλάδας, έχουν δοκιμάσει τις δυνατότητες τους και πλέον θεωρούνται έτοιμοι να ανοίξουν τους επιχειρηματικούς τους ορίζοντες και στις διεθνείς αγορές. Πολλές φορές όμως υπάρχουν διάφορα εμπόδια τους ανακόπτουν την πορεία των επιχειρήσεων με αποτέλεσμα όχι μόνο να μην τα καταφέρνουν διεθνώς αλλά και να μην τα καταφέρνουν ούτε μέσα στα πλαίσια της ίδιας τους της χώρας.

Σύμφωνα με τους McDougall και Oniatt (2005) τα βασικά εμπόδια-αδυναμίες είναι:

1. Η εκτίμηση ότι σπανίζουν οι επιχειρηματικές ευκαιρίες: Είναι μια αιτία την οποία συχνά επικαλούνται οι Έλληνες επιχειρηματίες, η οποία όμως δεν ανταποκρίνεται πλήρως στη σημερινή επιχειρηματική πραγματικότητα, από τη στιγμή που ο σύγχρονος διεθνής επιχειρηματικός κόσμος είναι γεμάτος ευκαιρίες για ανάπτυξη επιχειρηματικών ιδεών. Η δήλωση των Ελλήνων επιχειρηματιών πως τη στιγμή που κινητοποιούνται για την εκμετάλλευση μιας ευκαιρίας δε βλέπουν σχεδόν καμία γύρω τους, προκύπτει από το ότι ένα άτομο αντιλαμβάνεται περισσότερες ευκαιρίες, όσο ευκολότερη θεωρεί ότι είναι η εκμετάλλευσή τους. Άρα η μείωση των εμποδίων που αντιμετωπίζει η έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα και η απλούστευση των σχετικών διαδικασιών θα οδηγήσει στην αντίληψη και εκμετάλλευση περισσότερων ευκαιριών.

Ο προσανατολισμός των εγχειρημάτων προς την τελική κατανάλωση: Η Ελλάδα καταγράφει σταθερά την τελευταία τριετία το μεγαλύτερο ποσοστό στην Ευρώπη νέων εγχειρημάτων που έχουν ως αντικείμενο την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών προς τον τελικό καταναλωτή. Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες που σήμερα ξεκινούν μάλλον αναπαράγουν παρά μεταβάλλουν την τομεακή κατανομή της

επιχειρηματικότητας στην ελληνική καινοτομία. Οι διαπιστώσεις αυτές υποδηλώνουν ότι το ζητούμενο προς ενθάρρυνση είναι η αναβάθμιση της σχέσης ανάμεσα σε μικρομεσαίες και μεγαλύτερες επιχειρήσεις, με τις τελευταίες να αποτελούν πελάτες των πρώτων. Το πρόβλημα είναι το άνοιγμα των επιχειρηματικών οριζόντων των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων στην παροχή υπηρεσιών προς τις μεγάλες.

Ο μεγάλος φόβος της αποτυχίας: Παρά τη μεγάλη τους αυτοπεποίθηση, οι Έλληνες καταλαμβάνουν την πρώτη θέση στην παγκόσμια κατάταξη ως προς το φόβο της αποτυχίας και δηλώνουν ότι ο φόβος αυτός θα τους απέτρεπε από το να ξεκινήσουν επιχειρηματική δραστηριότητα. Η ελληνική πρωτιά στο φόβο της αποτυχίας ενέχει κίνδυνο για την ελληνική οικονομία: Τα νέα εγχειρήματα που αναδύονται, να είναι λιγότερα τολμηρά και καινοτόμα, ικανά να ανανεώνουν και να αναβαθμίζουν το παραγωγικό δυναμικό σε σύγκριση με άλλες χώρες.

Η αδυναμία του εκπαιδευτικού συστήματος: Η σχέση του εκπαιδευτικού συστήματος με την επιχειρηματικότητα απαιτεί σημαντική βελτίωση σε όλες τις βαθμίδες του. Η παθητική εκμάθηση και η περιορισμένη προσπάθεια για έκφραση μεγαλύτερης δημιουργικότητας, αδυνατίζει την ανάπτυξη δεξιοτήτων που είναι απαραίτητες για την επιχειρηματικότητα. Η μικρή διάθεση ανάληψης ρίσκου σε συνδυασμό με την κακή εικόνα που προβάλλουν τα ΜΜΕ για τους επιχειρηματίες και μια κοινωνία που δείχνει να φθονεί την επιτυχία, απωθεί τους νέους από την επιχειρηματικότητα. Αλλά και στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, οι προσπάθειες εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα είναι ακόμα περιορισμένες.

Τα γραφειοκρατικά εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι νεοσύστατες επιχειρήσεις αποτελούν βασικό ανασταλτικό παράγοντα στην εκδήλωση επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Σε επίπεδο δημόσιας πολιτικής υπάρχει επάρκεια προγραμμάτων και δράσεων προώθησης της επιχειρηματικότητας, ωστόσο η αναποτελεσματικότητα των διαδικασιών και οι αγκυλώσεις των υπηρεσιών υπερακοντίζουν τις θετικές επιδράσεις αυτών των πολιτικών. Η διοχέτευση, επομένως περισσότερων πόρων στην προώθηση της επιχειρηματικότητας δεν οδηγεί αυτόματα σε βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, αλλά απαιτούνται και πρακτικές διευκολύνσεις στη διεκπεραίωση των απαραίτητων διαδικασιών.

Οφέλη από τη διεθνοποίηση των επιχειρήσεων

Τα οφέλη από τη διεθνοποίηση των επιχειρήσεων είναι πολλά και άμεσα συνδεδεμένα μεταξύ τους και με τα κίνητρα που αναπτύχθηκαν παραπάνω. Αυτά μπορούν να συνοψιστούν σε ένα πολύ σημαντικό αποτέλεσμα και αυτό είναι η αύξηση της κερδοφορίας των επιχειρήσεων με διεθνή προσανατολισμό με τρόπους που δεν είναι εφικτοί στις επιχειρήσεις με προσανατολισμό αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά. Όμως, θα πρέπει να τονιστεί ότι η διεθνοποίηση δεν είναι πανάκεια.

Επιχειρήσεις που εφαρμόζουν διεθνοποιημένη στρατηγική ως αντίδραση στη δράση των ανταγωνιστών ή γιατί απλώς είναι η τάση των καιρών, είναι πιθανό να παρασυρθούν σε μια δίνη ανώτερη των δυνατοτήτων τους και πάντως καταστροφική ακόμα και για το μερίδιό τους στην εγχώρια αγορά.

Μηχανισμοί και Συστήματα της Επιχειρηματικότητας ως μέσο Οικονομικής Ανάπτυξης

Μια ενδιαφέρουσα, ευρεία αιτιώδης συνάφεια μεταξύ της επιχειρηματικότητας και της οικονομικής ανάπτυξης είναι αυτή που γίνεται από τους Hebert και Thurik (1989). Υποστηρίζουν ότι, ενώ η έννοια του επιχειρηματία μπορεί να έχει πολλούς ορισμούς, από την άποψη της σύνδεσης της επιχειρηματικότητας και της οικονομικής ανάπτυξης, δύο σημαντικοί ρόλοι της επιχειρηματικότητας μπορεί να ξεχωρίσουν.

Ο πρώτος είναι ο ρόλος της "νέας εισόδου" και ο δεύτερος είναι ο ρόλος "του νέου(Νεότητα-newness)". Η "Νέα είσοδος" αναφέρεται στον επιχειρηματία ως ιδρυτή μιας νέας επιχείρησης, που δημιουργεί κάποιος που οργανώνει και λειτουργεί μια νέα εμπορική επιχείρηση, ανεξάρτητα από το αν είναι ή όχι καινοτόμος. Αυτά είναι τα πρώτα σημεία που παίζουν καθοριστικό ρόλο στη δημιουργία θέσεων εργασίας και στον ανταγωνισμό ως σχέση μεταξύ επιχειρηματικότητας και οικονομικής ανάπτυξης.

Κατά την παραδοσιακή άποψη, οι νέες επιχειρήσεις προσελκύονται από υπερβολική κερδοφορία και έλλειψη των ανταγωνιστών. Ωστόσο, θα διαδραματίσουν έναν πιο σημαντικό ρόλο από την αποκατάσταση της ισορροπίας. Οι νέες επιχειρήσεις θα τονώσουν τον ανταγωνισμό και τις αντιμονοπωλιακές συνθήκες στην αγορά και θα

παίζουν σημαντικό ρόλο στον καθορισμό μια νέας νομικής δομής. Η «Νεότητα, (newness)» είναι ο επιχειρηματίας, όπου παίζει έναν πιο καινοτόμο ρόλο στην οικονομική ζωή. Υπό αυτό το πρίσμα, ο επιχειρηματίας είναι "αυτός που μετατρέπει τις ιδέες και τις εφευρέσεις σε οικονομικά βιώσιμους φορείς.

Ο δεύτερος ρόλος δείχνει τη σύνδεση της καινοτομίας της επιχειρηματικότητας στην οικονομική ανάπτυξη. Οι καινοτομίες αντιπροσωπεύουν μια βασική επιθυμία να απομακρυνθούν οι υπάρχουσες τεχνολογίες ή οι πρακτικές της επιχείρησης πέρα από την τρέχουσα κατάσταση σε συνδυασμό με την είσοδο νέων καινοτόμων. Η καινοτομία μπορεί να υφίσταται είτε με τη μορφή της καινοτομίας των προϊόντων της αγοράς είτε με τη μορφή της τεχνολογικής καινοτομίας. Η πρώτη ασχολείται με το σχεδιασμό του προϊόντος, την έρευνα αγοράς και την διαφήμιση και προώθηση, ενώ η δεύτερη ασχολείται με την ανάπτυξη προϊόντων και διαδικασιών, της μηχανικής, της έρευνας και της έμφασης στην τεχνογνωσία και την γνώση του κλάδου (Lumpkin και Dess, 1996).

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι ρόλοι «νέα είσοδος» και «νέου» δεν αποκλείει ο ένας τον άλλο και ο δεύτερος θα μπορούσε να συμπεριληφθεί στον πρώτο π.χ. μέσα από μια νέα καινοτόμο επιχείρηση.

Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα εν μέσω Οικονομικής Κρίσης

Η έκθεση του I.O.B.E. (2011) για την επιχειρηματικότητα το 2010 περιλαμβάνει, τις εξελίξεις στους βασικούς δείκτες της επιχειρηματικότητας, όπως αυτοί έχουν οριστεί από το GEM, καθώς και ποιοτικά και ποσοτικά χαρακτηριστικά της εγχώριας επιχειρηματικότητας, σε σύγκριση με τις αντίστοιχες επιδόσεις των υπόλοιπων χωρών που συμμετέχουν στην έρευνα.

Η εξέταση των επιπτώσεων της κρίσης στην παγκόσμια και κυρίως την εγχώρια επιχειρηματικότητα πραγματοποιείται μέσω των εξειδικευμένων ερωτήσεων που συμπεριλήφθηκαν στην έρευνα του I.O.B.E. Επίσης, παραθέτονται οι αξιολογήσεις των

εγχώριων εμπειρογνομόνων αναφορικά με τις Συνθήκες Ανάπτυξης της Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα και σε άλλες χώρες.

Τα αποτελέσματα της έρευνας έλκουν σημαντικό ενδιαφέρον μιας και αποτυπώνουν τις εκτιμήσεις και προβλέψεις τη χρονική στιγμή (τον Ιούνιο του 2010 οπότε και πραγματοποιήθηκε η έρευνα) που οι επιπτώσεις της κρίσης χρέους άρχισαν να γίνονται αισθητές, ενώ οι ραγδαίες οικονομικές και πολιτικές εξελίξεις είχαν οδηγήσει ένα μήνα πριν στην υπογραφή του Μνημονίου με το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο.

Βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας

Ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων αποτελεί το βασικότερο δείκτη του GEM και περιλαμβάνει δύο κατηγορίες ατόμων: τους επίδοξους επιχειρηματίες, όσους δηλαδή έχουν κάνει κάποιες προκαταρτικές ενέργειες στην κατεύθυνση της έναρξης ενός νέου εγχειρήματος και τους νέους επιχειρηματίες, όσους δηλαδή έχουν μόλις ξεκινήσει μία νέα επιχείρηση που λειτουργεί το πολύ 42 μήνες (3,5 έτη).

Τα αποτελέσματα για την εγχώρια επιχειρηματικότητα υποχωρούν συγκριτικά με το 2009 και υπογραμμίζουν το κλίμα αβεβαιότητας που σχηματίζεται στην πραγματική οικονομία. Πιο συγκεκριμένα, η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων φτάνει στο χαμηλότερο ποσοστό της πενταετίας (5,3% από 8,8% το 2009) με τους επίδοξους επιχειρηματίες να αποτελούν την κυριότερη αιτία της πτώσης (2,0% έναντι 4,5% το 2009).

Φαίνεται, επομένως πως οι δυσμενείς οικονομικές συνθήκες και η αβεβαιότητα για το μέλλον απέτρεψαν σημαντικό ποσοστό ατόμων με επιθυμία έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας να υλοποιήσουν το σχέδιό τους. Το γεγονός ότι η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα συρρικνώνεται αντικατοπτρίζει την τάση εξόδου κάποιων επιχειρήσεων από την αγορά, που τον Ιούνιο του 2010 άρχισε να γίνεται αισθητή. Ακόμα και το ποσοστό των ατόμων 18-64 ετών που δηλώνει πως σκέφτεται να ξεκινήσει επιχειρηματική δράση τους επόμενους 36 μήνες μειώνεται (14,4% έναντι 17,2% πέρυσι), φτάνοντας στη δεύτερη χαμηλότερη επίδοση από το 2006. Η εξέλιξη

αυτή είναι πολύ ενδιαφέρουσα, μιας και συνήθως σε περιόδους οικονομικής κρίσης, η επιχειρηματικότητα αποτελεί καταφύγιο επαγγελματικής εξασφάλισης.

Ενδεχομένως, η αβεβαιότητα για το εγγύς μέλλον της χώρας είναι αρκετά έντονη, ώστε να αποτρέπει ακόμα και την πρόθεση για αυτοαπασχόληση, ενώ ταυτόχρονα οι προσδοκίες για ανακάλυψη επιχειρηματικών ευκαιριών να είναι συγκρατημένες. Έτσι, προκύπτει τελικά ότι σχεδόν το 19% του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών (λίγο περισσότερο από 1,2 εκατ. άτομα) είχε κάποιου τύπου επιχειρηματική δραστηριοποίηση κατά το 2010. Παρά τη συρρίκνωση, το ποσοστό αυτό συνεχίζει να είναι το υψηλότερο ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας.

Το 2010, το 3,3% του πληθυσμού 18-64 ετών δήλωσε πως διέκοψε την επιχειρηματική δραστηριότητα που ασκούσε. Σχεδόν σε όλες τις υπόλοιπες χώρες καινοτομίας που αντιμετώπισαν κι αυτές τις επιπτώσεις της παγκόσμιας κρίσης τα αντίστοιχα ποσοστά είναι ηπιότερα.

Επιπλέον, ενδεικτικό της επιδείνωσης της οικονομίας είναι το γεγονός πως ο εν λόγω δείκτης καταγράφει ανοδική τροχιά από το 2008. Μάλιστα, λιγότερο από το 7% των επιχειρήσεων συνέχισαν τη λειτουργία τους μετά την αποχώρηση του επιχειρηματία, γεγονός που υπογραμμίζει το σημαντικό αριθμό των επιχειρήσεων που διέκοψαν πλήρως τη λειτουργία τους.

Εξαιρετικά ενδιαφέρον είναι το γεγονός ότι η συντριπτική πλειοψηφία (7 στους 10) των επιχειρηματιών που αποχώρησαν από τον επιχειρηματικό στίβο δηλώνουν πως κύρια αιτία αποτέλεσε η έλλειψη κερδοφορίας και όχι η έλλειψη χρηματοδότησης (μόλις 5,2%), όπως θα ήταν αναμενόμενο σε μια περίοδο χρηματοπιστωτικής στενότητας.

Τα κίνητρα της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης

Το 2010 στην Ελλάδα, το ποσοστό του πληθυσμού 18-64 ετών που δηλώνει ως βασικό κίνητρο για την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας την ανάγκη περιορίζεται στο 1,5%, έναντι 2,3% το 2009. Ο δείκτης αυτός καταγράφει για τρίτη χρονιά πτώση, μιας και το 2008 έφτανε το 3%. Η συρρίκνωση όλων των δεικτών που

σχετίζονται από το δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων μπορεί να θεωρηθεί αναμενόμενη, λόγω της σημαντικής πτώσης του γενικότερου ποσοστού του πληθυσμού που εμπλέκεται σε επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Ταυτόχρονα όμως, η επιχειρηματικότητα ανάγκης συνήθως τονώνεται σε περιόδους κρίσης. Έτσι, θα μπορούσε να υποστηριχθεί πως η συρρίκνωση της επιχειρηματικότητας ανάγκης ως ποσοστό του συνολικού πληθυσμού έλκεται σε ένα βαθμό και από επαγγελματικές ευκαιρίες που έχει αποκαλύψει η κρίση.

Επιπλέον, η πορεία του δείκτη θα μπορούσε να αποδοθεί στο ότι η γενικά εξασφαλισμένη εργασία προ κρίσης δεν οδηγούσε τα άτομα αυτά στο να σπεύσουν να αξιοποιήσουν μια ευκαιρία μέχρι σήμερα, με την τάση αυτή να αλλάζει στο νέο δυσμενέστερο οικονομικό περιβάλλον και την αύξηση του ποσοστού της ανεργίας. Θα μπορούσε, όμως, να υποστηριχθεί ότι η συρρίκνωση του δείκτη οφείλεται και στον τρόπο με τον οποίο ερμηνεύουν πλέον οι Έλληνες την έννοια της ευκαιρίας: η αύξηση της ανεργίας και οι δυσώϊωνες προβλέψεις για τις οικονομικές εξελίξεις ενδεχομένως έχουν μετακινήσει το όριο μεταξύ ανάγκης και ευκαιρίας.

Όσον αφορά στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, το ποσοστό αυτών που κινητοποιήθηκαν κυρίως από ανάγκη αυξάνεται συγκριτικά με το 2009, αλλά όχι σε σημαντικό βαθμό (27,4% έναντι 26%). Συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες καινοτομίας, η Ελλάδα βρίσκεται στις υψηλότερες θέσεις στη σχετική κατάταξη, με πρωτοστατούσα την Κορέα.

Εξετάζοντας τα χαρακτηριστικά των εγχειρημάτων που δημιουργήθηκαν λόγω ανάγκης, παρατηρεί κανείς πως το 17% δηλώνει πως εισέρχεται σε νέα αγορά, ενώ έντονη εξωστρέφεια διακρίνει μόλις το 7% περίπου. Σχεδόν τα μισά από αυτά τα εγχειρήματα δραστηριοποιούνται στο λιανικό εμπόριο, την εστίαση και τα ξενοδοχεία, γεγονός που συνάδει με την κλαδική κατηγοριοποίηση των εγχώριων επιχειρήσεων. Από την άλλη πλευρά, η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας μειώνεται για άλλη μια χρονιά, ως ποσοστό στο σύνολο του πληθυσμού. Ως ποσοστό επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, ο δείκτης δε μεταβάλλεται έντονα, αν και σαφώς καταγράφει πτώση, επιστρέφοντας στα επίπεδα του 2008.

Η πιο ενδιαφέρουσα όμως εξέλιξη αναφορικά με την εκμετάλλευση ευκαιρίας ως επιχειρηματικό κίνητρο σχετίζεται με το γεγονός ότι το 2010, για πρώτη φορά, η ανεξαρτησία κινητοποιεί μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων με κίνητρο την ευκαιρία (20,2%), ενώ η αύξηση του εισοδήματος που αποτελούσε παραδοσιακά τον κινητήριο μοχλό αυτών των επιχειρηματιών στην Ελλάδα αφορά στο 18,6%.

Χρηματοδότηση νέων εγχειρημάτων

Το ποσοστό των άτυπων επενδυτών στην Ελλάδα αποτυπώνει πλήρως το πρόβλημα ρευστότητας και άντλησης τραπεζικού δανεισμού που άρχισε να διαφαίνεται ξεκάθαρα το 2010. Το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 που δηλώνει πως έχει χρηματοδοτήσει κατά την τελευταία τριετία με προσωπικά κεφάλαια ένα νέο εγχείρημα που ξεκίνησε κάποιος άλλος φτάνει το 5,3%, ιστορικό υψηλό. Σχεδόν ένας στους δύο άτυπους επενδυτές ανήκε στην οικογένεια του επιχειρηματία, ενώ το 27% χαρακτηρίζεται ως φίλος ή γείτονας. Το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών των άτυπων επενδυτών δηλώνει πως δεν αναμένει κέρδος από την επένδυση, γεγονός που ερμηνεύεται από την προσωπική σχέση μεταξύ των δύο μερών. Επομένως, κοινωνικά παρά οικονομικά κίνητρα βρίσκονται πίσω από τέτοιες επενδύσεις.

Επιπτώσεις της κρίσης

Για δεύτερη συνεχή χρονιά, στο πλαίσιο της έρευνας του GEM οι επιχειρηματίες κλήθηκαν να απαντήσουν πρώτον αν οι δυσκολίες ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης είναι περισσότερες ή λιγότερες σε σχέση με το προηγούμενο έτος, δεύτερον αν οι δυσκολίες ανάπτυξης μιας επιχείρησης είναι λιγότερες ή περισσότερες και τρίτον αν η κρίση έχει επηρεάσει τον αριθμό των επιχειρηματικών ευκαιριών. Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας, το επιχειρηματικό κλίμα επιδεινώνεται συγκριτικά με το 2009. Οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες είναι για άλλη μια χρονιά περισσότερο συγκρατημένοι και απαισιόδοξοι στις εκτιμήσεις και προβλέψεις τους και στους τρεις υποδείκτες, γεγονός που αποδίδεται στη βαθύτερη αντίληψη του τρόπου λειτουργίας μιας επιχείρησης συγκριτικά με τους επίδοξους και νέους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων.

Σχετικά με τις δυσκολίες ίδρυσης μιας επιχείρησης, οι εγχώριοι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων ήταν το 2010 οι περισσότερο απαισιόδοξοι σχετικά με τις δυσκολίες ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης. Υπογραμμίζεται ότι η Ελλάδα είναι η μόνη χώρα από όσες συμμετείχαν στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM το 2010, η οποία παρουσιάζει σαφή επιδείνωση αυτού του δείκτη ανάμεσα στο 2010 και στο 2009. Σύμφωνα με την έκθεση, ενώ η βελτίωση του δείκτη σε όλες τις χώρες μεταξύ των δύο ετών μπορεί να θεωρηθεί ως ένδειξη εξόδου από την ύφεση και ανάκαμψης, στην Ελλάδα συμβαίνει ακριβώς το αντίθετο.

Προβλήματα της Επιχειρηματικότητας στην Οικονομική Κρίση

Η σημερινή κρίσιμη συγκυρία επιτάσσει περισσότερο από ποτέ την επάνοδο σε συνθήκες ανάπτυξης. Δύο είναι οι βασικές προϋποθέσεις για να συμβεί αυτό: η μείωση της κρατικής κυριαρχίας και του παρεμβατισμού στην οικονομία η απελευθέρωση του δυναμισμού των υγιών δημιουργικών δυνάμεων της χώρας μέσα από την επιχειρηματικότητα

Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα υφίσταται την ταλαιπωρία της γραφειοκρατίας, τα βάρη της φορολογίας, τον λαβύρινθο της πολυνομίας, την αντί-επιχειρηματική νοοτροπία και τον κρατικό παρεμβατισμό. Το περιβάλλον αυτό που επικρατεί δημιουργεί αμέτρητα εμπόδια στις επιχειρήσεις με αποτέλεσμα να περιορίζεται σημαντικά η ικανότητά τους να λειτουργούν ανταγωνιστικά σε ένα περιβάλλον ραγδαίων οικονομικών και τεχνολογικών εξελίξεων. Εμπόδιο στην επιχειρηματικότητα θεωρείται κάθε αναίτια ρύθμιση, η οποία ενέχει κόστος συμμόρφωσης για την επιχείρηση και τους άλλους εμπλεκόμενους φορείς, το οποίο δεν διασφαλίζει αντίστοιχου επιπέδου οικονομική και κοινωνική ανταποδοτικότητα των πόρων που διατίθενται για τον σκοπό αυτό.

Είναι δηλαδή περιορισμοί, επιβαρύνσεις και ανασχές που έχουν ως αποτέλεσμα να διογκώνουν το συνολικό οικονομικό κόστος της επιχείρησης ή να ελαχιστοποιούν το προσδοκώμενο οικονομικό όφελος και να ματαιώνουν, να καθυστερούν ή να οδηγούν σε αποτυχία τις επιχειρηματικές αποφάσεις και τα εγχειρήματα της επιχείρησης. (ΣΕΒ,2011)

Παρακάτω παρατίθενται ορισμένα προβλήματα που δημιουργούνται στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, τις επιπτώσεις τους στην οικονομία της Ελλάδος, καθώς και διάφορες προτεινόμενες λύσεις. (ΣΕΒ, 2011)

Εγκατάσταση των Επιχειρήσεων

Χωροθέτηση: Παρά τις εξελίξεις των τελευταίων χρόνων (θεσμοθέτηση εθνικού χωροταξικού και ειδικών χωροταξικών ΑΠΕ –Βιομηχανίας –Τουρισμού) το πρόβλημα του προσδιορισμού των χρήσεων γης εξακολουθεί να υφίσταται καθώς οι απαιτούμενες διοικητικές πράξεις και αποφάσεις δεν έχουν καν δρομολογηθεί.

Επιπτώσεις: Καθυστερήσεις στις πρόδρομες αδειοδοτικές διαδικασίες, ανασφάλεια δικαίου, αποτρεπτικός παράγοντας για ανάληψη επενδυτικών πρωτοβουλιών σε περιοχές με αδιευκρίνιστο καθεστώς χρήσεων, απαξίωση περιουσιακών στοιχείων, υποχρέωση απομάκρυνσης ,αύξηση κόστους και ενδεχόμενη μη απόσβεση επενδύσεων.

Άδεια Εγκατάστασης: Παρατηρείται συχνά μια σειρά υποχρεωτικών μελετών ακόμα και για εγκαταστάσεις μικρής ισχύος (κάτω των 50 KW) όπως και αδυναμία διοικητικού ελέγχου.

Επιπτώσεις: Καθυστέρηση στη χορήγηση άδειας εγκατάστασης, οι απορρέουσες επιπτώσεις (διαφθορά, επιχειρηματικότητα, ανταγωνιστικότητα) και διοικητικό κόστος απορρέον από την παραπάνω υποχρέωση με θεσμοθετημένες αμοιβές υπέρ των μελετητών.

Εκπαιδευτικά προγράμματα, Μέτρα και Πολιτικές Στήριξης της Επιχειρηματικότητας

Εκπαιδευτικά Προγράμματα: Πολλά και διάφορα είναι τα εκπαιδευτικά προγράμματα σχετικά με την εκμάθηση και την επιμόρφωση των ατόμων σχετικά με την επιχειρηματικότητα. Η γνώση και η πληροφορία αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την ύπαρξη της επιχειρηματικότητας, συνεπώς πρέπει να δοθεί μεγάλη έμφαση στην εκμάθηση των βασικών χαρακτηριστικών της επιχειρηματικότητας καθώς και των βασικών εννοιών. (Ι.Ο.Β.Ε,2012, Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων, 2012)

Αναλυτικότερα:

- **Kauffman Foundation:** Ίδρυμα που μελετάει και προωθεί την επιχειρηματικότητα σε παγκόσμιο επίπεδο, η μεγαλύτερη οντότητα που δραστηριοποιείται στον τομέα.
- **Junior Achievement:** Διεθνής οργανισμός για την προώθηση της διδασκαλίας της επιχειρηματικότητας στην εκπαίδευση, με ποικίλες δραστηριότητες και υλικό πάνω στο ζήτημα.
- **Junior Achievement-Young Enterprise Europe:** Ευρωπαϊκή πτέρυγα της οργάνωσης Junior Achievement που προωθεί την επιχειρηματικότητα των νέων σε εκπαιδευτικά προγράμματα για άτομα ηλικίας 5-22 ετών.
- **Σωματείο Επιχειρηματικότητας Νέων: (Junior Achievement Young Enterprise Greece).** Προώθηση της επιχειρηματικότητας των νέων στον Ελλαδικό χώρο.
- **Εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα:** Έκθεση εμπειρογνομόνων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την επίτευξη προόδου στην προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος και των συναφών δεξιοτήτων μέσω της πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.
- **Fostering entrepreneurial mindsets through education and learning:** Επικοινωνία της Commission με θέμα τη διδασκαλία της επιχειρηματικότητας στην εκπαίδευση.
- **Fostering entrepreneurial mindsets through education and learning:** Αποτελέσματα συνεδρίου βασισμένου στην παραπάνω επικοινωνία με σύγκριση πρακτικών και ανταλλαγή know-how.
- **Βοηθώντας τη δημιουργία μιας επιχειρηματικής κουλτούρας:(Μπροσούρα της ΕΕ)** Οδηγός ορθών πρακτικών για την προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος και των επιχειρηματικών δεξιοτήτων μέσω της εκπαίδευσης.
- **National Foundation for Teaching Entrepreneurship:** Ίδρυμα της Αμερικής που προωθεί και διδάσκει την επιχειρηματικότητα σε νέους περιοχών με χαμηλό εισόδημα.
- **Ινστιτούτο Νεολαίας:** Ινστιτούτο με σκοπό την παροχή και ενίσχυση των νέων σε θέματα που αφορούν δράσεις επιχειρηματικότητας και Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων.

Φορείς και δράσεις σχετικοί με την Επιχειρηματικότητα

Φορείς στην Ελλάδα:

- Ελληνικός Οργανισμός Μικρών Μεσαίων Επιχειρήσεων & Χειροτεχνίας (EOMMEX)
- Εθνικό Παρατηρητήριο για τις ΜΜΕ του EOMMEX
- Υπουργείο Ανάπτυξης
- Οργανισμός Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού
- Λέσχη Επιχειρηματικότητας
- Ελληνικοί Σύνδεσμοι Νέων Επιχειρηματιών
- Ελληνικό Κέντρο Αναδιανομής Καινοτομίας
- Ευρωπαϊκά Κέντρα Πληροφοριών στην Ελλάδα-Ελληνικά παραρτήματα του Ευρωπαϊκού δικτύου ΕΚΠ με σκοπό την πληροφόρηση και υποστήριξη των επιχειρήσεων
- Δίκτυο ΠΡΑΞΗ Κοινοπραξία με σκοπό την καλύτερη μεταφορά της τεχνολογίας από την έρευνα στη βιομηχανία
- Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών, Ελληνικό παράρτημα του πανευρωπαϊκού δικτύου για την προώθηση και αλληλοϋποστήριξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας

Incubators (Θερμοκοιτίδες) στην Ελλάδα

- Incubation for growth
- I-Cube
- Thermi A.E.
- Θερμοκοιτίδα Χανίων
- Θερμοκοιτίδα Επιστημονικού Πάρκου Πατρών
- Θερμοκοιτίδα Επιχειρήσεων Τεχνολογικού Πάρκου Θεσσαλονίκης

Φορείς στην Ευρώπη

- Directorate General on Enterprise and Industry: Η πύλη της Γενικής Διεύθυνσης Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας (DG:E&I) της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Pro Inno Europe: Ευρωπαϊκή πύλη για την Καινοτομία του DG: E&I. Εμπεριέχει το European Innovation Scoreboard (EIS) και το Innovation Policy Trendchart.

- European Portal for SMEs: Δικτυακή πύλη προς τις σελίδες SME του DG:E&I. Περιέχει συνδέσεις προς έγγραφα για τη θέση της ΕΕ πάνω σε διάφορα θέματα που αφορούν τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και την επιχειρηματικότητα.
- Young Entrepreneurs for Europe: Οργανισμός με σκοπούς την προώθηση της επιχειρηματικότητας και της επιχειρηματικής πολιτικής, της ανταλλαγής επιχειρηματικών ιδεών και της συνεργασίας εθνικών επιχειρηματικών ενώσεων νέων σε ευρωπαϊκό επίπεδο.
- Ευρωπαϊκά Κέντρα Αναδιανομής Καινοτομίας: Δίκτυο με σκοπό τη μεταφορά τεχνολογίας μεταξύ χωρών της ΕΕ
- Δίκτυο Ευρωπαϊκών Κέντρων Πληροφοριών: Κέντρα που πληροφορούν, συμβουλεύουν και βοηθούν τις επιχειρήσεις σε κοινοτικά θέματα

Προγράμματα στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση:

- Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας Πανεπιστημίου Πειραιά
- Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου
- Πύλη Επιχειρηματικότητας του Πανεπιστημίου Αθηνών
- Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας Πανεπιστημίου Ιωαννίνων
- Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών
- Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας ΤΕΙ Αθηνών
- Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας ΤΕΙ Θεσσαλονίκης
- Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας ΤΕΙ Κρήτης
- Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας ΤΕΙ Λαμίας
- Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας ΤΕΙ Ηπείρου
- Σελίδα Επιχειρηματικότητας ΑΣΠΑΙΤΕ

Πολιτικές για την ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας.

Η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, αποτελεί σύμφωνα με την έρευνα του GEM και του I.O.B.E. (2011) σημαντική προϋπόθεση για την ίδρυση ή και την διατήρηση των επιχειρήσεων της Ελλάδος. Οι πολιτικές ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας αποσκοπούν τόσο στην οικονομική ενίσχυση όσο και στην συμβουλευτική σχετικά με τις δράσεις της επιχείρησης καθώς και την ίδρυση νέων επιχειρήσεων. (I.O.B.E, 2012, Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων, 2012)
Αναλυτικότερα:

- Best Practices και εργαλεία πολιτικής;
- Effective Policies for Small Business Συστάσεις της UNIDO και του ΟΟΣΑ για τη δημιουργία πολιτικών για ένα θετικό περιβάλλον στον τομέα των μικρών επιχειρήσεων.
- Έξι Μπροσούρες της ΕΕ με Good Practices για την επιχειρηματικότητα:
- Υπεύθυνη Επιχειρηματικότητα Συλλογή περιπτώσεων ορθής πρακτικής από μικρομεσαίες επιχειρήσεις της Ευρώπης
- Βοηθώντας τη δημιουργία μιας επιχειρηματικής κουλτούρας.Οδηγός ορθών πρακτικών για την προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος και των επιχειρηματικών δεξιοτήτων μέσω της εκπαίδευσης
- Παροχή βοήθειας για την ανάπτυξη μιας επιχείρησης Ένας οδηγός ορθής πρακτικής για τους οργανισμούς υποστήριξης των επιχειρήσεων
- Παροχή βοήθειας για τη μεταβίβαση επιχειρήσεων «Οδηγός ορθών πρακτικών» για τη στήριξη της μεταβίβασης επιχειρήσεων σε νέα ιδιοκτησιακά καθεστώτα
- Παροχή βοήθειας στις νεοϊδρυόμενες επιχειρήσεις Ένας οδηγός ορθής πρακτικής για τους οργανισμούς υποστήριξης των επιχειρήσεων
- Business Support Services An Analysis of Good Practices. Good Practices στον τομέα της υποστήριξης επιχειρήσεων, ειδικά στα πρώτα τους στάδια.
- Improving Business Support Measures Σελίδα προώθησης επιχειρηματικών πολιτικών της ΕΕ σε τοπικό επίπεδο. Παρέχει best practices, έγγραφα της ΕΕ, έρευνες και αναφορές από σεμινάρια και επιτροπές.
- European Enterprise Awards-Ευρωπαϊκά Επιχειρηματικά Βραβεία - Best Practice Βραβεία για οργανώσεις και φορείς που προωθούν την επιχειρηματικότητα σε τοπικό επίπεδο από το DG:E&I. Εκδίδουν μπροσούρα με τα αποτελέσματα.

Ευρωπαϊκές Πολιτικές:

- Seventh Research Framework Programme (FP 7) Σελίδα του 7ου Προγράμματος Πλαισίου για την Έρευνα.
- European Portal for SMEs. Δικτυακή πύλη προς τις σελίδες SME της ΕΕ. Περιέχει links προς έγγραφα για τη θέση της ΕΕ πάνω σε διάφορα θέματα που αφορούν τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και την επιχειρηματικότητα.

- Enterprise Europe Online. Διαδικτυακό περιοδικό της Γενικής Διεύθυνσης Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας (DG:E&I) που αποτελεί τη βάση τριμηνιαίου δελτίου. Περιέχει αναλύσεις και εξηγήσεις της πολιτικής και των σκοπών της.
- Ευρωπαϊκός Χάρτης για τις μικρές επιχειρήσεις, Ορθές Πρακτικές και Ετήσιες Αναφορές Ευρωπαϊκός χάρτης των μικρών επιχειρήσεων (2000). Προώθηση και υποστήριξη των ΜΜΕ σύμφωνα με τη στρατηγική της Λισσαβόνας. Αναφορές προόδου στους στόχους του χάρτη για την ΕΕ συνολικά αλλά και κατά κράτος.

Ερωτηματολόγιο

Στα πλαίσια της παρούσας εργασίας θεωρήθηκε άκρως σημαντικό στοιχείο η ανάλυση των απόψεων των νέων Ελλήνων και δυνητικών επιχειρηματιών, όσο και οι απόψεις των φοιτητών που σπουδάζουν σε αντικείμενα σχετικά με τη Διοίκηση Επιχειρήσεων και την Οικονομία στην Ελλάδα

Τα ερωτηματολόγια που χρησιμοποιήθηκαν απευθύνονταν σε φοιτητές του Πανεπιστημίου Μακεδονίας. Οι φοιτητές του Πανεπιστημίου Μακεδονίας επιλέχθηκαν ως ομάδα έρευνας καθώς αξιώνουμε ότι λόγω διαφόρων χαρακτηριστικών τους (ηλικία, ενασχόληση, σχετική εγγύτητα στον χώρο της διοργάνωσης κ.τ.λ.) αποτελούν ιδανική ομάδα – στόχο (target group) τόσο για την έρευνα, όσο και για τις ίδιες τις δράσεις επιχειρηματικότητας.

Το ερωτηματολόγιο που δημιουργήθηκε αποτελούνταν από διαφόρων ειδών ερωτήσεις (Ζαφειρόπουλος, 2005). Στις περισσότερες των περιπτώσεων οι ερωτήσεις ήταν κλειστού τύπου και χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα likert, με τους ερωτηθέντες να καλούνται να βαθμολογήσουν από το 1 έως και το 7 τις απαντήσεις τους (1= καθόλου ή μεγάλη μείωση, 7= πάρα πολύ ή μεγάλη αύξηση). Επιπλέον υπήρχαν ερωτήσεις που οι ερωτηθέντες απαντούσαν με ναι ή όχι (διχοτομικές), καθώς και ερωτήσεις στις οποίες οι ερωτηθέντες έδιναν συγκεκριμένες ελεύθερες απαντήσεις. Τέλος σε μία περίπτωση στο ερωτηματολόγιο δόθηκε η δυνατότητα της επιλογής πολλαπλών απαντήσεων.

Ερωτηματολόγιο: Αντιλήψεις φοιτητών σχετικά με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Στα πλαίσια της ολοκλήρωσης της παρούσας έρευνας κρίθηκε σκόπιμο να μην εξεταστούν και ερευνηθούν μόνο οι αντιλήψεις των επιχειρηματιών της περιοχής της Θεσσαλονίκης σχετικά με την νεανική επιχειρηματικότητα και καινοτομία, αλλά να διερευνηθούν και οι αντιλήψεις των εν δυνάμει νέων επιχειρηματιών της πόλης. Επιλέχθηκε το δείγμα να είναι φοιτητές του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, οι οποίοι κατά το διάστημα Σεπτεμβρίου-Δεκεμβρίου 2013 συμπλήρωσαν ερωτηματολόγια σχετικά με τις απόψεις και τα κίνητρα για δραστηριοποίηση στον επιχειρηματικό τομέα.

Συνολικά συμμετείχαν στην έρευνα 105 φοιτητές και φοιτήτριες με τα εξής γενικά στοιχεία:

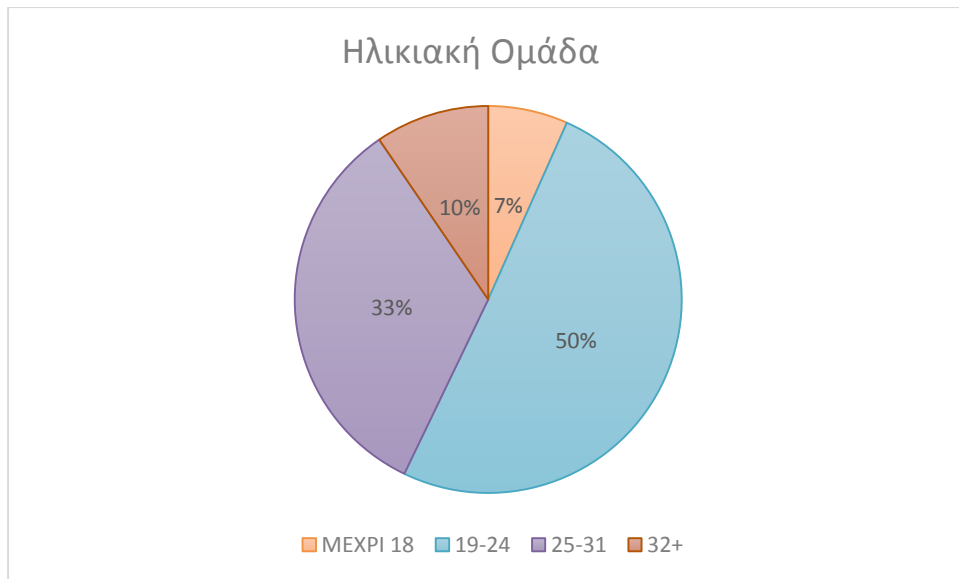
Πίνακας : Γενικά στοιχεία συμμετεχόντων στο ερωτηματολόγιο σχετικά με τις αντιλήψεις φοιτητών του Παν.Μακεδονίας σε σχέση με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

- Αριθμός Συμμετεχόντων: 105
- Περίοδος Έρευνας: 9-12/2013

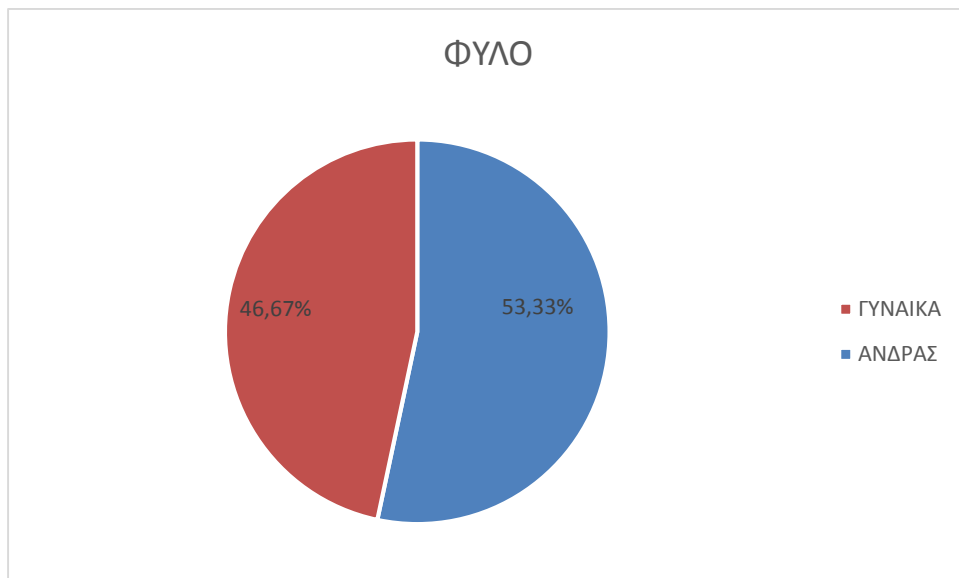
Αποτελέσματα

Αρχικά ερευνήθηκαν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων. Τα συμπεράσματα δείχνουν ότι πρόκειται για νέους φοιτητές, με ίση περίπου κατανομή ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες, και υψηλό επίπεδο μόρφωσης.

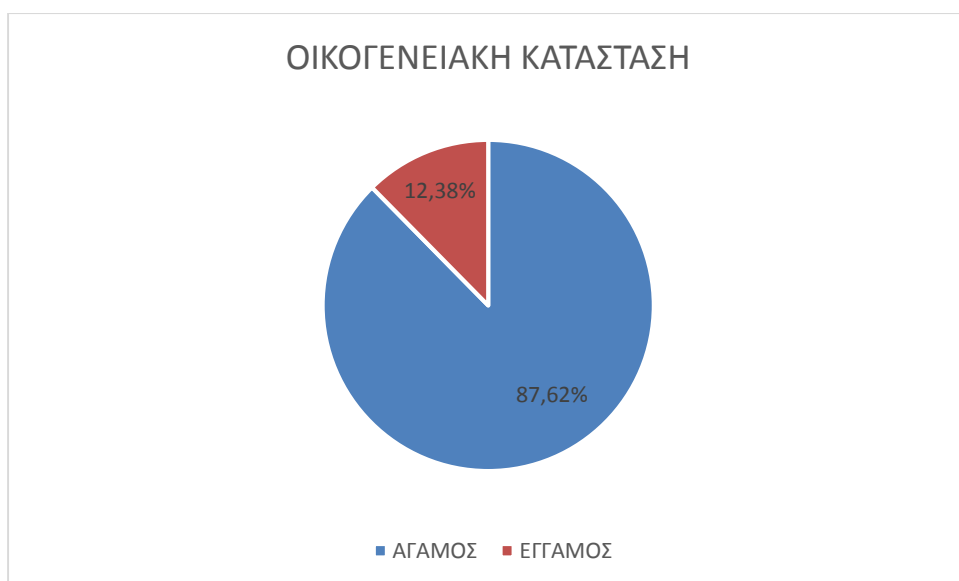
Πίνακας 8



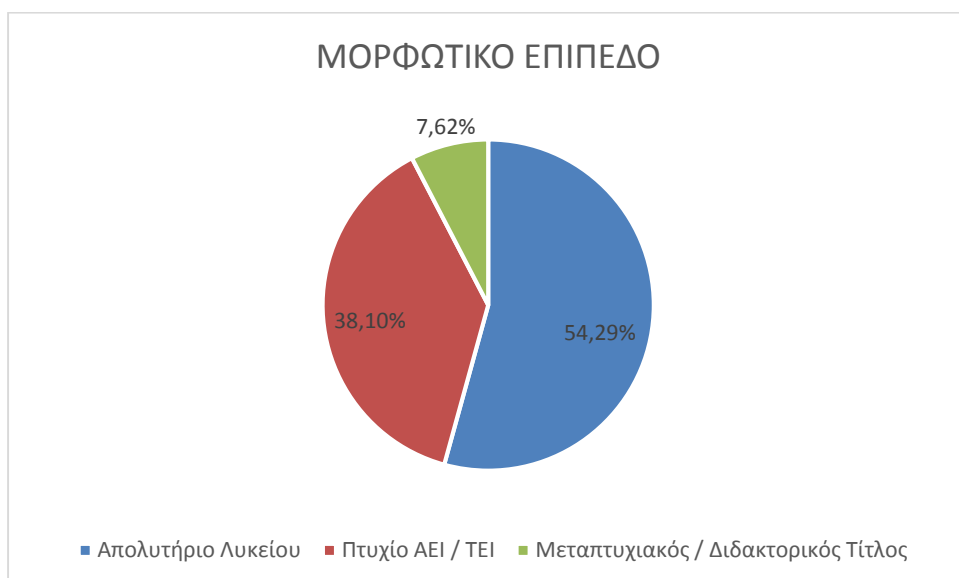
Πίνακας 9



Πίνακας 10



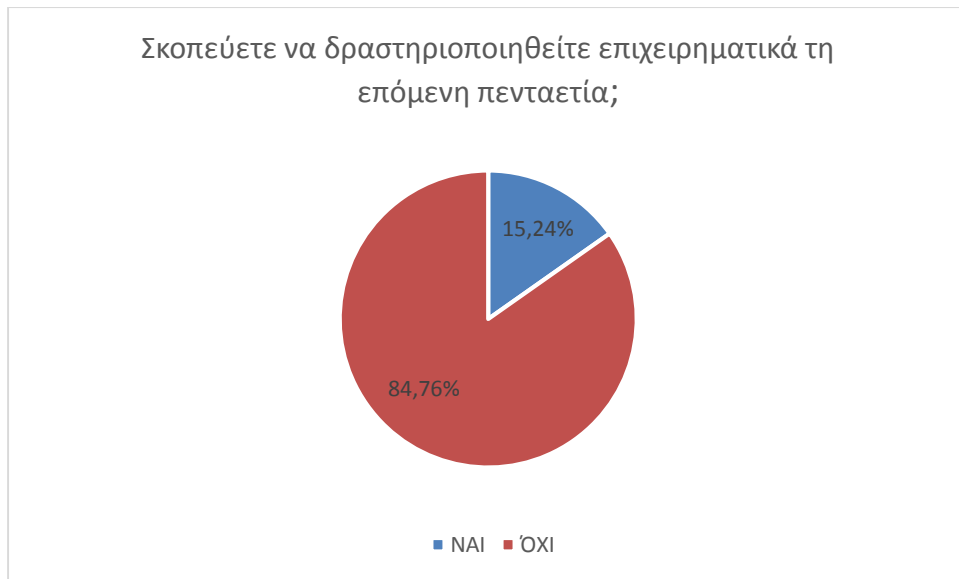
Πίνακας 11



Ποιοτικές Ερωτήσεις - Συμπεράσματα

Οι επόμενες ερωτήσεις έχουν ως στόχο να καταγράψουν το κλίμα επιχειρηματικότητας που επικρατεί στους νέους εν μέσω κρίσης, καθώς και τα στοιχεία τα οποία ωθούν τους νέους σε αυτά τους τα πιστεύω. Τα αποτελέσματα δεν είναι καθόλου ενθαρρυντικά για την μελλοντική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Η κρίση έχει σαφώς επηρεάσει, όπως αναμενόταν, τους νέους ανθρώπους. Συγκεκριμένα:

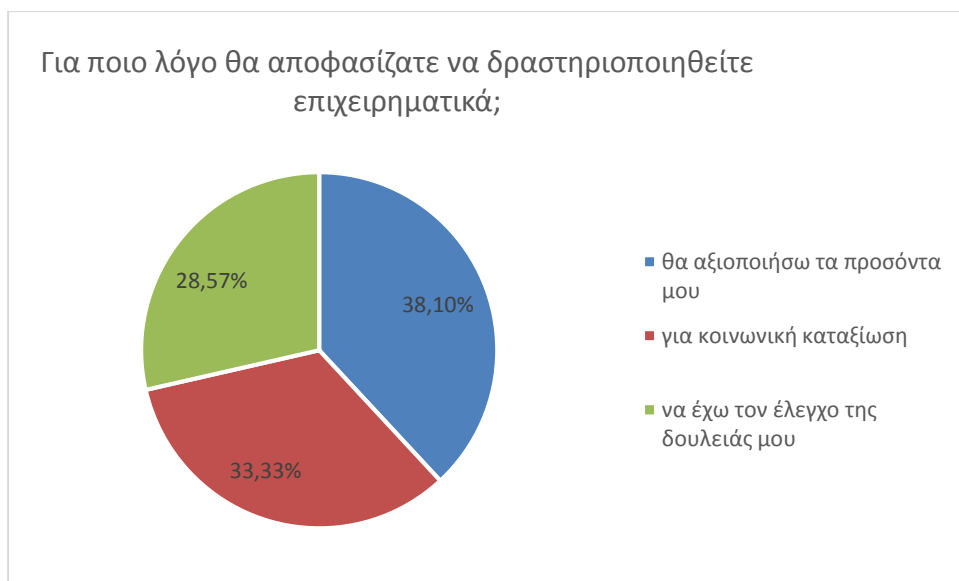
Πίνακας 12



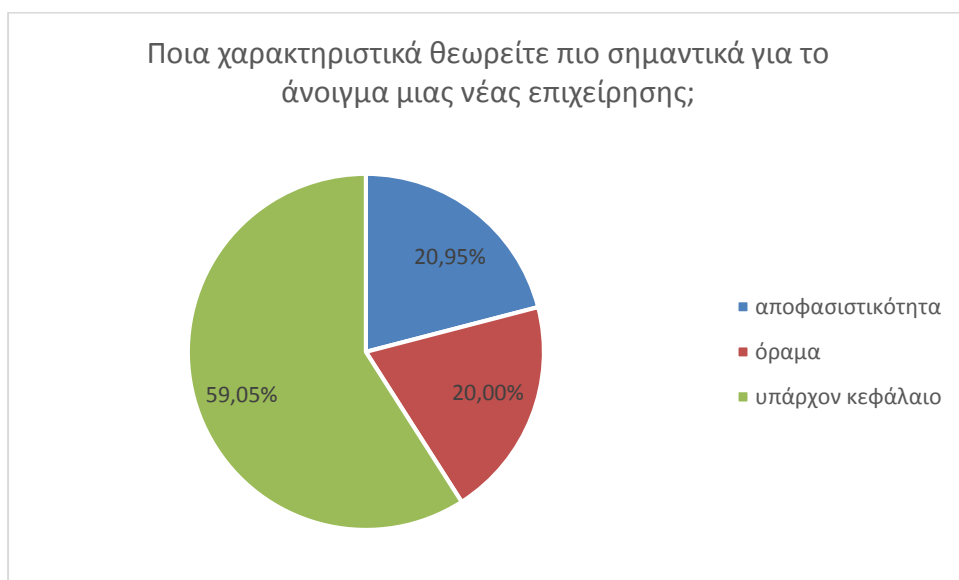
Πίνακας 13



Πίνακας 14



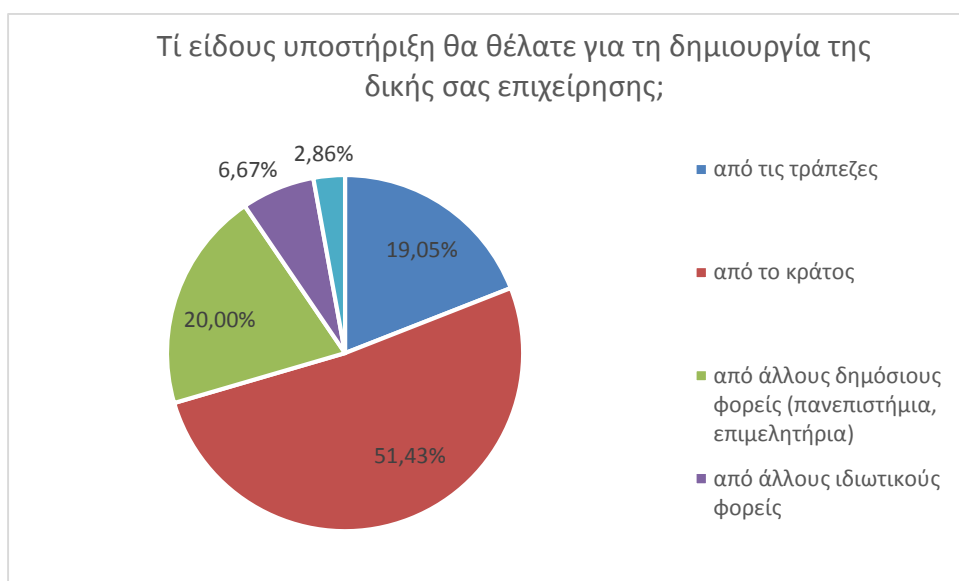
Πίνακας 15



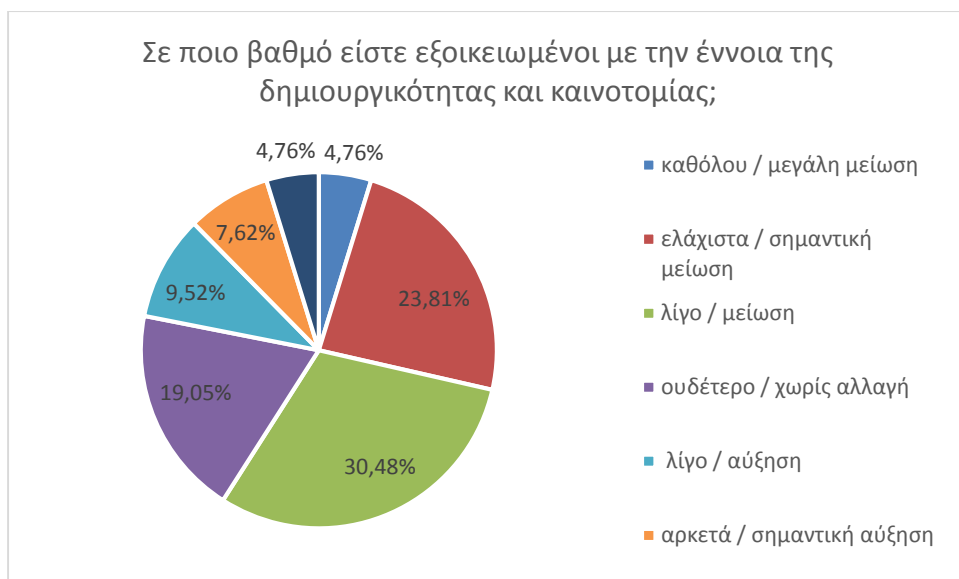
Πίνακας 16



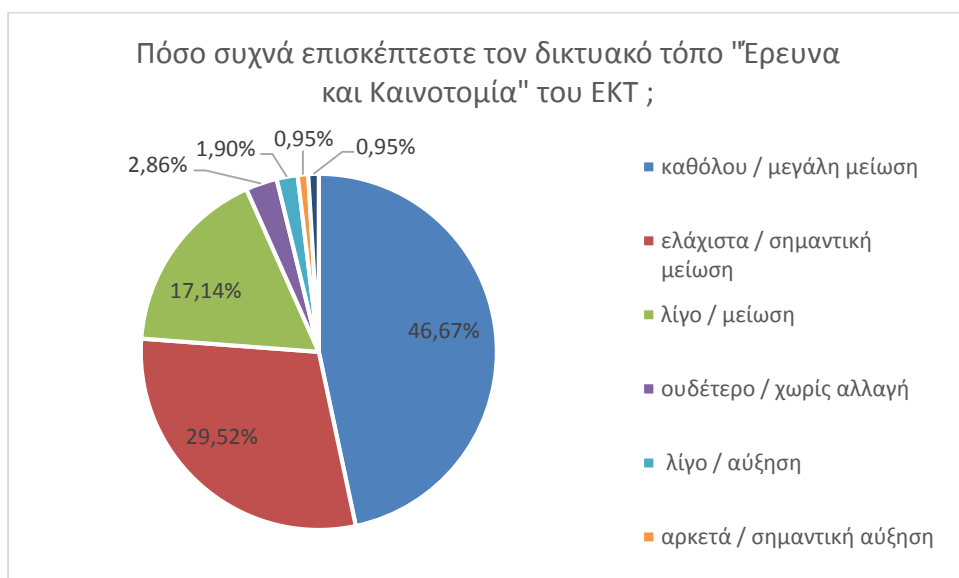
Πίνακας 17



Πίνακας 18



Πίνακας 19



Πίνακας 20



Βασικός σκοπός της έρευνας ήταν να διαπιστωθούν οι απόψεις των νέων για έναρξη νέας επιχείρησης, οι παράγοντες που παίζουν σημαντικό ρόλο για να πραγματοποιηθεί αυτό καθώς και τα θετικά και αρνητικά κίνητρα που υπάρχουν. Από την ανάλυση των στοιχείων προέκυψε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό ήταν επιφυλακτικό ή άκρως αντίθετο στο άνοιγμα μιας νέας επιχείρησης μια και οι οικονομικές συγκυρίες δεν ευνοούν. Σημαντικό παράγοντα θεωρούν το υπάρχον κεφάλαιο, βάζοντας σε μειονεκτική θέση την αποφασιστικότητα, το όραμα ή τις δεξιότητες που μπορούν να κατέχουν.

Η έλλειψη κρατικής βοήθειας και ενημέρωσης όσον αφορά κρατικές πρωτοβουλίες ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας διαφαίνονται ξεκάθαρα.

Η ανάληψη κινδύνου για να επιτύχει κάποιος έχει αυξητική τάση πράγμα που συνεπάγεται επίσης αντικίνητρο για έναρξη νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας, μια και στις μέρες μας λόγω οικονομικής κρίσης κανείς δεν είναι διατεθειμένος να αναλάβει ρίσκο σε μια ασταθής οικονομία.

Παρόλα αυτά η εξοικείωση όσον αφορά την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία είναι αυξημένη μια και ολοένα περισσότεροι νέοι ασχολούνται πιο ενεργά με την απόκτηση γνώσης, λόγω των δύσκολων συνθηκών εύρεσης εργασίας και του ανταγωνισμού.

Ακόμα, προκύπτει ότι ο πρωτογενής τομέας είναι λιγότερο "δημοφιλής" σε σχέση με τον δευτερογενή και τριτογενή, γεγονός που επιβεβαιώνεται από τις σημερινές συνθήκες.

Ωστόσο ο πρωτογενής δηλαδή είναι ο λιγότερο επηρεασμένος από την οικονομική ύφεση, ειδικότερα αν σκεφτούμε ότι η μετακίνηση από τις πόλεις στην ύπαιθρο παρουσιάζει ολοένα και αυξητική τάση.

Όσον αφορά τις απόψεις τους για την πορεία της υπάρχουσας επιχείρησης που μπορεί να κατέχουν δίστανται. Σημαντικό ρόλο παίζει το αντικείμενο της επιχείρησής τους αλλά και το μέρος που βρίσκεται. Επιχειρήσεις λιανικού και χονδρικού εμπορίου, αλλά και τουριστικά γραφεία που δεν βρίσκονται στο κέντρο της πόλης παρουσιάζουν τρομερή ύφεση και ελλείμματα.

Οι επιχειρήσεις αγροτικού τομέα κυμαίνονται ομαλά όπως διαπιστώθηκε από τις απαντήσεις, ενώ όσον αφορά επιχειρήσεις χρηματοοικονομικού τομέα ή τεχνικών ηλεκτρονικών υπολογιστών η ικανοποίηση είναι αρκετά μεγάλη. Ο κυριότερος λόγος όπως προέκυψε για το άνοιγμα μιας νέας επιχείρησης είναι για να υπάρχει ο έλεγχος της δικιάς τους δουλειάς, να υπάρχει δηλαδή ευελιξία στο ωράριο καθώς πολλοί είναι αυτοί που επιθυμούν να συνδυάζουν εξίσου οικογένεια και εργασία. Στη συνέχεια έρχεται η αξιοποίηση των ταλέντων ή δεξιοτήτων τους και τέλος η κοινωνική καταξίωση.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Cantillon, R. (2010). *An essay on economic theory*. Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute.

"Smith, A. (1863). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. A. and C. Black.

Cantillon, R. (1755). *Essay on the Nature of Trade in General*. London: Henry Higgs.(edition and translation 1959).

Drucker, P. F. (1985). *The discipline of innovation*. *Harvard business review*, 63(3), 67.

Say, J. B., & Biddle, C. C. (1851). *A treatise on political economy*. J. Grigg.

Schumpeter, J. A. (1961). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle* (Vol. 55). Transaction Books.

Rakow, T. (2010). *Risk, uncertainty and prophet: The psychological insights of Frank H. Knight*. *Judgment and Decision Making*, 5(6), 458-466.

Smith, A. (1937). *The Wealth of Nations* (1776). New York: Modern Library, 740.

Mill, J. S., & Laughlin, J. L. (2004). *Principles of political economy* (Vol. 1848). Amherst, NY: Prometheus Books.

Audretsch, D. B., & Thurik, A. R. (2004). *A model of the entrepreneurial economy* (No. 1204). *Papers on entrepreneurship, growth and public policy*.

Audretsch, D. B. (Ed.). (2002). *Entrepreneurship: determinants and policy in a European-US comparison* (Vol. 27). Springer.

'Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). *A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management*. *Strategic management journal*, 11(5), 17-27.

"Drucker, P. F. (2009). *Management Rev Ed*. HarperCollins.

Chell, E. (2007). *Social enterprise and entrepreneurship towards a convergent theory of the entrepreneurial process*. *International small business journal*, 25(1), 5-26.

Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591.

Burgel, O., & Murray, G. C. (2000). The international market entry choices of start-up companies in high-technology industries. *Journal of International Marketing*, 33-62.

"Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.

Barth, J. R., Yago, G., & Zeidman, B. (2008). Stumbling blocks to entrepreneurship in low-and moderate-income communities. In *Entrepreneurship in Emerging Domestic Markets* (pp. 69-119). Springer US.

Ρήγου, Α. Π. (2010). Επαγγελματική κατάρτιση νέων αγροτών και επιχειρηματικότητα: μία εμπειρική έρευνα στο νομό Ευβοίας.

Carland, J., & Carland, J. (2004). Economic development: Changing the policy to support entrepreneurship. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 10(2), 104-114.

Antoncic, B., & Hisrich, R. D. (2003). Clarifying the intrapreneurship concept. *Journal of small business and enterprise development*, 10(1), 7-24.

Yusuf, S. Kaoru Nabeshima, eds. 2007. *How Universities Promote Economic Growth*.

Morse, P. M. (1986). *Theoretical acoustics*. Princeton University Press.

Deane, P., & Cole, W. A. (1962). *British economic growth, 1688-1959: trends and structure* (No. 8). University Press.

ΠΡΟΣΑΡΤΗΜΑ Ι. ΠΡΟΤΥΠΑ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ



Στόχος: Αντιλήψεις φοιτητών σχετικά με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Σας ευχαριστώ για το χρόνο σας (10'-20'). Αυτή η έρευνα πραγματοποιείται στα πλαίσια του μεταπτυχιακού μου Executive MBA στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας και στόχο έχει την καταγραφή των αντιλήψεων των νέων της Θεσσαλονίκης σε σχέση με τις δυνατότητες και το κλίμα που επικρατεί σχετικά με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.. Όλες οι απαντήσεις είναι εμπιστευτικές και δε θα κοινοποιηθούν σε κανέναν άλλον. Θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά στην μεταπτυχιακή μου εργασία χωρίς ονομαστικές αναφορές.

ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1. Ηλικιακή Ομάδα:
 - Α. μέχρι 18 (ανήλικος-η)
 - Β. 19-24
 - Γ. 25-31
 - Δ.32+
2. Φύλο:
 - Άνδρας
 - Γυναίκα

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;
 - Έγγαμος
 - Άγαμος
2. Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο;
 - Απολυτήριο Λυκείου
 - Πτυχίο ΑΕΙ / ΤΕΙ
 - Μεταπτυχιακός / Διδακτορικός Τίτλος
3. Σκοπεύετε να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά τη επόμενη πενταετία;
 - ναι
 - όχι

3. Πόσο σημαντικό είναι κατά τη γνώμη σας η ανάληψη κινδύνων για την επιτυχία ενός επιχειρηματία;

- καθόλου / μεγάλη μείωση
- ελάχιστα / σημαντική μείωση
- λίγο / μείωση
- ουδέτερο / χωρίς αλλαγή
- λίγο / αύξηση
- αρκετά / σημαντική αύξηση
- πάρα πολύ / μεγάλη αύξηση

4. Για ποιο λόγο θα αποφασίζατε να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά;

- θα αξιοποιήσω τα προσόντα μου
- για κοινωνική καταξίωση
- να έχω τον έλεγχο της δουλειάς μου

5. Ποια χαρακτηριστικά θεωρείτε πιο σημαντικά για το άνοιγμα μιας νέας επιχείρησης;

- αποφασιστικότητα
- όραμα
- υπάρχον κεφάλαιο

6. Τί σας αποτρέπει πιο πολύ από το να ανοίξετε μια νέα επιχείρηση;

- οικονομική κρίση
- έλλειψη χρηματοδότησης
- έλλειψη πλάνου επιχειρηματικότητας
- γραφειοκρατία & καθυστέρηση διαδικασιών

7. Τί είδους υποστήριξη θα θέλατε για τη δημιουργία της δικής σας επιχείρησης;

- από τις τράπεζες
- από το κράτος
- από άλλους δημόσιους φορείς (πανεπιστήμια, επιμελητήρια)
- από άλλους ιδιωτικούς φορείς
- από την οικογένεια

8. Σε ποιο βαθμό είστε εξοικειωμένοι με την έννοια της δημιουργικότητας και καινοτομίας;

- καθόλου / μεγάλη μείωση
- ελάχιστα / σημαντική μείωση
- λίγο / μείωση
- ουδέτερο / χωρίς αλλαγή
- λίγο / αύξηση
- αρκετά / σημαντική αύξηση
- πάρα πολύ / μεγάλη αύξηση

9. Πόσο συχνά επισκέπτεστε τον δικτυακό τόπο "Έρευνα και Καινοτομία" του ΕΚΤ ;

- καθόλου / μεγάλη μείωση
- ελάχιστα / σημαντική μείωση
- λίγο / μείωση
- ουδέτερο / χωρίς αλλαγή
- λίγο / αύξηση
- αρκετά / σημαντική αύξηση
- πάρα πολύ / μεγάλη αύξηση

10. Σε ποιον τομέα θα θέλατε να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά;

- Πρωτογενή (αγροτικές εκμεταλλεύσεις)
- Δευτερογενή (βιομηχανική ανάπτυξη - επενδύσεις με βάση την καινοτομία)
- Τριτογενή (τουρισμός - δίκτυα διανομής - δίκτυα λιανικού & χονδρικού εμπορίου - επενδύσεις στην ενέργεια)

11. Πόσο ικανοποιημένος είστε από την έως τώρα πορεία της επιχείρησής σας;

ΓΕΝΙΚΑ ΣΧΟΛΙΑ

Έχετε κάποιο γενικό σχόλιο ή παρατήρηση;

Σας ευχαριστώ πολύ για το χρόνο και τις απαντήσεις σας. Αυτά θα χρησιμοποιηθούν μόνο για την πτυχιακή μου εργασία. Για οτιδήποτε σχετικό, μπορείτε να επικοινωνήσετε είτε μαζί μου.

Κλίμακα αξιολόγησης 1 - 7 (Likert)

1: καθόλου / μεγάλη μείωση | 2: ελάχιστα / σημαντική μείωση | 3: λίγο / μείωση | 4: ουδέτερο / χωρίς αλλαγή | 5: λίγο / αύξηση | 6: αρκετά / σημαντική αύξηση | 7: πάρα πολύ / μεγάλη αύξηση