



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ, ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΤΗΣ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ, ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ,
ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ
ΥΠΕΡΑΓΟΡΕΣ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ

Πασχάλης Δήμου

Επιβλέπων: Κωνσταντίνος Καραμάνης

Ιωάννινα, Απρίλιος, 2020

**ENTREPRENEURSHIP IN THE PERIOD OF THE FINANCIAL
CRISIS. PROBLEMS, OPPORTUNITIES, PERSPECTIVES. CASE
STUDY GREEK SKLAVENTITIS GROUP**

Εγκρίθηκε από τριμελή εξεταστική επιτροπή

Ιωάννινα, 2020

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

1. Επιβλέπων καθηγητής
Κωνσταντίνος Καραμάνης,
Αναπληρωτής καθηγητής

2. Μέλος επιτροπής
Ναζάκης Χαρίλαος,
Καθηγητής

3. Μέλος επιτροπής
Άρνης Νικόλαος,
Καθηγητής

© Δήμου, Πασχάλης, 2020.

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. Allrightsreserved.

Δήλωση μη λογοκλοπής

Δηλώνω υπεύθυνα και γνωρίζοντας τις κυρώσεις του Ν. 2121/1993 περί Πνευματικής Ιδιοκτησίας, ότι η παρούσα μεταπτυχιακή εργασία είναι εκ ολοκλήρου αποτέλεσμα δικής μου ερευνητικής εργασίας, δεν αποτελεί προϊόν αντιγραφής ούτε προέρχεται από ανάθεση σε τρίτους. Όλες οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν (κάθε είδους, μορφής και προέλευσης) για τη συγγραφή της περιλαμβάνονται στη βιβλιογραφία.

Δήμου, Πασχάλης

Υπογραφή

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ολοκληρώνοντας την διπλωματική μου εργασία θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους καθηγητές του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών: Λογιστική, Χρηματοοικονομική και Διοικητική Επιχειρήσεων για τις γνώσεις που μας μεταλαμπάδευσαν, τη συνέπεια και την αφοσίωση στο καθήκον του εκπαιδευτικού.

Ιδιαίτερα ευχαριστώ τον επιβλέποντα καθηγητή Κωνσταντίνο Καραμάνη για την άριστη συνεργασία μας και τα εποικοδομητικά του σχόλια, που είχαν σαν αποτέλεσμα την ολοκλήρωση της παρούσας διπλωματικής.

Τέλος ευχαριστώ την κυρία Κουθουρίδη Σάρα υπεύθυνη Δημοσίων Σχέσεων του Ομίλου Σκλαβενίτη για τα στοιχεία που μου παρείχε και την άμεση ανταπόκριση της.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η επιχειρηματικότητα στη χώρα μας την περίοδο της οικονομικής κρίσης επλήγη ανεπανόρθωτα με τις συνέπειες να τις βιώνουμε μέχρι και σήμερα, αρκεί να αναλογιστούμε ότι μόλις πρόσφατα υπήρξε ολική άρση των capital control και η ρευστότητα προς τις επιχειρήσεις ακόμα και τώρα παρέχεται με πολύ αυστηρά κριτήρια.

Η σύγχρονη επιχειρηματικότητα από την άλλη οδηγεί τις επιχειρήσεις σε εξαγορές και συγχωνεύσεις για να καταστούν βιώσιμες, να μη χαθούν θέσεις εργασίας και να λειτουργεί όπως πρέπει ο οικονομικός κύκλος.

Λαμπρό παράδειγμα της σύγχρονης επιχειρηματικότητας αποτελεί η εταιρία Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης που δραστηριοποιείται στο χώρο των super markets σε Ελλάδα και Κύπρο. Η εταιρεία προέκυψε μετά την απορρόφηση από τη Σκλαβενίτης που να σημειωθεί ότι τα προηγούμενα χρόνια είχε αποκρούσει πολλές προτάσεις εξαγοράς από ξένες πολυεθνικές και την εξαγορά των super market Μαρινόπουλος. Το εγχείρημα χαρακτηρίστηκε ως η μεγαλύτερη «διάσωση» στη νεότερη ελληνική επιχειρηματική ιστορία, με τις τράπεζες να είναι συνεργάσιμες και τους προμηθευτές να δέχονται (σε ποσοστό άνω του 70%) οριζόντιο «κούρεμα» 50% στις απαιτήσεις τους.

Ταυτόχρονα, το 2018 η Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης ξεπέρασε τα 3 δισ. ευρώ σε κύκλο εργασιών, αυξημένο κατά 19,3% από 2,52 δισ. ευρώ το 2017. Πλέον ελέγχει το 35% της αγοράς των super market πανελλήνια και το επίπεδο μικτής κερδοφορίας εμφανίζεται ενισχυμένο στα 735,9 εκατ. ευρώ έναντι 600,5 εκατ. ευρώ το 2017. Τέλος, τα κέρδη προ τόκων, φόρων και αποσβέσεων έχουν θετικό πρόσημο και ανήλθαν σε 17,7 εκατ. ευρώ.

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι επενδύσεις του Ομίλου δε σταματούν εδώ και εντός του 2020 θα ξεκινήσει η δημιουργία νέου logistics center 100.000 τ.μ. στην Αττική και ηλεκτρονικό super market καθώς ο Όμιλος προχώρησε στην εξαγορά του Caremarket.gr δημιουργώντας περαιτέρω σημεία διανομής των προϊόντων για τις ηλεκτρονικές αγορές.

Λέξεις κλειδιά: Επιχειρηματικότητα, οικονομική κρίση, Υπεραγορές Σκλαβενίτη

ABSTRACT

Entrepreneurship in our country during the economic crisis has been irreversibly affected by the consequences of experiencing it to date, suffice it to consider that only recently has total capital controls been lifted and business liquidity is still being provided on very stringent criteria.

Modern entrepreneurship, on the other hand, drives businesses into acquisitions and mergers to become viable, not lose jobs, and the business cycle to function properly.

A great example of modern entrepreneurship is the company Hellenic Supermarkets Sklavenitis, which operates in the area of super markets in Greece and Cyprus. The company emerged after being absorbed by Sklavenitis to note that in the past years it had rejected many proposals to acquire foreign multinationals and the acquisition of super markets Marinopoulos. are cooperative and suppliers accept (over 70%) horizontal haircut 50% on their requirements.

At the same time, in 2018 Hellenic Supervisors Sklavenitis exceeded EUR 3 billion in turnover, up 19.3% from EUR 2.52 billion in 2017. It now controls 35% of the Greek super market and the level of gross profitability. increased to EUR 735.9 million compared to EUR 600.5 million in 2017. Lastly, earnings before interest, tax and depreciation were positive and stood at EUR 17.7 million.

It is worth noting that the Group's investments do not stop there and in 2020 will start the creation of a new logistics center of 100,000 sq.m. in Attica and online super market as the Group acquired Caremarket.gr, creating further product distribution points for online markets.

Keywords: *Entrepreneurship, Financial Crisis, Sklavenitis Supermarkets*

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	vi
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	vii
ABSTRACT.....	viii
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ.....	ix
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	xi
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	xii
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	13
1.1 Αντικείμενο	13
1.2 Σκοπός της διπλωματικής εργασίας.....	13
1.3 Δομή της διπλωματικής εργασίας.....	13
1.4 Μεθοδολογία.....	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	15
2.1 Εννοιολογικός προσδιορισμός.....	15
2.2 Η επιχειρηματικότητα ως δραστηριότητα	18
2.2.1 Επιχειρηματικότητα στον συνδυασμό των συντελεστών της παραγωγής..	18
2.2.2 Επιχειρηματικότητα και καινοτομίες.....	18
2.2.3 Επιχειρηματικότητα και διαχείριση κινδύνου	19
2.2.4 Επιχειρηματικότητα και αξιοποίηση ευκαιριών λόγω ατελειών της αγοράς	19
2.3 Είδη επιχειρηματικότητας.....	20
2.4 Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα.....	21
2.5 Επιχειρηματικότητα στην Ε.Ε. και στην Ελλάδα	23
2.6 Το μοντέλο ανάπτυξης στην Ελλάδα: προβλήματα, ευκαιρίες και προοπτικές	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ	38
3.1 Τα αίτια της παγκόσμιας κρίσης και η επιρροή της Ελλάδας	38

3.2 Προβλήματα που δημιούργησε η κρίση στην επιχειρηματικότητα.....	43
3.3 Ευκαιρίες που δημιούργησε η κρίση στην επιχειρηματικότητα.....	46
3.4 Προοπτικές που δημιούργησε η κρίση στην επιχειρηματικότητα.....	48
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΥΠΕΡΑΓΟΡΕΣ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ.....	53
4.1 Όμιλος Σκλαβενίτη ιστορική εξέλιξη και πορεία	53
4.2 Οικονομικά στοιχεία.....	57
4.3 Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης δραστηριότητα.....	60
4.4 SWOT Analysis Υπεραγορών Σκλαβενίτη.....	64
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	70
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	73
Ελληνική	73
Ξενόγλωσση.....	74

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Είδη καταστημάτων ομίλου Σκλαβενίτη.....	55
Πίνακας 2: Συνολικός αριθμός υπαλλήλων και μέσων επισκεπτών στα καταστήματα του ομίλου Σκλαβενίτη.....	56
Πίνακας 3: Θυγατρικές εταιρίες Ομίλου που περιλήφθησαν στις ενοποιημένες οικονομικές καταστάσεις.....	58
Πίνακας 4: Βασικά οικονομικά μεγέθη για την περίοδο 2014-2017.....	60
Πίνακας 5: SWOT Analysis Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτη.....	65

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1: Εξέλιξη παγκόσμιου εισοδήματος	38
Διάγραμμα 2: Μέσος όρος μοναδικών πελατών σε καθημερινή βάση την περίοδο 2006-2019	56
Διάγραμμα 3: Ετήσιος κύκλος εργασιών για τα έτη 2006-2018	57
Διάγραμμα 4: Εξέλιξη του κύκλου εργασιών την περίοδο 2014-2017	60

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Αντικείμενο

Αντικείμενο της παρούσας διπλωματικής είναι η ανάδειξη της επιχειρηματικότητας εν μέσω οικονομικής κρίσης, όπου δημιουργούνται ευκαιρίες και προοπτικές πέρα από προβλήματα και «λουκέτα» στον επιχειρηματικό κλάδο. Υπάρχουν αρκετά παραδείγματα ελληνικών εταιριών που ασκώντας επιχειρηματικότητα στο κατά τ' άλλα δυσμενές περιβάλλον κατάφεραν όχι μόνο να επιβιώσουν αλλά και να αναπτυχθούν, να εξελιχθούν και έχουν πλέον ηγετική θέση. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η εταιρία Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης την οποία θα μελετήσουμε διεξοδικά.

1.2 Σκοπός της διπλωματικής εργασίας

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής είναι η παρουσίαση της υγιούς επιχειρηματικότητας και το πώς αυτή επιτυγχάνεται μέσα από συνέργιες κράτους-τραπεζών-ιδιωτών. Παρόλα τα προβλήματα που μπορεί να προκύψουν από μία οικονομική κρίση, διαφαίνεται ότι με σωστές επιχειρηματικές κινήσεις και όραμα τα πάντα είναι εφικτά. Ο Όμιλος Σκλαβενίτη από τα 21 καταστήματα που είχε το 2010 - κατά το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης- έφτασε τα 485 το 2019, κατακτώντας το 35% του ελληνικού μεριδίου αγοράς super market και ξεπερνώντας σε τζίρο τα 3 δισ. ευρώ.

1.3 Δομή της διπλωματικής εργασίας

Η διπλωματική αποτελείται από τέσσερα κεφάλαια συνολικά. Στο Πρώτο Κεφάλαιο συναντάμε την εισαγωγή όπου υπάρχει το αντικείμενο, ο σκοπός, η παρουσίαση των κεφαλαίων και η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε.

Στο Δεύτερο Κεφάλαιο εισάγεται ο αναγνώστης στην έννοια της επιχειρηματικότητας και συναντάμε τον ορισμό της, την ιδιότητα της ως δραστηριότητα, το πώς συνδυάζεται με τους συντελεστές παραγωγής, τη συσχέτιση της με την καινοτομία και τη διαχείριση ρίσκου, την δυνατότητα αξιοποίησης ευκαιριών λόγω ατελειών στην αγοράς και τα είδη αυτής. Εν συνεχεία, αναλύονται οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα, το πώς την συναντάμε στην Ευρωπαϊκή Ένωση

και το μοντέλο ανάπτυξης της στην Ελλάδα, δηλαδή ποια προβλήματα, ευκαιρίες και προοπτικές υφίστανται.

Στο Τρίτο Κεφάλαιο αναλύονται τα αίτια της παγκόσμιας κρίσης και η επιρροή της Ελλάδας, τα προβλήματα, οι ευκαιρίες και οι προοπτικές που δημιούργησε η κρίση στην επιχειρηματικότητα.

Στο Τέταρτο Κεφάλαιο θα συναντήσουμε μία μελέτη περίπτωσης την εταιρία Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης που αποτελεί πρότυπο επιχείρησης, μιας και κατάφερε να γιγαντωθεί κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης και να επεκτείνει τις δραστηριότητες της σε πολλούς κλάδους της οικονομίας. Αρχικά παρουσιάζεται η ιστορική εξέλιξη και πορεία της εταιρίας ενώ ακολουθούν οικονομικά στοιχεία σύμφωνα με την τελευταία διαθέσιμη Οικονομική Έκθεση, η δραστηριότητα της και η SWOT Analysis. Εν συνεχεία, η διπλωματική ολοκληρώνεται με τα συμπεράσματα της έρευνας.

1.4 Μεθοδολογία

Η παρούσα εργασία αναλύει αρχικά την έννοια της επιχειρηματικότητας που την συναντάμε ως δραστηριότητα στις εταιρίες, το συνδυασμό της με τους συντελεστές παραγωγής, τη συσχέτιση της με την καινοτομία αλλά και τη διαχείριση ρίσκου. Επιπλέον, μελετάτε η δυνατότητα αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών λόγω ατελειών στην αγοράς και τα είδη της επιχειρηματικότητας. Εν συνεχεία, αναλύονται οι παράγοντες που την επηρεάζουν, η μορφή της μέσα από τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις και το μοντέλο ανάπτυξης της στην Ελλάδα, δηλαδή ποια προβλήματα, ευκαιρίες και προοπτικές υπάρχουν. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στα αίτια της παγκόσμιας κρίσης και της επιρροή τους στην ελληνική επιχειρηματικότητα δηλαδή τα προβλήματα, οι ευκαιρίες και οι προοπτικές που δημιουργήθηκαν. Καθότι, το βασικό αντικείμενο της διπλωματικής εργασίας είναι η εταιρία Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης που αποτελεί πρότυπο επιχείρησης, μιας και κατάφερε να γιγαντωθεί κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης και να επεκτείνει τις δραστηριότητες της σε πολλούς κλάδους της οικονομίας, παρουσιάζεται η ιστορική εξέλιξη και πορεία της ενώ ακολουθούν οικονομικά στοιχεία σύμφωνα με την τελευταία διαθέσιμη Οικονομική Έκθεση, η δραστηριότητα της και η SWOT Analysis.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

2.1 Εννοιολογικός προσδιορισμός

Η τεχνολογική αλλαγή, οι επιχειρηματικές δραστηριότητες και η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και παραγωγικότητας συχνά θεωρούνται ως οι βασικοί εκείνοι παράγοντες οικονομικής ανάπτυξης στην σημερινή παγκοσμιοποιημένη οικονομία.

Ως προς την κατεύθυνση αυτή, έχει αναπτυχθεί μια τεράστια βιβλιογραφία αναφορικά με τον ρόλο και τις επιπτώσεις των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στην ενίσχυση της παραγωγικότητας και την οικονομική ανάπτυξη, καθώς και αναφορικά με την αποτίμηση της επίδρασης των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων ως προς την αναπτυξιακή διαδικασία, επικεντρώνοντας στον καθορισμό της σχέσης αλληλεπίδρασης μεταξύ των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και της οικονομικής ανάπτυξης στο πλαίσιο της σύγχρονης οικονομίας και του διεθνούς ανταγωνισμού (Κορρές, 2015).

Ενώ η σχετική συζήτηση είναι έντονη, ο όρος «επιχειρηματικότητα» δεν έχει λάβει ένα ακριβές περιεχόμενο κοινά αποδεκτό. Αυτό σχετίζεται κύρια με το γεγονός ότι ο επιχειρηματίας, ο οποίος κατά κύριο λόγο την ασκεί, ανάλογα με τον τρόπο που δρα, το είδος και το μέγεθος της επιχείρησης που ιδρύει και τα μέσα που διαθέτει ενσωματώνει πολλές και διαφορετικές δραστηριότητες έτσι ώστε να είναι δύσκολο να δοθεί το πλήρες περιεχόμενο του ρόλου του. Το φαινόμενο της επιχειρηματικότητας είναι πολυδιάστατο αφού, για παράδειγμα, η εκμετάλλευση των ευκαιριών σημαίνει να ενεργεί ο επιχειρηματίας διαφορετικά από τους άλλους. Με την επιχειρηματικότητα ο άνθρωπος επιχειρεί, δηλαδή, προσπαθεί να κάνει κάτι καινούργιο, χωρίς βεβαιότητα για το τελικό αποτέλεσμα της προσπάθειας. Σε αυτή τη διαδικασία ο επιχειρηματίας εκτελεί πολύ χρήσιμες και αναντικατάστατες λειτουργίες για τον εαυτό του και για την επιχείρηση (Γκαγκάτσιος, 2011).

Ήδη από νωρίς η οικονομική θεωρία ασχολήθηκε με την επιχειρηματικότητα ως βασικό παράγοντα της οικονομικής αναπτυξιακής αλλαγής. Η πρώτη προσέγγιση για τον ορισμό της επιχειρηματικότητας, ωστόσο, δίνεται από τον Schumpeter (1934), ο οποίος πρώτος έδωσε έμφαση στον όρο επιχειρηματικότητα ως μια βασική πηγή δυναμισμού στην καπιταλιστική κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη, υποστηρίζοντας ότι η επιχειρηματικότητα βρίσκεται στο επίκεντρο της οικονομικής

αλλαγής και θεωρείται ως βασικός μοχλός ανάπτυξης, επηρεάζοντας τη διαδικασία της οικονομικής και κατ' επέκταση της κοινωνικής αλλαγής (Κορρές, 2015).

Από την άλλη πλευρά, οι εξελίξεις στη θεωρία της οικονομικής ανάπτυξης έχουν ανανεώσει το ενδιαφέρον για τον ρόλο που διαδραματίζει η επιχειρηματικότητα στην αναπτυξιακή διαδικασία, υπογραμμίζοντας τους συνδέσμους ανάμεσα στην επένδυση σε καινοτομικές δραστηριότητες, την τεχνολογική αλλαγή και την οικονομική ανάπτυξη. Η εκμετάλλευση της επιχειρηματικότητας προσφέρει νέες λύσεις στα οικονομικά προβλήματα και καθιστά έτσι πιθανό να ικανοποιηθεί μέρος των αναγκών του ατόμου και της κοινωνίας. Ως κινητήρια δύναμη, ωθεί τις οικονομίες προς μακροπρόθεσμους αναπτυξιακούς στόχους και την ανανέωση των παραγωγικών τους δομών, προκειμένου να διατηρήσουν τα στοιχεία της ανάπτυξης, της ανταγωνιστικότητας και της απασχόλησης, με επενδύσεις στην εισαγωγή νέων τεχνολογιών που στόχο έχουν τον εκσυγχρονισμό της παραγωγικής διαδικασίας και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας. Ο λόγος είναι ότι οι νέες τεχνολογίες οδηγούν σε αύξηση της παραγωγικότητας των συντελεστών παραγωγής, συμβάλλοντας στη μακροχρόνια βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της βιώσιμης ανάπτυξης. Αυτή η προσέγγιση οδηγεί στη θεωρητική μετατόπιση από τη θεώρηση μιας οικονομίας βασισμένης στους παραγωγικούς συντελεστές, σε μια οικονομία βασισμένη στην επιχειρηματικότητα και τη γνώση (Κορρές, 2015).

Σύμφωνα με τα παραπάνω, η επιχειρηματικότητα δεν είναι τίποτε άλλο από τον παθητικό εκείνο παραγωγικό συντελεστή που προθυμοποιείται να δημιουργήσει και να καινοτομήσει, κάτω από συνθήκες αβεβαιότητας και κινδύνου, ώστε να μπορέσει να εισπράξει μια αμοιβή που αντιστοιχεί στο καθαρό κέρδος (Κορρές, 2015).

Περιγράφοντας την επιχειρηματικότητα μέσω των δραστηριοτήτων του επιχειρηματία που την υλοποιεί θα λέγαμε ότι η έννοια αυτή (Γκαγκάτσιος, 2011):

- Σημαίνει τον άριστο τρόπο οργάνωσης και συνδυασμού των συντελεστών της παραγωγής για τη δημιουργία αγαθών και υπηρεσιών.
- Εμπεριέχει το στοιχείο της εισαγωγής και εφαρμογής καινοτομιών καθώς και της δημιουργικής μίμησης κάθε πρωτοποριακής επιχειρηματικής προσπάθειας.
- Εμπεριέχει το στοιχείο του κινδύνου.

- Εκφράζει την ικανότητα κάποιου να διαβλέπει, να αναγνωρίζει και να αξιοποιεί τις ευκαιρίες κέρδους που δημιουργούνται στην αγορά, η οποία συνήθως λειτουργεί με ατέλειες.
- Η επιχειρηματικότητα μπορεί να ασκηθεί συνδυάζοντας όλες τις παραπάνω δραστηριότητες.

Άλλοι ορισμοί με τους οποίους προσδιορίζεται η επιχειρηματικότητα παραθέτονται στη συνέχεια:

- Η επιχειρηματικότητα είναι μια καινοτομική πράξη που ενισχύει με νέο δυναμικό τους ήδη υπάρχοντες πόρους (Drucker, 2014).
- Επιχειρηματικότητα είναι η επιδίωξη μιας ευκαιρίας χωρίς να δίνεται σημασία στους υπάρχοντες πόρους και δυνατότητες (Stevenson et al., 1989).
- Επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία νέων επιχειρήσεων, νέων υπό την έννοια ότι δεν αποτελούν πιστή αντιγραφή κάποιας προϋπάρχουσας επιχείρησης, αλλά εμπεριέχουν κάποιο στοιχείο νεωτερισμού (Rumelt, 2005).
- Επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία μιας νέας επιχείρησης.» (Low & MacMillan, 1988).
- Επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία επιχειρήσεων, η διαδικασία με την οποία γεννιούνται νέες επιχειρήσεις (Gartner, 1988).
- Η επιχειρηματικότητα είναι μια λογική, ένας τρόπος σκέψης και δράσης εστιασμένος στην εκμετάλλευση ευκαιριών, ολιστικός στην προσέγγισή του και ο οποίος εξισορροπείται μέσω της άσκησης ηγεσίας (Timmons & Stephen, 1999).
- Οι έρευνες με θέμα την επιχειρηματικότητα προσπαθούν να κατανοήσουν από ποιους, με ποιον τρόπο και με τι συνέπειες εντοπίζονται, δημιουργούνται και αξιοποιούνται οι ευκαιρίες δημιουργίας νέων προϊόντων και υπηρεσιών (Sarasvathy, 2003).
- Η επιχειρηματικότητα είναι η διαδικασία μέσω της οποίας τα άτομα και οι ομάδες παράγουν αξία συγκεντρώνοντας διαφορετικές εισροές πόρων για να εκμεταλλευτούν ευκαιρίες που υπάρχουν στο περιβάλλον τους. Μπορεί να εκδηλωθεί σε οποιοδήποτε οργανωτικό πλαίσιο και να έχει ποικίλα αποτελέσματα, όπως νέες επιχειρηματικές προσπάθειες, προϊόντα, υπηρεσίες, διαδικασίες, αγορές και τεχνολογίες (Morris, 1998).

- Η επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει πράξεις οργανωσιακής δημιουργίας, ανανέωσης ή καινοτομίας που λαμβάνουν χώρα εντός ή εκτός ενός προϋπάρχοντος οργανισμού (Chua et al., 1999).

2.2 Η επιχειρηματικότητα ως δραστηριότητα

2.2.1 Επιχειρηματικότητα στον συνδυασμό των συντελεστών της παραγωγής

Η λειτουργία του επιχειρηματία επικεντρώνεται στο συντονισμό των συντελεστών παραγωγής με τον αποτελεσματικότερο τρόπο, σύμφωνα με τις υπάρχουσες τεχνολογικές δυνατότητες. Έτσι θα μπορέσει να πετύχει τα μέγιστα οικονομικά οφέλη. Με την επιχειρηματικότητα αντιμετωπίζονται προβλήματα που σχετίζονται με την έλλειψη ειδικευμένων στελεχών, τη δυσλειτουργία μεταξύ των τμημάτων της επιχείρησης, των εμποδίων στη ροή πληροφοριών και στη λήψη των αποφάσεων που υπάρχουν σε μια επιχείρηση. Επίσης γίνεται σωστή επιλογή ατόμων και αξιοποιούνται καλύτερα οι γνώσεις και οι δεξιότητες των εργαζομένων σε μια επιχείρηση, με αποτέλεσμα να αυξάνεται η παραγωγικότητα της επιχείρησης. Τέλος, σύμφωνα με την προσέγγιση αυτή, η επιχειρηματικότητα μπορεί να δράσει ως παράγοντας που θα μειώσει την «άγνωστη αναποτελεσματικότητα» δηλαδή τη διαφορά μεταξύ του θεωρητικά ανώτατου ύψους της αποτελεσματικότητας μιας οικονομίας και του ύψους που στην πραγματικότητα επιτυγχάνεται. Σύμφωνα με μια νεότερη προσέγγιση, επιχειρηματίας είναι «το άτομο που εξειδικεύεται στη λήψη αποφάσεων για τον συνδυασμό των σπάνιων παραγωγικών πόρων». Αυτή η λειτουργία του επιχειρηματία μπορεί να ασκηθεί από άτομα που έχουν επάρκεια πληροφοριών και ιδιαίτερες ικανότητες στη λήψη αποφάσεων για τον αποτελεσματικό συνδυασμό και την κατανομή των πόρων (Γκαγκάτσιος, 2011).

2.2.2 Επιχειρηματικότητα και καινοτομίες

Σύμφωνα με τον Drucker (2014) η επιχειρηματικότητα χαρακτηρίζεται, μεταξύ άλλων, από τη δημιουργία καινοτομίας. Επιχειρηματική καινοτομία είναι η «αναζήτηση και εκμετάλλευση νέων ευκαιριών προς ικανοποίηση ανθρώπινων επιθυμιών και αναγκών».

Σύμφωνα με τον Schumpeter (1982) η εκμετάλλευση των ευκαιριών κέρδους από τον επιχειρηματία επιτυγχάνεται όταν δραστηριοποιείται στις εξής καινοτομικές ενέργειες:

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

Σύμφωνα με τον Schumpeter ο επιχειρηματίας είναι το άτομο που κατορθώνει να κάνει νέα πράγματα και όχι κατ' ανάγκη το άτομο που τα εφευρίσκει. Ο επιχειρηματίας με την καινοτομική του δράση προκαλεί συνεχώς τη «δημιουργική καταστροφή» και με τη μιμητική του δράση αποκαθιστά συνεχώς εκ νέου την ισορροπία.

2.2.3 Επιχειρηματικότητα και διαχείριση κινδύνου

Το να είναι κανείς επιχειρηματίας σημαίνει, εκτός των άλλων, να μάθει να διαχειρίζεται τον κίνδυνο. Με άλλα λόγια να έχει τη διάθεση να πειραματιστεί και να βρει τρόπους να ελαχιστοποιήσει τους κινδύνους στις οικονομικές του δραστηριότητες.

Σύμφωνα με τον Knight (2012) η πραγματική δράση της επιχειρηματικότητας είναι η ανάληψη κινδύνων που προέρχονται από την αβεβαιότητα που κυριαρχεί στην οικονομική ζωή. Η αβεβαιότητα μπορεί να προέρχεται από τη μεταβολή των κοινωνικοοικονομικών μεταβλητών (π.χ. μεταβολή στη ζήτηση των προϊόντων, διεθνείς συγκυρίες, ξαφνική αλλαγή κρατικής οικονομικής πολιτικής κ.λπ.) και την ατελή γνώση (πληροφόρηση) που έχουν οι επιχειρηματίες για τις τρέχουσες και τις μελλοντικές συνθήκες.

Ο επιχειρηματίας αντιμετωπίζει τους παραπάνω κινδύνους που δεν μπορούν να προβλεφθούν ούτε να υπολογισθούν και που κανείς άλλος δεν αναλαμβάνει, με σκοπό να εισπράξει μια αμοιβή (το κέρδος του) ακαθόριστου ύψους.

2.2.4 Επιχειρηματικότητα και αξιοποίηση ευκαιριών λόγω ατελειών της αγοράς

Η επιχειρηματικότητα αφορά την ικανότητα του επιχειρηματία να αντιλαμβάνεται τις ευκαιρίες κέρδους και να δρα με βάση αυτές. Σύμφωνα με τον Kizzner (1997) επιχειρηματικότητα είναι η συνεχής προσπάθεια του επιχειρηματία να αναγνωρίσει

και να αξιοποιήσει κάθε ευκαιρία κέρδους που παρουσιάζεται στην αγορά. Ο επιχειρηματίας για να ενεργήσει με τον τρόπο αυτό θα πρέπει να διαθέτει γνώσεις και πληροφορίες για την αγορά που δε διαθέτουν οι άλλοι. Έτσι, όταν ο επιχειρηματίας ανακαλύπτει ορισμένες αγορές φθηνότερων εισροών, γνωρίζει αγορές στις οποίες μπορεί να πουλά σε υψηλότερη τιμή το προϊόν του και τότε θα δραστηριοποιηθεί και θα εκμεταλλευθεί αυτή την ευκαιρία κέρδους που του παρουσιάζεται (Γκαγκάτσιος, 2011).

Οι ευκαιρίες αυτού του τύπου είναι μικρής χρονικής διάρκειας, αφού η μη ύπαρξη κάποιας αποκλειστικότητας θα οδηγήσει στη δημιουργία ίδιας ή παρόμοιας επιχείρησης από άλλους επιχειρηματίες με αποτέλεσμα την αύξηση του ανταγωνισμού και τη μείωση των κερδών. Η παραπάνω διαδικασία ωφελεί και τους καταναλωτές αφού θα έχουν στη διάθεσή τους προϊόντα ή υπηρεσίες που δεν ήξεραν ότι υπάρχουν και τα οποία τους ικανοποιούν κάποια ανάγκη και για το ίδιο προϊόν θα πληρώνουν χαμηλότερη τιμή αφού ανακαλύφθηκε μια πηγή που παράγει και προσφέρει φθηνότερα (Γκαγκάτσιος, 2011).

2.3 Είδη επιχειρηματικότητας

Δύο είναι τα είδη της επιχειρηματικότητας η αμιγής και η μικτή επιχειρηματικότητα. Η αμιγής επιχειρηματικότητα εξασκείται χωρίς ο επιχειρηματίας να διαθέτει άλλα παραγωγικά μέσα (πχ. μηχανήματα), αλλά μόνο από την προσωπική του συμβολή. Κεντρικό ρόλο παίζει η προσωπικότητα του με όλα τα χαρακτηριστικά της, τα οποία εκφράζονται με τη σύλληψη για αξιοποίηση μιας νέας παραγωγικής ιδέας.

Η αμιγής επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει εκείνες τις δραστηριότητες που δεν μπορούν εξίσου αποτελεσματικά με τον επιχειρηματία να πραγματοποιηθούν από μισθωτούς υπαλλήλους ή άλλους φορείς (πχ. δημόσιες υπηρεσίες). Ωστόσο η επιχειρηματικότητα με αυτή τη μορφή δε συναντάται συχνά στην πραγματική οικονομική ζωή. Όταν ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει δράση, τις περισσότερες φορές, είναι υποχρεωμένος για διάφορους λόγους να αναλάβει δραστηριότητες που θα μπορούσαν να αναληφθούν από άλλα άτομα χωρίς να μειωθεί το αποτέλεσμα της επιχειρηματικότητάς του. Έτσι στην πράξη ο ρόλος του επιχειρηματία εκπληρώνεται με μία από τις μορφές της μικτής επιχειρηματικότητας (Γκαγκάτσιος, 2011).

Από την άλλη, μικτή επιχειρηματικότητα ασκείται όταν ο επιχειρηματίας δραστηριοποιείται αναλαμβάνοντας και ρόλους που εύκολα μπορούν να υλοποιηθούν από άλλα άτομα ή φορείς της οικονομίας (διοικητικά στελέχη, τραπεζικό σύστημα κ.λπ.). Η μικτή επιχειρηματικότητα διακρίνεται σε επιχειρηματικότητα εργαζομένων και σε επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων.

Η μικτή επιχειρηματικότητα εργαζομένων περιλαμβάνει δραστηριότητες οι οποίες κάλλιστα θα μπορούσαν να αναληφθούν από άλλα άτομα (πχ. ανώτερα διευθυντικά στελέχη ή μισθωτούς υπαλλήλους) χωρίς να μειωθεί η αποτελεσματικότητα της επιχείρησης. Η μορφή αυτή επιχειρηματικότητας εφαρμόζεται σήμερα κυρίως σε περιπτώσεις που ο επιχειρηματίας ιδρύει μια επιχείρηση. Σε περασμένες περιόδους (αλλά και σήμερα στις μη αναπτυγμένες χώρες) ο επιχειρηματίας συνήθως αναλάμβανε μια σειρά τέτοιων εργασιών εξαιτίας της έλλειψης ειδικευμένου εργατικού δυναμικού. Η μεικτή επιχειρηματικότητα εργαζομένων τείνει σήμερα, στις προηγμένες οικονομίες, να εκλείψει γιατί αρχικά ο επιχειρηματίας είναι δύσκολο να είναι τέλειος γνώστης διαφόρων ειδικών θεμάτων (λογιστικά, τεχνικά ζητήματα κ.α.). Επιπλέον, το εκπαιδευτικό σύστημα παρέχει αυτές τις γνώσεις σε άτομα πρόθυμα να εργασθούν. Άρα αυτό που απαιτείται είναι η σωστή επιλογή προσωπικού. Τέλος, είναι πιο αποδοτικό να αφιερώνει το χρόνο του στην ανακάλυψη μιας νέας ευκαιρίας για κέρδος (Γκαγκάτσιος, 2011).

Παράλληλα, η μικτή επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων ασκείται από το άτομο που προχωρά στην αξιοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας του, παρέχοντας κεφάλαια στην υπό ίδρυση ή νεοϊδρυθείσα επιχείρησή του. Αυτή η μορφή επιχειρηματικότητας τείνει σήμερα να περιορισθεί γιατί αυξάνονται οι δυνατότητες άντλησης κεφαλαίων από το χρηματοπιστωτικό σύστημα και τα διάφορα σχήματα επιχειρηματικής συνεργασίας και η διάκριση ρόλων και προτιμήσεων μεταξύ κεφαλαιούχων και επιχειρηματιών - επενδυτών έχει γίνει πιο φανερή (Γκαγκάτσιος, 2011).

2.4 Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα

Η επιχειρηματικότητα αποτελεί έναν πολύπλευρο κλάδο, ο οποίος επηρεάζεται από πολλά και διαφορετικά φαινόμενα, κοινωνικά, πολιτιστικά, περιβαλλοντικά, δημογραφικά και οικονομικά. Οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα έχουν τύχει αντικείμενο μελέτης και ανάλυσης από πολλούς ερευνητές, μέσα στο πέρασμα των χρόνων, ώστε να προσδιοριστούν επακριβώς οι

λόγοι που οδηγούν στην επιχειρηματική επιτυχία και ευτυχία. Απ' όλες αυτές τις αναλύσεις, το συμπέρασμα το οποίο έχει προκύψει, κατονομάζει έξι παράγοντες που οδηγούν στην επιτυχημένη άσκηση επιχειρηματικότητας ως εξής:

- Οικονομικοί παράγοντες (Economic Factors)
- Ψυχολογικοί Παράγοντες (Psychological Factors)
- Κοινωνιολογικοί Παράγοντες (Social Factors)
- Περιβαλλοντικοί Παράγοντες (Environmental Factors)
- Δημογραφικοί Παράγοντες (Demographic Factors)
- Πολιτισμικοί Παράγοντες (Cultural Factors)

Οι οικονομικοί παράγοντες είναι ζωτικής σημασίας για την αποτελεσματική άσκηση επιχειρηματικής δράσης, μιας και η επιχειρηματικότητα των ατόμων βασίζεται στην οικονομική θεωρία της προσφοράς και της ζήτησης αγαθών και υπηρεσιών. Σύμφωνα με τον Schumpeter, η οικονομική θεωρία και η επιχειρηματικότητα συνδέονται πολύ στενά μεταξύ τους, μιας και οι οικονομικοί παράγοντες επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα, αφού υφίστανται σε όλη τη διάρκεια ζωής της επιχείρησης.

Ειδικότερα, οι οικονομικές μεταβλητές που επιδρούν καταλυτικά στην επιχειρηματικότητα είναι οι πολιτικές και κυρίως οι νομισματικές πολιτικές των κρατών, οι εμπορικές πολιτικές, οι παρεμβάσεις των κυβερνήσεων, η φορολογία και το κατά κεφαλήν εισόδημα (Huisman, 1985).

Οι ψυχολογικοί παράγοντες αναφέρονται στα προσωπικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα που διαθέτει το άτομο που ασκεί την επιχειρηματικότητα, δηλαδή ο επιχειρηματίας και τα οποία χαρακτηριστικά επηρεάζουν την εκδήλωση της επιχειρηματικότητας.

Οι κοινωνιολογικοί παράγοντες αναφέρονται σε εκείνες τις συνισταμένες που επηρεάζουν τον τρόπο ζωής των ανθρώπων. Οι άνθρωποι και οι προτιμήσεις αυτών διακρίνονται από μια σχέση αλληλεξάρτησης που επηρεάζει την επιχειρηματική δραστηριότητα, όπως είναι οι καταναλωτικές συνήθειες που έχουν τα άτομα, τα πρότυπα ψυχαγωγίας και διασκέδασης, ο τρόπος που εργάζονται ή η πόλη όπου εργάζονται, κλπ.

Οι περιβαλλοντικοί παράγοντες επηρεασμού της επιχειρηματικότητας, οι οποίοι διακρίνονται σε ενδογενείς και εξωγενείς, γίνονται αντιληπτοί σε διάφορα επίπεδα. Η διαθεσιμότητα που έχει μια επιχείρηση σε πόρους αποτυπώνεται από το περιβάλλον, ο αριθμός εισόδου νέων επιχειρήσεων σε έναν κλάδο επηρεάζεται από τον αριθμό των ήδη υφιστάμενων επιχειρήσεων στον κλάδο κλπ. Το περιβάλλον είναι εκείνο που θα διαμορφώσει και θα ορίσει τον αριθμό των επιχειρήσεων που θα εισέλθουν στον κλάδο, τον μετασχηματισμό των επιχειρήσεων ή ακόμη και τη λήξη μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας (Singh, 1990).

Ως δημογραφία ορίζεται η μελέτη των τάσεων του πληθυσμού των ανθρώπων σε σχέση με διάφορες μεταβλητές όπως είναι, το μέγεθος του πληθυσμού, η ηλικία των ανθρώπων, η διάρθρωση του πληθυσμού, η γεωγραφική κατανομή, η εθνικότητα, η εκπαίδευση, κλπ. Σχετικά με την επιχειρηματικότητα, οι πιο σημαντικές δημογραφικές μεταβλητές είναι η ηλικία, η εμπειρία και το μορφωτικό επίπεδο (Gaddam, 2007).

Το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων εκφράζεται μέσα από την κουλτούρα τους. Ως κουλτούρα ορίζεται ένα σύνολο κοινών αξιών, πεποιθήσεων και αναμενόμενων συμπεριφορών. Η μεγαλύτερη βαρύτητα δίνεται στην οργανωσιακή κουλτούρα και την επιρροή που αυτή ασκεί στην επιχειρηματικότητα. Σύμφωνα με τον Weber, οι κοινές αξίες, οι πεποιθήσεις και οι συμπεριφορές των ατόμων και των οργανισμών, επηρεάζουν σημαντικά την επιχειρηματικότητα. Όσες κουλτούρες αξιολογούν θετικά την τάση για επιτυχία εμφάνιζαν υψηλά ποσοστά επιχειρηματικότητας (Huisman, 1985).

2.5 Επιχειρηματικότητα στην Ε.Ε. και στην Ελλάδα

Όπως ορίζεται στη Συνθήκη της Ε.Ε. (άρθρο 16), η πρόσβαση σε υπηρεσίες γενικού οικονομικού ενδιαφέροντος έχει μεγάλη σημασία για την επίτευξη οικονομικής, κοινωνικής και εδαφικής συνοχής. Πιο συγκεκριμένα, η ύπαρξη ενός αποτελεσματικού συστήματος μεταφορών, ενός τηλεπικοινωνιακού δικτύου υψηλών ταχυτήτων και συνεχούς παροχής ενέργειας αποτελεί βασικό παράγοντα καθορισμού της δυνατότητας των περιφερειών να προσελκύουν τις επιχειρηματικές επενδύσεις (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2007). Οι μεταφορικές υποδομές μπορεί να διαδραματίσουν ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο της περιφερειακής ανταγωνιστικότητας και πηγή συγκριτικού πλεονεκτήματος για τις επιχειρήσεις που βρίσκονται σε ιδιαίτερα

ευνοημένες περιφέρειες. Γεγονός που επιβεβαιώνεται από τη σημασία που δίνουν οι επιχειρήσεις, όταν αυτές αποφασίζουν να επενδύσουν. Οι διεθνείς διασυνδέσεις με άλλα σημαντικά οικονομικά κέντρα είναι το τρίτο σημαντικότερο κριτήριο για τον καθορισμό του τόπου πραγματοποίησης μιας επένδυσης (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2007). Επίσης ιδιαίτερα σημαντικά ζητήματα είναι ότι η ανάπτυξη και οι θέσεις εργασίας καθορίζονται από βασικές προϋποθέσεις, όπως για παράδειγμα η ύπαρξη των βασικών υποδομών που περιλαμβάνουν επίσης τη δυνατότητα για καινοτομία και αποτελούν παράγοντα που καθορίζει την ανταγωνιστικότητα και συνδέεται με την ύπαρξη και αξιοποίηση των ανθρώπινων πόρων, καθώς επίσης τους πόρους που αφιερώνονται στην Ε&ΤΑ και την αποτελεσματικότητα με την οποία αυτοί χρησιμοποιούνται. Σύμφωνα με τη Συνθήκη της Ε.Ε. η Κοινότητα πρέπει να ενεργεί προκειμένου να προαχθεί η αρμονική ανάπτυξη του συνόλου της, αποσκοπώντας κυρίως στη μείωση των διαφορών μεταξύ των επιπέδων ανάπτυξης των διαφόρων περιοχών και στη μείωση της καθυστέρησης των πλέον μειονεκτικών περιοχών ή νήσων, συμπεριλαμβανομένων των αγροτικών περιοχών (άρθρο 158 της Συνθήκης Ε.Ε.).

Στη διεθνή βιβλιογραφία υπάρχουν δύο βασικές διαφορετικές προσεγγίσεις που αναλύουν τη διεθνή ανταγωνιστικότητα στο πλαίσιο της αναπτυξιακής διαδικασίας μεταξύ των αναπτυγμένων και των αναπτυσσομένων χωρών.

Η πρώτη προσέγγιση είναι βασισμένη στη διεθνή θεωρία του εμπορίου και στην ανάπτυξη του συγκριτικού πλεονεκτήματος (comparative advantage) ως μοχλού για την αύξηση της παραγωγικότητας στις μικρές χώρες.

Η δεύτερη προσέγγιση είναι βασισμένη στη μακροπρόθεσμη συσσώρευση των καινοτομικών δραστηριοτήτων και των τεχνολογικών ικανοτήτων, καθώς και στην τεχνολογική εξειδίκευση για τις μικρές χώρες, μέσω της διάχυσης της γνώσης και των αποτελεσμάτων της (Nonaka et al., 2000; Grossman & Helpman, 1991; Krugman, 1991).

Γεγονός είναι ότι οι μικρές και αδύνατες τεχνολογικά χώρες έχουν λιγότερους πόρους σε σχέση με τις μεγαλύτερες χώρες. Οι αναπτυσσόμενες χώρες αναγκάζονται, συνήθως, να επιλέξουν μόνο ορισμένους τομείς όπου έχουν τη δυνατότητα να επενδύσουν και να αναπτύξουν την έρευνα και τις τεχνολογικές τους προτεραιότητες. Από την άλλη πλευρά, οι τεχνολογικά προηγμένες χώρες επενδύουν, συνήθως, στην

ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών στις σχετικές καινοτομικές στρατηγικές βιομηχανίες, που στοχεύουν να αναπτύξουν την ανταγωνιστικότητα, την οικονομική ανάπτυξη και το βιοτικό επίπεδο (Κόκκινου, 2015).

Οι νέες τεχνολογίες διαδραματίζουν έναν ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στην παραγωγικότητα και την ανταγωνιστικότητα μιας χώρας. Οι τεχνολογικές μεταβολές καθορίζουν τη θέση μιας χώρας στον διεθνή ανταγωνισμό και επηρεάζουν τον ρυθμό ανάπτυξης (Papadaskalopoulos et al., 2003).

Η ύπαρξη των μεγάλων επενδύσεων, της εξειδικευμένης έρευνας που διατίθεται στην έρευνα και τεχνολογία, καθώς επίσης η διαθεσιμότητα των πόρων στις μεγάλες χώρες δίνουν πρόσθετο πλεονέκτημα στις αναπτυγμένες χώρες που οδηγούν τις τάσεις στους τομείς της έρευνας και τεχνολογίας. Οι μικρές χώρες αντίστοιχα τείνουν συνήθως να ακολουθούν τις «κατευθύνσεις» που τίθενται από τις αναπτυγμένες χώρες (Κόκκινου, 2015).

Το ανθρώπινο δυναμικό και ιδιαίτερα οι εκπαιδευτικοί και ερευνητικοί οργανισμοί διαδραματίζουν βασικό ρόλο για την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα. Το ποσοστό της τεχνολογικής μεταβολής επηρεάζεται άμεσα από τις ερευνητικές δαπάνες και από το ποσοστό εξειδίκευσης και ανάπτυξης της ποιότητας του εργατικού δυναμικού (Κορρές & Τσομπάνογλου, 2004). Οι αναπτυξιακές πολιτικές σχετίζονται άμεσα με τις πολιτικές ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού, καθώς επίσης με τη βελτίωση της τεχνολογικής προόδου και του εκσυγχρονισμού της παραγωγικής βάσης. Οι επενδύσεις στις νέες τεχνολογίες έχουν στόχο τον εκσυγχρονισμό και την ποιοτική αναβάθμιση της παραγωγικής διαδικασίας και αποτελούν έναν από τους βασικούς παράγοντες ανάπτυξης.

Κατά τη διάρκεια των προηγούμενων δεκαετιών παρατηρήθηκαν σημαντικές αλλαγές στην οικονομική ανάπτυξη σε παγκόσμιο επίπεδο και η ανάπτυξη της παραγωγικότητας και της απασχόλησης χαρακτηρίστηκε από μια στροφή στην οικονομία της γνώσης. Σήμερα, το προϊόν και η απασχόληση παρουσιάζουν ιδιαίτερη αύξηση στους κλάδους της υψηλής τεχνολογίας, όπως για παράδειγμα είναι ο κλάδος των Η/Υ και των ηλεκτρονικών, στην παροχή υπηρεσιών γνώσης, οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες και οι υπηρεσίες πληροφορικής και επικοινωνιών. Την ίδια στιγμή παρατηρείται ιδιαίτερη ζήτηση εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού στο σύνολο σχεδόν των κρατών μελών της Ε.Ε., καθώς ο ανταγωνισμός έχει

μετακινήσει το συγκριτικό πλεονέκτημα των οικονομιών αυτών προς τους συντελεστές της γνώσης και της καινοτομίας και στην αύξηση της παραγωγικότητας, όμως από την άλλη πλευρά παρατηρούνται σημαντικές ανισοροπίες στην Ε.Ε. που δυσχεραίνουν την επίτευξη συνοχής. Στη σύγχρονη οικονομική πραγματικότητα παρατηρείται έντονη συγκέντρωση δραστηριοτήτων στον χώρο, είτε στις περισσότερο αναπτυγμένες χώρες (σε εθνικό επίπεδο) είτε στις περισσότερο αναπτυγμένες περιφέρειες, συνήθως στα μητροπολιτικά κέντρα και γύρω από αυτά (σε περιφερειακό επίπεδο) (Tassopoulos et al., 2003). Οι σημαντικές διαπεριφερειακές ανισότητες αντιπροσωπεύουν απειλή τόσο για την οικονομική όσο και για την κοινωνική συνοχή των κρατών και των περιφερειών, ενώ έχουν άμεσες επιπτώσεις στη διαδικασία της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης (Alasia, 2003).

Τα θέματα των επιπτώσεων των περιφερειακών ανισοτήτων στη λειτουργία του ενοποιημένου οικονομικού χώρου, αλλά και των επιπτώσεων της ίδιας της διαδικασίας της οικονομικής ολοκλήρωσης στην περιφερειακή ανάπτυξη ήταν από τα πρώτα που τέθηκαν από τα κράτη μέλη αμέσως μετά τη δημιουργία της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας (ΕΟΚ). Από τις αναφορές αυτές στις ιδρυτικές συνθήκες, η ΕΟΚ χρειάστηκε αρκετά χρόνια για να αναλάβει, με τη δημιουργία του Ευρωπαϊκού Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) το 1975, τις πρώτες συγκεκριμένες δράσεις περιφερειακής πολιτικής και αρκετά ακόμα για τη θεσμοθέτησή της με την Ενιαία Ευρωπαϊκή Πράξη το 1986 (Παπαδασκαλόπουλος & Χριστοφάκης, 2003). Έτσι, εντάχθηκε η Περιφερειακή Πολιτική ως βασική Κοινοτική πολιτική, με τον τίτλο πολιτική «Οικονομικής και Κοινωνικής Συνοχής», μαζί με την καθιέρωση της ενιαίας εσωτερικής αγοράς στη Συνθήκη του Μάαστριχτ. Στο άρθρο 130α της Συνθήκης προβλέπεται ότι η Κοινότητα, προκειμένου να επιτύχει την αρμονική ανάπτυξη του συνόλου της, πρέπει να προωθήσει την οικονομική και κοινωνική συνοχή της μέσα από δράσεις που θα στοχεύουν στη μείωση των περιφερειακών ανισοτήτων και στην υποβοήθηση των λιγότερο αναπτυγμένων περιοχών (Παπαδασκαλόπουλος & Χριστοφάκης, 2003). Από τα παραπάνω προκύπτει ότι ο κύριος σκοπός της Περιφερειακής Πολιτικής είναι η αντιμετώπιση των προβλημάτων που προκαλεί η ανάπτυξη στον χώρο (Κορρές & Τσομπάνογλου, 2004).

Η Περιφερειακή Πολιτική αντιμετωπίζει τις χωρικές ανισοροπίες για να επιτύχει δύο αλληλοσυσχετιζόμενους αντικειμενικούς σκοπούς: την οικονομική ανάπτυξη και τη βελτίωση της κοινωνικής διανομής. Η πολιτική αυτή αποτελεί ένα σύστημα

σκοπών, μέσων και φορέων που συνδυάζονται σε κάποια προγράμματα, για να επιτύχουν την ισόρροπη μεταβολή της διαπεριφερειακής διάρθρωσης της οικονομίας (Παπαδασκαλόπουλος & Χριστοφάκης, 2003). Το οικονομικό περιβάλλον μεταβάλλεται με ταχείς ρυθμούς. Ο διεθνής ανταγωνισμός εντείνεται, ενώ ταυτόχρονα οι νέες τεχνολογίες διαγράφουν ένα εντελώς νέο φάσμα κοινωνικών και οργανωμένων δυνατοτήτων. Σήμερα σημασία έχει ο συνδυασμός της ευελιξίας με τη δικτύωση των επιχειρήσεων. Ευελιξία, προκειμένου να εξασφαλίζεται η ταχύτερη ανταπόκριση στις επιταγές μιας αγοράς που μεταβάλλεται και παραμένει ελάχιστα προβλέψιμη. Δικτύωση, επειδή κανένα «μέγεθος» επιχείρησης δεν είναι επαρκές για να εξασφαλίσει την πρόσβαση σε εξειδικευμένες υπηρεσίες και συμπληρωματικές δραστηριότητες. Γίνεται όλο και πιο σαφές ότι η χαμηλή τιμή ως αποτέλεσμα από την τυποποίηση και την παραγωγή σε μεγάλη κλίμακα, δεν φαίνεται ικανή να εξασφαλίσει τις επιχειρήσεις έναντι των ανταγωνιστών τους. Στις αγορές συνυπάρχουν δύο ξεχωριστά είδη ανταγωνισμού: Ο παραδοσιακός ανταγωνισμός όπου το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα εστιάζεται στο χαμηλό επίπεδο της τιμής, και από την άλλη πλευρά, ο ανταγωνισμός μεταξύ αυτών των προϊόντων που διαθέτουν ξεχωριστές ιδιότητες, όπως ποιότητα, σχεδιασμό, ειδικές προδιαγραφές και υπηρεσίες μετά την πώληση. Αν και ο παραδοσιακός ανταγωνισμός παραμένει ακόμη ισχυρός στο χαμηλό τμήμα της αγοράς, ο νέος ανταγωνισμός κερδίζει συνεχώς έδαφος στο άνω και μεσαίο τμήμα της αγοράς. Υπό το πρίσμα της διεθνούς και ιδιαίτερα της ευρωπαϊκής εμπειρίας, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ) που κατά τεκμήριο αποτελούν τη ραχοκοκαλιά» κάθε τοπικού παραγωγικού συστήματος, πρέπει να επιλέξουν μεταξύ τριών διαθέσιμων στρατηγικών επιλογών:

- Να αναβαθμίσουν την παραγωγική τους δυνατότητα (ποιότητα) και την αξιοπιστία τους σε ό,τι αφορά τους χρόνους παράδοσης.
- Να επιλέξουν να ανταγωνίζονται μεμονωμένα σε συγκεκριμένες νησίδες της αγοράς.
- Τέλος, να μπορούν να αναζητήσουν την οικοδόμηση συλλογικής δύναμης μέσω της δικτύωσης με άλλες ΜμΕ.

Τέλος, όσον αφορά την κυβερνητική πολιτική ενίσχυσης των ελληνικών επιχειρήσεων ώστε να καταστούν ανταγωνιστικές στο αναδυόμενο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον, υψηλή προτεραιότητα πρέπει να δοθεί στην

ενίσχυση των υποδομών, κυρίως χρηματοδότησης, επιχειρηματικού κεφαλαίου και παροχής εγγυήσεων έναντι κινδύνων στις διεθνείς αγορές και στην ενίσχυση των επιχειρηματικών σπουδών και της κατάρτισης (Κόκκινου, 2015).

Η Ένωση πρέπει να κινηθεί προς την κοινωνία της γνώσης, ώστε να ανταπεξέλθει και να δημιουργήσει μια ανταγωνιστική και βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη (Dracea et al., 2014). Η οικονομική ανάπτυξη της ΕΕ εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ικανότητα της να υποστηρίξει την ανάπτυξη των επιχειρήσεων και κυρίως των ΜμΕ, καθώς η επιχειρηματικότητα που προάγουν οι τελευταίες, δημιουργεί νέες εταιρείες, ανοίγει νέες αγορές, καλλιεργεί νέες δεξιότητες και αποτελεί σημαντική πηγή απασχόλησης. Ως εκ τούτου, στόχος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής είναι να ενθαρρύνει την επιχειρηματικότητα, δίνοντας κίνητρα στους επιχειρηματίες και ταυτόχρονα να παίρνει τα κατάλληλα μέτρα ώστε να μπορούν οι νέες επιχειρήσεις να αναπτυχθούν ευκολότερα. Σε αυτό το αποτέλεσμα στοχεύει η στρατηγική «Ευρώπη 2020», η οποία αποτελεί τη στρατηγική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την ανάπτυξη και την απασχόληση, που ξεκίνησε το 2010 με ορίζοντα το 2020 (European Commission, 2016β). Αυτή η στρατηγική έχει λάβει υπόψη και αντλεί διδάγματα, αξιοποιώντας τα δυνατά σημεία από τη προηγούμενη στρατηγική της ΕΕ, τη στρατηγική της Λισσαβόνας, η οποία τέθηκε σε ισχύ από το 2000 και στόχος της ήταν η ανάπτυξη και η δημιουργία θέσεων εργασίας με απώτερο σκοπό την ανάδειξη μιας ανταγωνιστικής ευρωπαϊκής οικονομίας (Φάρδας, 2016).

Η στρατηγική «Ευρώπη 2020» είναι η στρατηγική της ΕΕ με στόχο την ενίσχυση της οικονομικής ανάπτυξης και της ανταγωνιστικότητας της, κατά την περίοδο 2010-2020, λαμβάνοντας υπόψη τις πρόσφατες θεωρίες της οικονομικής ανάπτυξης, οι οποίες δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην έρευνα και την καινοτομία. Οικονομική ανάπτυξη αποτελεί η αύξηση του ποσού των αγαθών και των υπηρεσιών που παράγονται από μια οικονομία με την πάροδο του χρόνου, συμβατικά μετριέται ως τοις εκατό ποσοστό της αύξησης του ΑΕΠ μιας χώρας (Kedaitis & Kedaitiene, 2014). Οι κύριες πηγές οικονομικής ανάπτυξης, στις οποίες θα πρέπει να επικεντρωθεί η ΕΕ, είναι η αύξηση της ικανότητας φυσικής παραγωγής, η έντονη χρήση του εργατικού δυναμικού, η διεθνοποίηση της οικονομίας, η έρευνα και η τεχνολογική ανάπτυξη και η επένδυση σε καινοτομίες καθώς και διαχειριστικές ικανότητες (Kedaitis και Kedaitiene, 2014). Η επιτυχία της στρατηγικής εξαρτάται τόσο από την εσωτερική

πολιτική της ΕΕ, όπως η ενιαία αγορά και ο προϋπολογισμός, όσο και από τις εξωτερικές πολιτικές της (Kedaitis και Kedaitiene, 2014).

Η τεχνολογία και η αξιοποίησή της αποτελούν έναν από τους παράγοντες που καθορίζουν το επίπεδο ανάπτυξης σε μια οικονομία. Στις μέρες μας, η υιοθέτηση και ανάπτυξη νέων τεχνολογιών έχει καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της αναπτυξιακής διαδικασίας, και η υιοθέτηση και διάδοση των νέων τεχνολογιών αποτελούν σημαντικούς παράγοντες της οικονομικής και κοινωνικής ευημερίας. Στο πλαίσιο αυτό, η παγκοσμιοποίηση των αγορών, ο διεθνής ανταγωνισμός, η ζήτηση για νέα ή βελτιωμένα προϊόντα, καθώς και οι νέες θεσμικές δομές εντείνουν την ανάγκη νέων τεχνολογιών. Παρ' όλα αυτά, η παγκοσμιοποίηση και ο διεθνής ανταγωνισμός έχουν εντείνει την ανασφάλεια αναφορικά με τις επενδύσεις σε νέες τεχνολογίες, ιδιαίτερα σε νέους επενδυτές ή μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. Οι λιγότερο τεχνολογικά αναπτυγμένες χώρες αντιμετωπίζουν δυσκολίες στον ανταγωνισμό των νέων τεχνολογιών και, ως αποτέλεσμα, στις περισσότερες περιπτώσεις υιοθετούν τη μίμηση ή την εξειδίκευση σε τομείς χαμηλής και μέσης τεχνολογίας (Κόκκινου, 2015).

Η συμβολή της έρευνας και της τεχνολογίας στην περιφερειακή ανάπτυξη καθώς επίσης και στη συνοχή της Ε.Ε. έχει ιδιαίτερα επισημανθεί πολλές φορές. Η εποχή κατά την οποία η τεχνολογική ανάπτυξη αποτελούσε αποκλειστικό προνόμιο των πλούσιων περιοχών ανήκει οριστικά στο παρελθόν. Η οικονομική ανταγωνιστικότητα της Ευρωπαϊκής Ένωσης εξαρτάται προφανώς από τις επιδόσεις της έρευνας που εφαρμόζεται στο σύνολο των βιομηχανικών δραστηριοτήτων.

Η πολιτική της Ε.Ε. για την Ε&ΤΑ επικεντρώνεται στην ανεύρεση των πόρων για να ενισχυθεί η θέση της Ε.Ε. σε σχέση με τους διεθνείς ανταγωνιστές της. Σε ό,τι αφορά την ισορροπία σε γεωγραφικό επίπεδο, η δημιουργία ενός ευρωπαϊκού ερευνητικού χώρου ανοίγει προοπτικές για την ενοποίηση. Η ανάπτυξη της ευρωπαϊκής ερευνητικής πολιτικής δεν περιορίζεται μόνο στη χρηματοδότηση ερευνητικών δραστηριοτήτων, αλλά λαμβάνει υπόψη τις εθνικές και ευρωπαϊκές αναπτυξιακές πολιτικές και εξελίσσεται μέσα από την υποστήριξη των γενικών προσπαθειών Ε&ΤΑ προς την προώθηση καινοτομίας. Επίσης, η ενίσχυση της ικανότητας για καινοτομία απαιτεί να δοθεί μεγαλύτερο βάρος στο περιβάλλον στο οποίο λειτουργούν οι επιχειρήσεις. Ειδικότερα, υπάρχει ανάγκη βελτίωσης της

αλληλεπίδρασης μεταξύ των επιχειρήσεων, και μάλιστα των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, όπως επίσης των ερευνητικών κέντρων, των πανεπιστημίων και των δημόσιων οργανισμών (Κόκκινου, 2015).

Τα κύρια προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι λιγότερο αναπτυγμένες τεχνολογικά χώρες της Ε.Ε. συνδέονται κυρίως με παράγοντες αποεπένδυσης, απουσία τεχνολογικής επιχειρηματικής κουλτούρας, αποστροφή του επενδυτικού κινδύνου που συνδέεται με επενδύσεις σε καινοτομία, απουσία ευνοϊκού θεσμικού και νομικού πλαισίου. Η ασθενής τεχνολογική υποδομή των λιγότερο αναπτυγμένων τεχνολογικά χωρών της Ε.Ε., σε συνδυασμό με την περιορισμένη ικανότητά τους να εκμεταλλευτούν και να αναπτύξουν τις εγχώριες τεχνολογίες, έχουν οδηγήσει σε προβλήματα αναφορικά με την ανταγωνιστικότητα και την παραγωγικότητα, τα οποία επηρεάζουν σημαντικά την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη (Κόκκινου, 2015).

Οι τεχνολογικές διαφορές μεταξύ των περιοχών της Ε.Ε. είναι πολύ μεγαλύτερες από τις οικονομικές διαφορές που τις χωρίζουν. Για παράδειγμα, παρά τον διπλασιασμό των συνολικών δαπανών τους στον τομέα της έρευνας και τεχνολογίας σε σχέση με το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν κατά τα τελευταία έτη, η Ελλάδα και η Πορτογαλία δεν φθάνουν το 1/3 του μέσου όρου των αναπτυγμένων τεχνολογικά κρατών μελών. Η ακαθάριστη δαπάνη για έρευνα και τεχνολογία στην Ελλάδα περιορίζεται μόλις στο 0,5% του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος, ενώ οι αντίστοιχοι δείκτες για τη Γερμανία, τη Γαλλία και τη Βρετανία είναι 2,8%, 2,3% και 2% αντίστοιχα. Ιδιαίτερα η δημόσια χρηματοδότηση της έρευνας και τεχνολογίας σε σχέση με τον κρατικό προϋπολογισμό αντιπροσωπεύει λιγότερο από το 1% στην Ελλάδα, την Ιρλανδία και την Πορτογαλία, ενώ ο κοινοτικός μέσος όρος ανέρχεται στο 3,4% περίπου. Στην Ελλάδα και στην Πορτογαλία πάνω από τα 2/3 των ακαθάριστων δαπανών στον τομέα της έρευνας και τεχνολογίας προέρχονται από τον δημόσιο τομέα, δηλαδή η αντίστροφη αναλογία που ισχύει για τα πιο αναπτυγμένα κράτη μέλη της Ε.Ε. Η συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα στην ακαθάριστη δαπάνη για Ε&ΤΑ υπολογίζεται στο 22%, ενώ αντίστοιχα η συμμετοχή στην Ισπανία, Ιρλανδία και Γερμανία είναι 48%, 60% και 45%. Το τεχνικό και επιστημονικό προσωπικό που απασχολείται στις δραστηριότητες της έρευνας και τεχνολογίας επιβεβαιώνει επίσης τη διαφορά που υπάρχει μεταξύ των κρατών μελών. Για παράδειγμα, η Γαλλία και η Γερμανία απασχολούν τρεις φορές περισσότερο επιστημονικό και τεχνολογικό δυναμικό ανά

χιλιάδα εργαζομένων από ό,τι απασχολούν η Ελλάδα, η Ισπανία και η νότια Ιταλία, ενώ η Δανία απασχολεί συνολικά περισσότερα άτομα στις δραστηριότητες της Ε&ΤΑ από ό,τι η Ελλάδα και η Πορτογαλία συνολικά (Κόκκινου, 2015).

Οι περιφέρειες που παρουσίασαν τις υψηλότερες δαπάνες, με εξαίρεση τη Δρέσδη στη Γερμανία, είχαν σχετικά υψηλό κατά κεφαλήν ΑΕΠ, και πολλές από αυτές, πιο συγκεκριμένα 5 από τις 20 κορυφαίες περιοχές, αφορούν περιφέρειες που περιλαμβάνουν την πρωτεύουσα σε Γερμανία, Φινλανδία, Σουηδία, Αυστρία και Γαλλία. Οι περιφέρειες με τα χαμηλότερα επίπεδα δαπανών βρίσκονται όλες στα νέα κράτη μέλη της Ε.Ε. ή είναι περιφέρειες με σχετικά χαμηλά επίπεδα κατά κεφαλήν ΑΕΠ που βρίσκονται κυρίως στις τρεις χώρες Συνοχής της Ε.Ε. αλλά και στο ανατολικό τμήμα της Γερμανίας και στη νότια Ιταλία. Ωστόσο, υπάρχουν ορισμένες εξαιρέσεις, όπως η περιφέρεια Åland στη Φινλανδία, η Κορσική στη Γαλλία, η περιφέρεια Bolzano/Bozen στην Ιταλία και οι Βαlearίδες Νήσοι στην Ισπανία. Εντούτοις, σε ορισμένες περιφέρειες με κατά κεφαλήν ΑΕΠ κάτω του 75% του μέσου όρου της Ε.Ε., ιδίως σε Ισπανία, Γερμανία και Ιταλία, αν και το ίδιο ισχύει για την Εσθονία και τη Λιθουανία, οι δαπάνες για Ε&ΤΑ έχουν αυξηθεί περισσότερο από τον μέσο όρο της Ε.Ε. κατά τα τελευταία χρόνια (Κόκκινου, 2015).

Η ίδια περίπου εικόνα ισχύει και για τις δαπάνες για Ε&ΤΑ που προέρχονται από τον ιδιωτικό τομέα. Μόνο μία περιφέρεια με κατά κεφαλήν ΑΕΠ κάτω του 75% του μέσου όρου της Ε.Ε., η Stredni Cechy στην Τσεχία, η περιφέρεια γύρω από την Πράγα, εμφάνισε δαπάνες μεγαλύτερες του 2% του ΑΕΠ, του στόχου δηλαδή της Βαρκελώνης για την επιχειρηματική Ε&ΤΑ, ενώ τα υψηλότερα επίπεδα καταγράφηκαν γενικότερα σε περιφέρειες που περιλαμβάνουν την πρωτεύουσα.

Η χαμηλή τεχνολογική υποδομή των λιγότερο αναπτυγμένων τεχνολογικά οικονομιών και η αδυναμία τους να βελτιώσουν τις τοπικά παραγόμενες τεχνολογίες συμβάλλουν στη δημιουργία περαιτέρω προβλημάτων αναφορικά με το ισοζύγιο πληρωμών, την ανταγωνιστικότητα και την παραγωγικότητα, και επηρεάζουν αρνητικά τόσο την οικονομική όσο και την κοινωνική ανάπτυξη. Οι διαφορετικοί ρυθμοί ανάπτυξης υποδηλώνουν ότι υπάρχουν σημαντικές διαφοροποιήσεις στις αναπτυξιακές δυνατότητες των διαφορετικών κρατών μελών της Ε.Ε. αναφορικά με τις καινοτομικές και τεχνολογικές δραστηριότητες και την ικανότητα διάδοσης και αξιοποίησής τους.

2.6 Το μοντέλο ανάπτυξης στην Ελλάδα: προβλήματα, ευκαιρίες και προοπτικές

Μια ολιστική στρατηγική ανάπτυξης είναι μια στρατηγική στην οποία το σύνολο είναι μεγαλύτερο από το άθροισμα των μερών. Η Ελλάδα δεν είχε ποτέ μια τέτοια στρατηγική με αποτέλεσμα το μοντέλο της άναρχης ανάπτυξης να καταρρεύσει με την κρίση που ξεκίνησε το 2009.

Μέρος του προβλήματος ήταν ότι η Ελλάδα δεν είχε ικανότητα συλλογικής σκέψης σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο για να μπορέσει να ανταποκριθεί σε αυτές τις προκλήσεις. Υπό αυτές τις συνθήκες, δεν υπήρξε ποτέ μια συντονισμένη προσπάθεια διαμόρφωσης μιας στρατηγικής ανάπτυξης για την κινητοποίηση τόσο του ιδιωτικού όσο και του δημόσιου τομέα, για την αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού της Ελλάδας, το οποίο έχει υψηλό μορφωτικό επίπεδο και για να διασφαλιστεί ότι η υψηλή - αν και μη βιώσιμη όπως αποδείχτηκε- ανάπτυξη μπορούσε να αφορά όλες τις κοινωνικές τάξεις και όλες τις περιοχές της χώρας. Οι όποιες απόπειρες αντιμετώπισης αυτού του προβλήματος, βασίστηκαν σε ένα πελατειακό πολιτικό σύστημα, σε έναν γραφειοκρατικό δημόσιο τομέα με μικρή ικανότητα ή και βούληση αναδιάρθρωσης των δημόσιων επιχειρήσεων και ουσιαστικής αξιοποίησης των άλλων περιουσιακών στοιχείων του δημοσίου και έναν ιδιωτικό τομέα ο οποίος επικεντρωνόταν περισσότερο στην εκμετάλλευση των σχέσεών του με το κράτος παρά στην αναζήτηση νέων αγορών και προϊόντων, την αναδιοργάνωση της παραγωγής ή την επένδυση στην Έρευνα και στην Ανάπτυξη. Επιπλέον, οι χαμηλοί μισθοί, η εκτεταμένη φοροδιαφυγή και η διαφθορά, έδιναν την δυνατότητα άφθονων ευκαιριών για ιδιωτικά κέρδη χωρίς να απαιτούνται τέτοιες πρωτοβουλίες (ΣΑΤΕ, 2018).

Εάν κάποιος μελετήσει τα στατιστικά στοιχεία των τελευταίων ετών για την εξέλιξη των θεμελιωδών μεγεθών της ελληνικής οικονομίας, θα καταλήξει στο συμπέρασμα ότι τα βασικά της προβλήματα είναι τα ακόλουθα: (α) Η ύπαρξη χρόνιας ύφεσης, δηλαδή η επί μεγάλη χρονική περίοδο φθίνουσα οικονομική δραστηριότητα, η οποία έχει μεταφραστεί, μεταξύ άλλων, και σε μόνιμα υψηλή ανεργία, ειδικά μετά την κρίση του 2008. (β) Η μείωση της ιδιωτικής επενδυτικής δραστηριότητας και, ειδικότερα, των άμεσων ξένων επενδύσεων (Foreign Direct Investments - FDI) μετά το 2008. Η μείωση αυτή συμβαδίζει με την αξιοσημείωτη άνοδο της ιδιωτικής κατανάλωσης ως ποσοστού του ΑΕΠ που παρατηρείται από τις αρχές της δεκαετίας

του 2000. (γ) Η μη βιωσιμότητα των δημοσίων οικονομικών, δηλαδή τόσο του δημοσίου χρέους όσο και του συνταξιοδοτικού/ασφαλιστικού συστήματος. (δ) Η έντονη αβεβαιότητα που κυριαρχεί σχετικά με τις μακροοικονομικές προοπτικές. Στην πυροδότηση και στη συντήρηση αυτής της αβεβαιότητας συμβάλλει καθοριστικά η έλλειψη ενός σταθερού και απλού φορολογικού συστήματος. (ε) Η ύπαρξη μη ανταγωνιστικών αγορών προϊόντων και υπηρεσιών, γεγονός που, μεταξύ άλλων, εμποδίζει την ανάπτυξη και αυξάνει το κόστος διαβίωσης, παράλληλα με τη δυαδικότητα που χαρακτηρίζει την αγορά εργασίας και η οποία αντανακλάται, για παράδειγμα, σε σοβαρές διαφορές μεταξύ των συνθηκών απασχόλησης στον δημόσιο και στον ιδιωτικό τομέα. Το τελευταίο αποτελεί μία ακόμη περίπτωση στρέβλωσης των κινήτρων, τη στιγμή που η ελληνική οικονομία χρειάζεται επείγοντως ανακατανομή των πόρων, η οποία θα πρέπει να πάρει τη μορφή της ενίσχυσης της ιδιωτικής δραστηριότητας και, ιδιαίτερα, του εμπορεύσιμου τομέα της οικονομίας. (στ) Η έλλειψη σχεδιασμού για την αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της χώρας στο διεθνές εμπόριο, προκειμένου η εγχώρια παραγωγή να αποκτήσει εξαγωγικό προσανατολισμό και το εξωτερικό χρέος να καταστεί βιώσιμο. (ζ) Η έλλειψη μακρόπνοα σχεδιασμένης μεταναστευτικής πολιτικής, η οποία θα εγγυάται την ομαλή και επωφελή για την ελληνική οικονομία ενσωμάτωση των προσφυγικών ροών στον κοινωνικό ιστό. (η) Η κακή ποιότητα της δημόσιας υγείας και, ιδιαίτερα, της δημόσιας παιδείας, που θεωρούνται βασικοί μοχλοί ανάπτυξης αλλά και κοινωνικής οικονομικής κινητικότητας και αναδιανομής εισοδήματος. (θ) Η κακή ποιότητα των θεσμών κοινωνικής οργάνωσης και η έλλειψη κοινωνικού κεφαλαίου. Με αυτές τις έννοιες αναφερόμαστε, συνήθως, στο σύστημα των πεποιθήσεων, συνηθειών, νόμων και οργανισμών σε μια κοινωνία-οικονομία (Τσακλόγλου κ.α., 2016).

Σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα, η Ελλάδα έχει εφαρμόσει έναν εντυπωσιακά μεγάλο αριθμό μεταρρυθμίσεων, χωρίς προηγούμενο εύρος, και υπό εξαιρετικά δυσμενείς συνθήκες. Οι προσπάθειες αυτές έγιναν σε όλους τους τομείς: ασφαλιστικές και φορολογικές μεταρρυθμίσεις, μεταρρυθμίσεις στη δικαιοσύνη και την καταπολέμηση της διαφθοράς, στις αγορές προϊόντων, μεταρρυθμίσεις στην αγορά εργασίας, στις δημόσιες επενδύσεις, στις υποδομές, ιδιωτικοποιήσεις, καθώς και μεταρρυθμίσεις στην εκπαίδευση, στην κοινωνική πολιτική, την ενέργεια και την περιβαλλοντική πολιτική. Η Ελλάδα πέτυχε επίσης γρήγορα μεγάλα δημοσιονομικά

πλεονάσματα και μείωσε το εμπορικό της έλλειμμα. Ορισμένες μεταρρυθμίσεις ολοκληρώθηκαν, ενώ άλλες που βρίσκονται σε διαδικασία εφαρμογής ή χρειάζονται περισσότερη εμβάθυνση, συμπεριλαμβάνονται στην παρούσα ολιστική στρατηγική (ΣΑΤΕ, 2018).

Η ολιστική στρατηγική ανάπτυξης αποσκοπεί στην αντιστροφή της αποβιομηχάνισης της Ελλάδας και, με βάση πρόσφατες μεταρρυθμίσεις, στην αποκατάσταση της αύξησης της παραγωγικότητας και της ανταγωνιστικότητας.

Εν μέρει, αυτό θα επιτευχθεί εστιάζοντας σε βασικούς τομείς καινοτομίας και υψηλής προστιθέμενης αξίας και αναπτύσσοντας μία ισχυρή κουλτούρα κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνης επιχειρηματικότητας και δυναμικών δικτύων μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜμΕ). Ένα άλλο στοιχείο της στρατηγικής είναι να σχεδιάσουμε για την ψηφιακή εποχή, να χρησιμοποιήσουμε και να επωφεληθούμε από την καινοτομία και τις δυνατότητες του διαδικτύου των πραγμάτων (IoT) και των Big Data (Μεγάλα Δεδομένα). Ταυτόχρονα, θα εστιάσουμε στην αξιοποίηση του εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού της χώρας ώστε να αυξήσουμε τις δυνατότητες των βασικών κλάδων της ελληνικής οικονομίας: μεταφορές και εφοδιαστική αλυσίδα, ενέργεια, κυκλική οικονομία, γεωργία, μεταποίηση, ναυτιλία, φαρμακευτικός τομέας, υγεία και περιβάλλον, τουρισμός και πολιτισμός. Η Ελλάδα θα αξιοποιήσει τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα και θα ενισχύσει την ανάπτυξη ομάδων παραγωγών, βοηθώντας τις επιχειρήσεις της να αναπτυχθούν και να καινοτομήσουν, επιτρέποντας στην οικονομία της να επεκτείνει την εγχώρια αγορά και να εξασφαλίσει μεγαλύτερα μερίδια στις διεθνείς αγορές, προσελκύοντας παράλληλα σημαντικές ξένες επενδύσεις (ΣΑΤΕ, 2018).

Η παραπάνω προσέγγιση έχει αξιοποιήσει τη συμβολή των περιφερειακών αναπτυξιακών συνεδρίων για την παραγωγική ανασυγκρότηση. Τα συνέδρια αυτά κατέστησαν επίσης σαφή τη σημασία της ανάπτυξης μιας μεθοδολογίας συλλογικής σκέψης όχι μόνο ως συνεισφορά αλλά και ως προϋπόθεση για επιτυχία στο στάδιο της υλοποίησης (ΣΑΤΕ, 2018). Η μεθοδολογία αυτή απαιτεί:

Συνέχιση και ενίσχυση των μεταρρυθμίσεων με αξιολόγηση του αντίκτυπου τους. Αυτή θα λάβει υπόψη σχετικές αξιολογήσεις από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το Ευρωπαϊκό Ελεγκτικό Συνέδριο (ECA) κτλ. Θα συνεχιστεί η επωφελής τεχνική

υποστήριξη στις μεταρρυθμίσεις με στόχο τη σύγκλιση με τις καλύτερες ευρωπαϊκές πρακτικές.

Οριζόντιες μεταρρυθμίσεις. Τρεις βασικές περιοχές που έχουν εντοπισθεί είναι η μεταρρύθμιση της δημόσιας διοίκησης, του δικαστικού συστήματος καθώς και του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Η προσπάθεια θα βασιστεί στις μεταρρυθμίσεις που έχουν ήδη πραγματοποιηθεί. Ωστόσο, ακόμη και εδώ είναι εξαιρετικής σημασίας η μεθοδολογία και η συνεργασία σε όλους τους τομείς. Για παράδειγμα, η μείωση του αποθέματος των μη εξυπηρετούμενων δανείων, συναρτάται με την πρόοδο και στους τρεις τομείς.

Δημιουργία και ενίσχυση των θεσμών. Εκτός από το νομικό πλαίσιο, πρέπει να εξεταστεί προσεκτικά και το θεσμικό μας πλαίσιο. Το Ταμείο Χρηματοπιστωτικής Σταθερότητας, η Ελληνική Εταιρεία Συμμετοχών και Περιουσίας, το Ελληνικό Ίδρυμα Έρευνας και Καινοτομίας, το Συντονιστικό Συμβούλιο Βιομηχανικής και Επιχειρηματικής Πολιτικής, οι Συστημικές Τράπεζες, η προτεινόμενη Ελληνική Αναπτυξιακή Τράπεζα, τα Περιφερειακά Αναπτυξιακά Συνέδρια για την Παραγωγική Ανασυγκρότηση, το Εθνικό Κέντρο Αξιολόγησης Ποιότητας & Τεχνολογίας στην Υγεία και η Εθνική Κεντρική Αρχή Προμηθειών Υγείας, η δημιουργία του μηχανισμού διάγνωσης αναγκών της αγοράς εργασίας και του Εθνικού Συστήματος Κοινωνικής Αλληλεγγύης κ.λπ., έχουν όλα το ρόλο τους στο σχεδιασμό και την εφαρμογή πολιτικών φιλικών προς την ανάπτυξη. Η βελτιωμένη δομή διακυβέρνησης που έχει προωθηθεί εντός των θεσμών αυτών τα τελευταία χρόνια θα αποτελέσει σημαντικό πλεονέκτημα σε αυτό το εγχείρημα.

Συντονισμός. Για να επιτευχθούν οι στόχοι, δεν αρκεί η προσοχή σε ειδικά ζητήματα, αλλά και να υπερβούν εμπόδια και διαχρονικές δυσκολίες, να αντιμετωπιστούν οι αποτυχίες του συντονισμού και να επιδιωχθούν συνέργειες, τόσο μεταξύ του ιδιωτικού του δημόσιου και του κοινωνικού τομέα, όσο και μεταξύ όλων των μορφών παραγωγής, του εκπαιδευτικού συστήματος και των ερευνητικών ιδρυμάτων.

Μια ολιστική στρατηγική ανάπτυξης δεν θα ήταν ολιστική εάν δεν ενσωμάτωνε και έναν κοινωνικό πυλώνα. Το θέμα δεν αφορά μόνο την κοινωνική δικαιοσύνη - την οποία είναι δεδομένο ότι αφορά - αλλά και την ανάπτυξη. Όπως προαναφέρθηκε, οι πενιχροί μισθοί και η έλλειψη δικαιωμάτων συνεπάγονται, στην πραγματικότητα, σιωπηρή επιδότηση για τους «κακούς» και μη καινοτόμους εργοδότες και, ως εκ

τούτου, είναι ασυμβίβαστη με τη μετατόπιση του παραγωγικού μοντέλου της αναπτυξιακής μας στρατηγικής.

Ο ελληνικός λαός υπέστη μια βαθιά και οδυνηρή κοινωνική κρίση. Βίωσε μια απότομη πτώση του εισοδήματός του και του βιοτικού επιπέδου, εξαιρετικά υψηλή ανεργία, συχνά για παρατεταμένες χρονικές περιόδους, ενώ ένας σημαντικός αριθμός αναγκάστηκε να μεταναστεύσει, επιδεινώνοντας έτσι το δημογραφικό πρόβλημα της χώρας. Η φτώχεια αυξήθηκε σημαντικά, κυρίως μεταξύ των παιδιών και των νέων. Η δεκαετία της ύφεσης διέυρνε τις εισοδηματικές, τις κοινωνικές, και τις περιφερειακές ανισότητες, διογκώνοντας τα τμήματα του πληθυσμού που χρειάζονται βοήθεια. Οποιαδήποτε στρατηγική βιώσιμης ανάπτυξης θα πρέπει να αντιμετωπίσει αυτές τις ανισότητες και να εξασφαλίσει την ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς. Ένα πρώτο βήμα προς αυτή την κατεύθυνση θα είναι ο σχεδιασμός μιας σταδιακής αύξησης του κατώτατου μισθού που να συμβαδίζει με τις ανάγκες της πραγματικής οικονομίας (ΣΑΤΕ, 2018).

Η επιτυχία της Ελλάδας εξαρτάται από την ικανότητά της να χαράξει ένα δίκαιο, χωρίς αποκλεισμούς, και βιώσιμο οικονομικό μοντέλο, όπου όλοι μοιράζονται τα οφέλη της ανάπτυξης. Ως εκ τούτου, η αποτελεσματική πολιτική για την κοινωνική προστασία, η εκπαίδευση για όλους, οι πολιτικές για την ουσιαστική απασχόληση και την ενεργό κατάρτιση στην εργασία και ένα βελτιωμένο περιβάλλον καινοτομίας βρίσκονται στο επίκεντρο της αναπτυξιακής στρατηγικής. Οι πολιτικές αυτές έχουν ζωτική σημασία ώστε να αντιμετωπιστεί ο κίνδυνος του κοινωνικού αποκλεισμού και της φτώχειας και να κινητοποιήσουν τους ειδικευμένους αλλά συχνά αδρανείς ανθρώπινους πόρους της Ελλάδας. Η στρατηγική επιδιώκει να αξιοποιήσει τη δυναμική των μεταρρυθμίσεων για να σχεδιάσει ένα σύγχρονο κράτος πρόνοιας και ένα δίκτυο κοινωνικής προστασίας που να βοηθά πραγματικά τους ανθρώπους που έχουν ανάγκη διασφαλίζοντας ότι κανείς δεν μένει πίσω.

Συνολικά, η Ολιστική Στρατηγική Ανάπτυξης καθορίζει το όραμά για την προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης, σε ισχυρά κοινωνικά και περιβαλλοντικά θεμέλια. Παρουσιάζει τις πρωτοβουλίες που θα επιτρέψουν στην Ελλάδα να πετύχει μια επιτυχημένη έξοδο από την εποχή της προσαρμογής (ΣΑΤΕ, 2018).

Μια νέα και πολύ ελπιδοφόρα εποχή βρίσκεται μπροστά στην Ελλάδα και σε εκείνους που θα εμπιστευτούν και θα επενδύσουν στη χώρα μας. Οι θυσίες του

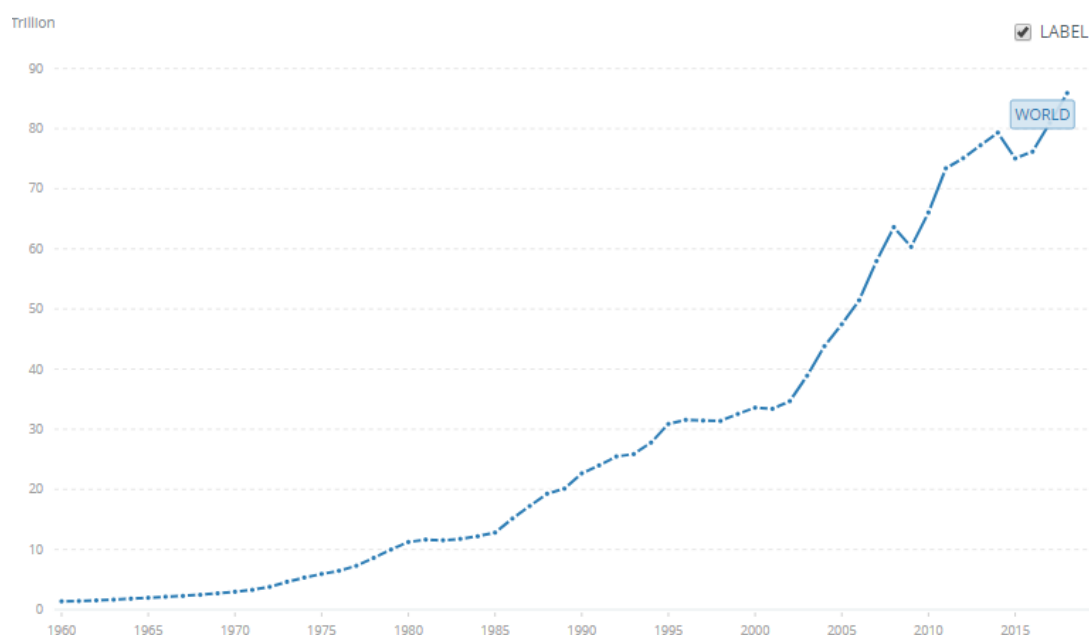
ελληνικού λαού ήταν τεράστιες, όπως και τα επιτεύγματα των τελευταίων ετών. Ωστόσο, αυτές οι δυσκολίες έχουν αυξήσει τις αντοχές μας και μας έχουν καταστήσει περισσότερο αποφασισμένους από ποτέ να οικοδομήσουμε μια σύγχρονη και δίκαιη Ελλάδα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

3.1 Τα αίτια της παγκόσμιας κρίσης και η επιρροή της Ελλάδας

Το 2001 το παγκόσμιο εισόδημα ήταν 49 τρισεκατομμύρια δολάρια. Την ίδια χρονιά τα παράγωγα κυμαίνονταν στα 85 τρισεκατομμύρια δολάρια. Έξι χρόνια μετά, το παγκόσμιο εισόδημα ανήλθε σε 85 τρισεκατομμύρια δολάρια την ώρα που η «αξία» των παραγώγων είχε εκτιναχθεί στα 670 τρισεκατομμύρια δολάρια. Την ίδια εποχή, οι τιμές των ακινήτων στις Ηνωμένες Πολιτείες αυξήθηκαν περίπου κατά 125%, σε μια περίοδο σχεδόν μηδενικών αυξήσεων στους μισθούς του μέσου εργαζόμενου (Varoufakis, 2011; Varoufakis et al., 2012).

Διάγραμμα 1: Εξέλιξη παγκόσμιου εισοδήματος



Πηγή: World Bank

Οι ανισοροπίες αυτές αφορούσαν κυρίως την εσωτερική αποταμίευση και επένδυση και εκδηλώθηκαν κυρίως με υψηλά ελλείμματα τρεχουσών συναλλαγών των ΗΠΑ και με υψηλά πλεονάσματα των χωρών της Ασίας και ιδιαιτέρως της Κίνας. Πράγματι, υπήρχαν χώρες όπως η Κίνα, η Γερμανία, και η Ιαπωνία, οι οποίες 15 παρουσίαζαν για μεγάλο χρονικό διάστημα πλεονάσματα και από την άλλη χώρες, όπως οι ΗΠΑ και η Μεγάλη Βρετανία, οι οποίες παρουσίαζαν ελλείμματα. Η Κίνα ιδιαιτέρως, τα τελευταία χρόνια παρουσίασε ραγδαία οικονομική ανάπτυξη και κατέκλυσε τις παγκόσμιες αγορές, εξάγοντας Βιομηχανικά αγαθά. Έτσι οι οικονομίες

και κατά συνέπεια οι πολίτες των δεύτερων ζούσαν σε καταναλωτικούς ρυθμούς πέραν των δυνατοτήτων τους και αναγκαστικά δανείζονταν από τις πρώτες για να χρηματοδοτήσουν τα κενά στην οικονομία τους. Τα πλεονάσματα στο εμπορικό ισοζύγιο των πρώτων χωρών και ιδιαιτέρως της Κίνας δεν αναζωπύρωσαν την εγχώρια ζήτηση, αλλά τοποθετήθηκαν κυρίως σε ομόλογα των ΗΠΑ που κράτησαν την ισοτιμία του δολαρίου σε σχετικά υψηλά επίπεδα και τα επιτόκια δανεισμού σε σχετικά χαμηλά επίπεδα (Savas, 2012).

Άλλος παράγοντας που συνέβαλλε στην οικονομική κρίση είναι το δόγμα της αποτελεσματικής αγοράς και των ορθολογικών προσδοκιών, που υιοθετήθηκε από την αγορά των ΗΠΑ. Βάσει αυτού του δόγματος, εγκρίθηκαν από τη γερουσία νομοθετήματα όπως το «Gramm-Leach-Bliley Act» και το «Commodity Modernization Act», τα οποία επέτρεπαν σε χρηματοπιστωτικά ιδρύματα να εμπλακούν σε συναλλαγές μεγάλης κλίμακας, οι οποίες όμως εμπεριείχαν πολύ υψηλό ρίσκο. Όπως αποδείχθηκε από την πορεία των γεγονότων, η αγορά δεν λειτούργησε αποτελεσματικά γιατί μια αποτελεσματική αγορά θα έπρεπε να κάνει σωστή αποτίμηση του κινδύνου και να χορηγεί δάνεια σε άτομα ή επιχειρήσεις, που είχαν την οικονομική δυνατότητα να τα αποπληρώσουν. Αντιθέτως, το δόγμα αυτό σε συνδυασμό με τα χαμηλά επιτόκια της εποχής αυτής οδήγησε σε ακραίες συμπεριφορές εκ μέρους των τραπεζών. Γεγονός είναι ότι τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα οδηγήθηκαν σε ρισκοκίνδυνες αποφάσεις χωρίς σωστή τιμολόγηση του κινδύνου με αποτέλεσμα να χορηγούν χωρίς φειδώ, υπερβολικά χρηματικά ποσά σε άτομα μειωμένης πιστοληπτικής ικανότητας (π.χ. δάνεια subprimes). Τα δάνεια αυτά, συν τοις άλλοις, χαρακτηρίζονταν από αρκετά υψηλά επιτόκια και υψηλό ποσοστό προμηθειών, με αποτέλεσμα η μη αποπληρωμή τους, μετά το ξέσπασμα της κρίσης, να προκαλέσει μεγάλες ζημιές στα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα που τα κατείχαν (Lapavitsas, 2008).

Η κατάρρευση άρχισε στα τέλη του 2007, αργά αλλά σταθερά, μέχρι που η πτώχευση της Lehman Bros το φθινόπωρο του 2008 και το παρ' ολίγον τέλος της Wall Street δεν άφησε καμία αμφιβολία για το μέγεθος της καταστροφής. Ο λόγος που η κρίση δεν έμεινε περιχαρακωμένη στο χώρο των ακινήτων και στον χρηματοπιστωτικό τομέα ήταν ότι αυτά τα 670 τρισεκατομμύρια δολάρια παραγώγων είχαν αρχίσει να παίζουν το ρόλο χρήματος – ενός ιδιωτικού χρήματος που οι τράπεζες και οι μεγάλες εταιρείες χρησιμοποιούσαν για τις μεταξύ τους συναλλαγές ως κανονικό, δημόσιο

χρήμα. Όταν το 2008 αυτές οι τεράστιες ποσότητες χρήματος μετατράπηκαν σε στάχτες σε μερικές μόνο μέρες, ο παγκόσμιος καπιταλισμός κλονίστηκε. Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, χρειάστηκε η επέμβαση των κρατών, τα οποία, υπό καθεστώς πανικού, αντικατέστησαν τις στάχτες αυτές με νέο, δημόσιο χρήμα. Γρήγορα η κρίση εξαπλώθηκε και στην αγορά δημόσιου χρέους, θύμα της οποίας είναι η Ελλάδα σήμερα (Varoufakis, 2011; Varoufakis et al., 2012).

Όσα συνέβησαν στον κλάδο των ακινήτων και στον χρηματοπιστωτικό τομέα συνδέονται μεν άρρηκτα με την κρίση του 2008, αλλά δεν είναι τόσο τα αίτια της, όπως ευρέως πιστεύεται, όσο συμπτώματα της. Αν θέλει κανείς να εξερευνήσει τα βαθύτερα αίτια της Κρίσης, θα πρέπει να πάει πιο πίσω και να εντοπίσει την αφετηρία στις αρχές της δεκαετίας του 1970, στην κατάργηση του Bretton Woods και στην παγκόσμια κυριαρχία της Αμερικής. Ο μηχανισμός ανακύκλωσης πλεονασμάτων, σύμφωνα με τον οποίο οι Ηνωμένες Πολιτείες αύξαναν όλο και περισσότερο το διπλό τους έλλειμμα απορροφώντας με αυτόν τον τρόπο τα εμπορικά πλεονάσματα της Ευρώπης και της Ασίας, δημιουργώντας έτσι την απαραίτητη ζήτηση για τα γερμανικά, ιαπωνικά και κινεζικά προϊόντα. Όμως, η Wall Street παρήγε τόσο πολύ τοξικό χρήμα που ο μηχανισμός της κατέρρευσε. Από το Κραχ του 2008, και χωρίς αυτόν το μηχανισμό να ανακυκλώνει τα πλεονάσματα της υφελίου, η διεθνής οικονομία καρκινοβατεί και πηγαίνει από τη μία κρίση στην άλλη (Varoufakis, 2011; Varoufakis et al., 2012).

Όταν το Κραχ του 2008 χτύπησε την Wall Street, ο ευρωπαϊκός καπιταλισμός δέχτηκε ισχυρό πλήγμα. Με την κατέρρευση των καταναλωτικών αγορών των Ηνωμένων Πολιτειών και του μηχανισμού ανακύκλωσης πλεονασμάτων, η Ευρώπη όχι μόνο έχασε μια σημαντική πηγή ζήτησης για τα προϊόντα της, αλλά συνειδητοποίησε και ότι οι ίδιες οι τράπεζές της αντιμετώπιζαν την καταστροφή, καθώς τα CDO της Αμερικής μετατρέπονταν σε στάχτη. Παρά τους ισχυρισμούς των Ευρωπαίων ότι η κρίση δεν θα άγγιζε την Ευρώπη και ότι οι ευρωπαϊκές τράπεζες δεν ήταν εκτεθειμένες σε κίνδυνο, έγινε σύντομα φανερό ότι ίσχυε ακριβώς το αντίθετο. Τότε, η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα (ΕΚΤ), η Ευρωπαϊκή Επιτροπή -η «κυβέρνηση» ουσιαστικά της Ευρωπαϊκής Ένωσης- και τα μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης έσπευσαν να κάνουν για τις ευρωπαϊκές τράπεζες ό,τι είχε κάνει η αμερικανική κυβέρνηση για την Wall Street: να τις προμηθεύσουν με τεράστιες ποσότητες δημόσιου χρήματος ώστε να αντικαταστήσουν το τοξικό-ιδιωτικό χρήμα

με δημόσιο χρήμα από τα κράτη-μέλη. Μέχρι αυτό το σημείο, η τακτική ήταν ίδια με αυτή των Ηνωμένων Πολιτειών (INE ΓΣΕΕ, 2011).

Υπάρχουν όμως τρεις θεμελιώδεις διαφορές. Η πρώτη διαφορά είναι ότι το ευρώ δεν μοιάζει σε τίποτα με το δολάριο. Όσο το δολάριο παραμένει παγκοσμίως το αποθεματικό νόμισμα, η αμερικανική κυβέρνηση μπορεί να εκδίδει λευκές επιταγές, γνωρίζοντας ότι κάτι τέτοιο θα κάνει πολύ μικρή διαφορά για την αξία του δολαρίου, τουλάχιστον όσο διαρκεί η κρίση. Η δεύτερη διαφορά είναι ότι η Ευρώπη δεν διαθέτει έναν εσωτερικό μηχανισμό ανακύκλωσης πλεονασμάτων (για παράδειγμα, έναν ομοσπονδιακό προϋπολογισμό ή ένα στρατιωτικό-βιομηχανικό οικονομικό σύστημα όπως οι Ηνωμένες Πολιτείες) ώστε να δίνεται η δυνατότητα της μεταφοράς συσσωρευμένων μονοπωλιακών κερδών από μια χώρα (όπως η Γερμανία) σε μια άλλη χώρα που παρουσιάζει έλλειμμα (όπως η Ελλάδα). Τέλος, η τρίτη διαφορά έχει να κάνει με τον τρόπο που οι ευρωπαϊκές τράπεζες μιμήθηκαν την Wall Street χρησιμοποιώντας τη μετάγγιση δημόσιου χρήματος με σκοπό να ξεκινήσουν μια νέα διαδικασία δημιουργίας ιδιωτικού χρήματος. Η Wall Street το έκανε υλοποιώντας το σχέδιο Geithner-Summers, το οποίο δημιούργησε από το μηδέν ένα χρηματοοικονομικό εργαλείο που επέτρεψε στις αμερικανικές τράπεζες να διαγράψουν τα τοξικά CDO από τα βιβλία τους σε βάρος των φορολογούμενων. Οι ευρωπαϊκές τράπεζες επιχείρησαν να κάνουν το ίδιο, δίχως όμως την άμεση συνεργασία ή ακόμα και γνώση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής ή των κυβερνήσεων των κρατών-μελών (Πιτόσκα, 2018).

Ο τρόπος με τον οποίο οι ευρωπαϊκές τράπεζες προσπάθησαν να εξυγιάνουν τα βιβλία τους ήταν ο εξής: την ίδια στιγμή που τα ευρωπαϊκά κράτη προσπαθούσαν να διαχειριστούν τις τεράστιες ζημίες των ευρωπαϊκών τραπεζών, οι οικονομίες της Ευρώπης εισήλθαν σε ύφεση. Μέσα σε μία χρονιά (2008-2009), το ΑΕΠ της Γερμανίας μειώθηκε κατά 5%, της Γαλλίας κατά 2,6%, της Ολλανδίας κατά 4%, της Σουηδίας κατά 5,2%, της Ιρλανδίας κατά 7,1%, της Φινλανδίας κατά 7,8%, της Δανίας κατά 4,9% και της Ισπανίας κατά 3,5%. Όπως ήταν επόμενο, τα έσοδα από φόρους κατέρρευσαν (Πιτόσκα, 2018). Τότε, οι ευρωπαϊκές τράπεζες είχαν την ιδέα να χρησιμοποιήσουν ένα ποσοστό του δημόσιου χρήματος που είχαν λάβει για να στοιχηματίσουν ότι, αργά ή γρήγορα, οι πιέσεις στον δημόσιο τομέα θα οδηγούσαν ένα ή περισσότερα μέλη της ευρωζώνης στη χρεοκοπία (Varoufakis, 2011; Varoufakis et al., 2012).

Το γεγονός ότι η συμμετοχή στην ευρωζώνη δεν επιτρέπει στις πιο χρεωμένες χώρες (Ελλάδα, Πορτογαλία, Ισπανία, Ιταλία, Ιρλανδία, Βέλγιο) να υποτιμήσουν το νόμισμά τους σήμαινε ότι, κάποια στιγμή, ένας από τους αδύναμους κρίκους της ευρωζώνης δεν μπορούσε παρά να σπάσει – δηλαδή, να μην μπορεί να αντεπεξέλθει στα χρέη. Έτσι, αποφάσισαν να αρχίσουν να στοιχηματίζουν, αρχικά με μικρά ποσά, ότι ο πιο αδύναμος κρίκος σε αυτή την αλυσίδα – η Ελλάδα – θα χρεοκοπούσε. Καθώς οι εταιρείες στοιχημάτων του Λονδίνου δεν μπορούσαν να χειριστούν στοιχήματα δισεκατομμυρίων, στράφηκαν προς τα CDS (credit default swaps) – ασφαλιστικά συμβόλαια τα οποία πληρώνουν τον κάτοχό τους αν κάποιος άλλος δεν μπορεί να καταβάλει πληρωμές που είχε δεσμευτεί να καταβάλει (π.χ. όταν ένας ιδιώτης δεν μπορεί να αποπληρώσει το στεγαστικό του δάνειο, όταν μια επιχείρηση αδυνατεί να αποπληρώσει τους δανειστές της ή όταν ένα κράτος αδυνατεί να αποδώσει την ονομαστική αξία ενός ομολόγου που ωρίμασε). Με πολύ απλά λόγια, ένα CDS δεν είναι τίποτα παραπάνω από ένα στοίχημα ότι κάποιος (ιδιώτης, επιχείρηση ή χώρα) θα αδυνατεί να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις του. Οι τράπεζες που αγόρασαν τέτοια στοιχήματα τον Οκτώβριο και τον Νοέμβριο του 2009 έκαναν τεράστια κέρδη, και έτσι οι τίτλοι CDS δεν άργησαν να εξαπλωθούν (Varoufakis, 2011; Varoufakis et al., 2012).

Η διαφορά των ευρωπαϊκών CDS από τα αμερικανικά CDO είναι σημαντική: ενώ τα αμερικανικά CDO αποτελούν στοιχήματα ότι οι ιδιοκτήτες σπιτιών θα μπορούσαν να αποπληρώσουν τα χρέη τους, τα ευρωπαϊκά CDS αποτελούν στοιχήματα ότι κάποια χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης δεν θα μπορεί να αποπληρώσει το χρέος της. Με τον τρόπο αυτό προέκυψε το νέο ιδιωτικό χρήμα μετά το 2008. Ασφαλώς, όσο πιο πολλές οι συναλλαγές αυτού του ιδιωτικού χρήματος, τόσο περισσότερο κεφάλαιο χανόταν από επιχειρήσεις που αναζητούσαν δάνεια για παραγωγικές επενδύσεις και από κράτη που προσπαθούσαν να χρηματοδοτήσουν το ολοένα αυξανόμενο χρέος τους. Με λίγα λόγια, το ευρωπαϊκό σχέδιο της διάσωσης των τραπεζών έδωσε στον χρηματοπιστωτικό τομέα μια ευκαιρία να ξαναπαράγει ιδιωτικό χρήμα, αλλά σε βάρος της πραγματικής οικονομίας. Και για μια ακόμα φορά, όπως ακριβώς το χρήμα που δημιουργήθηκε από την Wall Street πριν από το 2008 ήταν χωρίς έρεισμα και καταδικασμένο να μετατραπεί σε στάχτες, η δημιουργία ιδιωτικού χρήματος στην Ευρώπη ήταν κι αυτή καταδικασμένη, με μαθηματική ακρίβεια, να οδηγήσει σε μια παρόμοια καταστροφή. Αυτή τη φορά επρόκειται για μια κρίση δημόσιου χρέους, τα

πρώτα σημάδια της οποίας εμφανίστηκαν στην Ελλάδα στις αρχές του 2010 (Varoufakis, 2011; Varoufakis et al., 2012).

3.2 Προβλήματα που δημιούργησε η κρίση στην επιχειρηματικότητα

Συνολικά, η παγκόσμια οικονομική κρίση έχει προκαλέσει σοβαρή επιβράδυνση στον ρυθμό της παγκόσμιας οικονομικής ανάπτυξης. Αυτή η επιβράδυνση μείωσε την ζήτηση για αγαθά, τις υπηρεσίες και τα βιομηχανικά προϊόντα. Στην πραγματικότητα, οι επιχειρήσεις είναι υπό έντονη πίεση για να προσαρμοστούν σε αυτές τις συνθήκες. Τακτικά είναι αναγκασμένες να ελαττώσουν το κόστος, να επανεξετάσουν την εταιρική τους στρατηγική, τις επενδύσεις και γενικότερα αποσκοπούν στην αναδιάρθρωση των δραστηριοτήτων τους (Ulrich et al., 2009).

Οι συνέπειες από τις τρέχουσες προσπάθειες για την αναδιάρθρωση των επιχειρήσεων είναι τεράστιες. Πολλές εταιρείες έχουν σταματήσει την πρόσληψη και πολλοί είναι εκείνοι που απορρίπτουν μεγάλο αριθμό εργαζομένων. Ως εκ τούτου, είναι κατανοητό ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση άλλαξε ριζικά τις συνθήκες της αγοράς στην οποία λειτουργούν οι επιχειρήσεις. Η κρίση αποτελεί απειλή γενικότερα για την ζωή των επιχειρήσεων και των δραστηριοτήτων τους και καταστρέφει την παραγωγική τους ικανότητα. Πράγματι, οι επιπτώσεις ήταν εκτεταμένες, ανεξάρτητα από το μέγεθος της βιομηχανίας ή της επιχείρησης ή της θέσης της στην αγορά. Ειδικότερα, η κρίση που αντεπεξέρχονται οι σημερινές επιχειρήσεις ορίζεται ως μια απρόβλεπτη ένταση η οποία απαιτεί γρήγορη αντίδραση και απειλεί τις υπάρχουσες αξίες και τους στόχους τους, καθιστώντας κακή την πρόληψη και την προσαρμογή των μεθόδων (Panageotou, 2012).

Σε αυτό το ασταθές οικονομικό περιβάλλον της οικονομικής κρίσης, οι επιχειρήσεις, μεταξύ των οποίων και οι ελληνικές, βρέθηκαν αντιμέτωποι με την επείγουσα λήψη μέτρων προκειμένου να επιβιώσουν. Γενικά τα προβλήματα τα οποία αντιμετωπίζουν οι σημερινές επιχειρήσεις έχουν σχέση με τη μείωση των πωλήσεων, την αγορά πρώτων υλών, την είσπραξη των απαιτήσεων τους, την περιορισμένη έως ανύπαρκτη ικανότητα δανεισμού κλπ. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να διεκπεραιώνουν τις υποθέσεις τους με αποφασιστικότητα και στρατηγική ώστε να καταφέρουν να ανταποκριθούν έγκαιρα στις δυσάρεστες οικονομικές αλλαγές, και συχνά το καταφέρουν καλύτερα από εκείνες που αντιδρούν βεβιασμένα (Branstad et al., 2009).

Η επιδείνωση των ελληνικών οικονομικών συνθηκών είναι διάχυτη σε όλες τις εμπορικές δραστηριότητες, με κύρια γνωρίσματα την πτώση του κύκλου εργασιών, την κατάλυση της κερδοφορίας και τη μείωση της κεφαλαιακής βάσης του εμπορίου. Η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει σαφώς τις ελληνικές εταιρείες δημιουργώντας τους αρκετά προβλήματα. Συγκεκριμένα, η οικονομική κρίση είχε άμεσες επιπτώσεις όχι μόνο στις πωλήσεις τους, στα κέρδη των αποθεμάτων και των επενδύσεων παγίου κεφαλαίου τους, αλλά και στην απασχόληση των εργαζομένων τους (Panageotou, 2012).

Η ελληνική οικονομία βασίζεται σε πολύ μεγάλο βαθμό στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Η σοβαρή οικονομική ύφεση, όμως, έχει επιδράσει σε αρνητικό βαθμό την ικανότητα των ΜΜΕ για επιβίωση. Οι ΜΜΕ προσφέρουν το 80% του συνόλου των θέσεων εργασίας στη μεταποιητική βιομηχανία, σχεδόν το 95% στον τομέα των κατασκευών και περίπου 90% στο χονδρικό και λιανικό εμπόριο τομέα. Οι αριθμοί αυτοί είναι πολύ μεγαλύτεροι από τον αντίστοιχο μέσο όρο της ΕΕ, ιδιαίτερα στον κατασκευαστικό κλάδο και στον κλάδο του λιανικού εμπορίου. Με το πραγματικό ΑΕΠ το 2013 να είναι περίπου 23% κάτω από το επίπεδο του 2008, οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν σηκώσει το βάρος της οικονομικής κρίσης τα τελευταία χρόνια. Σε αυτή την περίοδο, η απασχόληση σε αυτές τις επιχειρήσεις μειώθηκε κατά 27%. Σχεδόν μία στις τέσσερις (πάνω από 205.000) των ΜΜΕ που υπήρχαν το 2008 έκλεισαν, μειώνοντας το συνολικό ύψος των εργασιών, το οποίο μετράται σε προστιθέμενη αξία, κατά το ένα τρίτο από τα επίπεδα του 2008. Ενώ η πτωτική τάση επιβραδύνθηκε το 2013, αποτελεί μια κατάσταση η οποία δεν έχει πλήρως αντιστραφεί ακόμα και σήμερα (SBA, 2014).

Παρά το γεγονός ότι η οικονομική ύφεση οδήγησε και στο κλείσιμο κάποιων μεγάλων επιχειρήσεων, ωστόσο οι τελευταίες φαίνεται να ανταποκρίθηκαν καλύτερα από ότι οι ΜΜΕ. Ενδεικτικά αναφέρουμε πως η προστιθέμενη αξία τους συρρικνώθηκε κατά 40% και η απασχόληση σε ποσοστό 43%. Ο αριθμός στον ΜΜΕ στον μεταποιητικό κλάδο σημείωσε πτώση σε ποσοστό 20% και η προστιθέμενη αξία τους σε ποσοστό 23%. Οι μεγάλες επιχειρήσεις στον κλάδο αυτό, βάσει των στοιχείων της έρευνας δεν φαίνεται να έχουν καλύτερες επιδόσεις από τις ΜΜΕ. Σύμφωνα με τις τελευταίες εκτιμήσεις, η προστιθέμενη αξία τους συρρικνώθηκε σε ποσοστό 35% και η απασχόληση σε αυτές κατά 27% (SBA, 2014).

Τέλος, σύμφωνα με την έκθεση του IOBE (2016), τα στοιχεία της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα για τα έτη 2014-2015 (εν μέσω κρίσης) είχαν την παρακάτω εικόνα:

1. Το 2014 το ποσοστό επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων αυξήθηκε από 5,2% σε 7,8%.
2. Το 2015 το ποσοστό επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων μειώθηκε σε 6,9%.
3. Το ποσοστό του πληθυσμού που δήλωσε πως έχει διακόψει ή αναστείλει την επιχειρηματική του δραστηριότητα το 2014 ανερχόταν στο 2,8% του πληθυσμού χαμηλότερα δηλαδή από το αντίστοιχο ποσοστό το 2013 (4,8%).
4. Η Ελλάδα κατέγραψε έναν από τους υψηλότερους δείκτες καθιερωμένης επιχειρηματικότητας ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας (12,8% το 2014).
5. Η ελληνική επιχειρηματικότητα που κινητοποιείται από τον εντοπισμό ευκαιριών (30,5%) κινούνταν σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα από τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (54,9%).
6. Το ποσοστό επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στην Ελλάδα λόγω ανάγκης (43,6%) κινούνταν σε πολύ υψηλότερα επίπεδα συγκριτικά με τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (23,9%).
7. Συνολικά, η Ελλάδα βρισκόταν στη τελευταία θέση της κατάταξης μεταξύ των χωρών καινοτομίας μελών της Ε.Ε. σε όρους επιχειρηματικότητας ευκαιρίας και στην πρώτη θέση της κατάταξης σε όρους επιχειρηματικότητας ανάγκης.
8. Το ποσοστό των επιχειρηματιών που απευθύνονταν αποκλειστικά σε εγχώριους πελάτες ήταν 41,8% έναντι 43,1% το 2013 ενώ το ποσοστό εκείνων που έκαναν εξαγωγές σε μικρό βαθμό ήταν 40,5% σε σύγκριση με 43,1% το 2013. Παρατηρείται, επομένως, μία εξωστρέφεια των ελληνικών επιχειρήσεων το έτος 2014.
9. Τα έτη 2013 και 2014 αυξήθηκε το ποσοστό των επιχειρήσεων που κατείχαν τεχνολογία αιχμής.

3.3 Ευκαιρίες που δημιούργησε η κρίση στην επιχειρηματικότητα

Μετά την κρίση το νέο επιχειρηματικό περιβάλλον θα είναι εντελώς διαφορετικό, αφού θα επιφέρει καινούριες ισορροπίες στην αγορά προϊόντων και υπηρεσιών. Οι ελληνικές επιχειρήσεις θα είναι σε θέση να αντιμετωπίσουν πιο έντονα τον ανταγωνισμό στις αγορές που στοχεύουν. Ευκαιρίες είναι εφικτό να υπάρξουν σε πολλούς κλάδους, αλλά ποιες από αυτές τις επιχειρήσεις θα τις αξιοποιήσουν δε μπορεί να λεχθεί με βεβαιότητα. Μέσω της επιτυχημένης προσαρμογής των επιχειρηματικών μονάδων στα καινούρια δεδομένα θα κριθεί η διεθνής ανταγωνιστικότητα της χώρας, δηλαδή σε ποιο βαθμό τα ελληνικά προϊόντα και οι υπηρεσίες είναι δυνατό να υπάρχουν στις ανοιχτές αγορές.

Στις ανταγωνιστικές αγορές, ο πιο σημαντικός παράγοντας θα είναι η ικανότητα των επιχειρήσεων και των επιχειρηματιών. Πολύ βασική κρίνεται η στρατηγική των επιχειρήσεων, δηλαδή ο βαθμός στον οποίο θα προσφέρουν ελκυστικές και ποιοτικές προσφορές στον καταναλωτή. Σε αυτό θα συντελέσει η συνεχής εισαγωγή της σειράς των καινοτομιών στα προσφερόμενα. Η καινοτομική δραστηριότητα είναι δυνατό να αντλήσει ιδέες από την ελληνική παράδοση, αλλά και από τον ελληνικό χώρο, καθώς και να στηριχθεί στη δημιουργικότητα των Ελλήνων. Οι ελληνικές επιχειρήσεις μπορούν πιο εύκολα να ακολουθήσουν ένα μοντέλο ανοιχτής καινοτομίας παρά ένα μοντέλο με οδηγό την έρευνα και ανάπτυξη. Άλλωστε, η Ελλάδα ήταν πάντα ανοιχτή στην κτήση, στην προσαρμογή και στη διάδοση ιδεών (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010).

Σίγουρα το μέλλον των ελληνικών επιχειρήσεων δε θα είναι το ίδιο, αλλά θα παρουσιάζει ριζικές αλλαγές και είναι πολύ δύσκολο να γίνουν προβλέψεις.

Το πρόβλημα της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών επιχειρήσεων εμφανίζει χαρακτηριστικά που είναι καθιερωμένα εδώ και πολλές δεκαετίες. Εν μέσω οικονομικής κρίσης οι επιχειρήσεις ανακαλύπτουν τα όρια αντοχής τους. Κάποιες από αυτές έχουν ήδη αντιδράσει από πριν και ανοίγονται σε διεθνείς αγορές. Αλλά οι πιο διορατικές μπορούν και βρίσκουν ευκαιρίες για να επιβιώσουν και να εξελιχθούν μέσα στην κρίση. Ανακαλύπτουν νέες δραστηριότητες διεθνώς και με τις διεθνείς συνεργασίες αντιμετωπίζουν την έλλειψη ρευστότητας και άλλα προβλήματα.

Η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας θα κριθεί στην ικανότητα που έχουν οι επιχειρήσεις να διεκδικήσουν ρόλο στο νέο ανταγωνιστικό περιβάλλον που αναδιαμορφώνεται. Μικρές και μικρομεσαίες επιχειρήσεις θα αναπτυχθούν με διεθνή προσανατολισμό. Το κράτος διαδραματίζει πάρα πολύ σημαντικό ρόλο στη διαδικασία προσαρμογής των επιχειρήσεων και ανάδειξης της καινούριας επιχειρηματικότητας. Είναι δυνατό να βοηθήσει με άμεσους, αλλά και με έμμεσους τρόπους. Με επιδοτήσεις και προγράμματα, αλλά και έμμεσα με ενέργειες που ωθούν στη διαμόρφωση θετικών στάσεων απέναντι στο επιχειρείν (Χατζηκωνσταντίνου & Γωνιάδης, 2009).

Οι προσδοκίες από το κράτος πρέπει να συνάδουν με την πραγματικότητα και να προσαρμοστούν στις νέες συνθήκες, όπως και να εκφράσουν ένα νέο μοντέλο ανάπτυξης. Εξάλλου με την αυξανόμενη διεθνοποίηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας αλλάζει ο ρόλος του κράτους.

Μετά τις αρνητικές επιρροές που έφερε η οικονομική κρίση, το διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον θα είναι εντελώς διαφορετικό. Θα αλλάξουν ακόμα περισσότερο οι προτιμήσεις του καταναλωτή και πλέον θα βγουν στην επιφάνεια νέα πρότυπα, οπότε το καταναλωτικό κοινό θα επιθυμεί να ικανοποιήσει τις ίδιες ανάγκες με πιο έξυπνες λύσεις και να μειώσει τις αγορές του με τη στροφή του σε πιο οικονομικά προϊόντα, αλλά διατηρώντας τις απαιτήσεις του για ποιότητα.

Επιπλέον, καινούριες αναδυόμενες πολυεθνικές εταιρίες εισέρχονται δυναμικά στις διεθνείς αγορές. Αυτού του είδους οι επιχειρήσεις είναι δυνατό να βελτιώσουν ταχύτητα την ποιότητα απορροφώντας τεχνολογικά επιτεύγματα. Βρίσκουν λύσεις για καταναλωτές με χαμηλά εισοδήματα και εισάγουν καινοτομίες που μειώνουν τις τιμές τους. Για την αντιμετώπιση του ανταγωνισμού και των νέων συνθηκών οι παραδοσιακές πολυεθνικές κινούνται σε χαμηλότερες τιμές για τα ίδια προϊόντα, αξιοποιώντας τις ευκαιρίες για παραγωγή σε χώρες χαμηλού κόστους. Επίσης, υπάρχει η δυνατότητα εξαγοράς φθηνών εθνικών επιχειρήσεων που δύσκολα μπορούν να αντιμετωπίσουν την κρίση.

Παράλληλα, μικρότερες εταιρίες μπορούν να καινοτομήσουν και να κινηθούν παγκόσμια. Συνεπώς, παρατηρείται μία ανατροπή στις ισορροπίες στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Ο ανταγωνισμός μάλλον θα ισορροπήσει σε χαμηλότερες τιμές και οι ενδιάμεσες προσφορές κόστους-διαφοροποίησης θα κερδίζουν μερίδιο. Επί

πρόσθετα, το κοινωνικό, καθώς και το οικονομικό περιβάλλον θα αλλάξουν οριστικά και οι απαιτήσεις της κοινωνίας θα γίνουν πιο ισχυρές. Οι επιχειρήσεις που ανταποκρίνονται στις νέες απαιτήσεις αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010).

Οι τάσεις αυτές ανοίγουν καινούριους ορίζοντες για καινοτόμα στοιχεία και οι εταιρίες που κυριαρχούν στο χώρο κατόπιν κρίσης θα είναι πολύ ανταγωνιστικές και πολύ διαφορετικές, πιο υπεύθυνες, με «κοινωνική» διαφοροποίηση και πιθανότατα με διαφορετικό επιχειρηματικό μοντέλο που επικεντρώνεται σε διαφορετικά τμήματα της αγοράς και σε νέους καταναλωτές. Στην πορεία τους θα έχουν αναπτύξει εσωτερικές ικανότητες και κοινωνικό κεφάλαιο που θα οδηγεί σε ανταγωνισμό. Διατηρώντας αφοσιωμένο προσωπικό θα έχουν τη δυνατότητα να αξιοποιήσουν τις ευκαιρίες που θα εμφανισθούν κατόπιν της κρίσης.

Ακόμα κι αν υπάρχουν λίγες τέτοιες επιχειρήσεις θα μπορέσουν να επιδράσουν σημαντικά στην ελληνική οικονομία συντελώντας καθοριστικά στην απασχόληση, στη δημιουργία υλικής και άυλης αξίας για τη χώρα μας. Επιδιώκεται ένας αριθμός τέτοιων επιχειρήσεων έστω και μικρών που θα τοποθετούν με επιτυχία τα προϊόντα τους στις ανοιχτές διεθνοποιημένες αγορές (Χατζηκωνσταντίνου & Γωνιάδης, 2009).

3.4 Προοπτικές που δημιούργησε η κρίση στην επιχειρηματικότητα

Η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και η εισαγωγή των νέων τεχνολογικών και καινοτομικών δραστηριοτήτων αναμένεται να συμβάλει σημαντικά στα εξής (Κορρές, 2015):

- Ανάπτυξη των εξαγωγών.
- Αύξηση της απασχόλησης και μείωση του ποσοστού ανεργίας, όπου συμβάλλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και στην ανάπτυξη με την αποτελεσματικότητα των υφισταμένων επιχειρήσεων και τη δημιουργία και ανάπτυξη των νέων επιχειρήσεων.
- Βελτίωση της παραγωγικότητας και ενίσχυση της παραγωγικής ικανότητας της χώρας.
- Αύξηση της ανταγωνιστικότητας, που αποτελεί βασικό παράγοντα για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, όπου οι υψηλότερες επιδόσεις που

οφείλονται στην καινοτομία, στην εισαγωγή νέων μεθόδων και διαδικασιών, νέων προϊόντων βελτιώνουν την ανταγωνιστικότητα της οικονομίας συνολικά.

- Βελτίωση των ρυθμών ανάπτυξης και ευημερίας.

Στόχος της Ε.Ε. είναι να ενισχυθεί η επιχειρηματικότητα υιοθετώντας τις πολιτικές εκείνες και επηρεάζοντας τους προσδιοριστικούς παράγοντες που θα συμβάλουν στη δημιουργία του κατάλληλου περιβάλλοντος το οποίο θα επιτρέπει στους «εν δυνάμει» επιχειρηματίες να ξεκινήσουν, να δημιουργήσουν νέες επιχειρήσεις, να δημιουργήσουν με την επιχειρηματικότητά τους νέες και καλύτερες θέσεις απασχόλησης (Κορρές, 2015).

Όλες οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης παρέχουν μέσα προώθησης της επιχειρηματικότητας, της έρευνας και καινοτομίας στον ιδιωτικό τομέα, τόσο μέσω άμεσων όσο και έμμεσων κινήτρων, όπως οι φορολογικές απαλλαγές, οι επιχειρηματικές συμπράξεις ιδιωτικού και δημόσιου τομέα, η ενίσχυση δικτύων καινοτομίας, καθώς και η προστασία των δικαιωμάτων που απορρέουν από την παραγωγή νέας γνώσης. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση η άμεση ενίσχυση της επιχειρηματικής έρευνας και ανάπτυξης παραμένει υψηλή, μέσω άμεσων επιδοτήσεων και χρηματοδότησης επενδυτικών σχεδίων σε έρευνα και ανάπτυξη, παρόλο που οι έμμεσες ενισχύσεις, όπως οι φορολογικές απαλλαγές, παρουσιάζουν αυξητική τάση, ιδιαίτερα σε χώρες όπως η Αυστρία, η Φιλανδία, η Ολλανδία, η Νορβηγία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Αλλά, ακόμα και οι υπόλοιπες χώρες έχουν αρχίσει να κατευθύνονται προς την ενίσχυση της ιδιωτικής έρευνας και ανάπτυξης μέσω παροχής έμμεσων επενδυτικών κινήτρων, κυρίως ενισχύοντας τη δημιουργία δικτύων διεργασίας και διάχυσης της τεχνολογίας και την απαλοιφή επιχειρηματικών εμποδίων, ιδιαίτερα όσον αφορά τη δημιουργία επιχειρηματικών συνεργασιών. Ο αποτελεσματικός σχεδιασμός των πολιτικών είναι σημαντικός, όχι μόνο για την ενίσχυση της καινοτομίας, αλλά και για την αποτελεσματική συμβολή τους στην ανταγωνιστικότητα και την οικονομική ανάπτυξη (Κορρές, 2015).

Με δεδομένες τις σημαντικές οικονομικές και τεχνολογικές εξελίξεις και στο πλαίσιο ενός ανοικτού οικονομικού περιβάλλοντος, η ελληνική οικονομία χρειάζεται να ενισχύσει τις παραγωγικές της ικανότητες και να στηρίξει την ανταγωνιστικότητά της σε τρία βασικά σημεία (World Bank, 2011):

- Την καινοτομία και την τεχνολογική αναβάθμιση.
- Την επιχειρηματικότητα.
- Την απασχόληση.

Η κατάλληλη πολιτική μπορεί να συμβάλει στην αύξηση των επιπέδων επιχειρηματικότητας ως ακολούθως (Κορρές, 2015):

- Στη δημιουργία περισσότερων επιχειρηματιών και στο άνοιγμα της επιχειρηματικότητας σε όλα τα μέλη της κοινωνίας. Ιδιαίτερη βαρύτητα θα πρέπει να δοθεί στις γυναίκες και σε ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού, ενώ θα πρέπει να συνεχιστεί η προσπάθεια δημιουργίας υπηρεσιών στήριξης νέων επιχειρήσεων.
- Μείωση των εμποδίων στην έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας, όπως για παράδειγμα οι διοικητικοί φραγμοί, χρηματοδότηση, κόστος έναρξης επιχείρησης, επιμερισμός κινδύνου.
- Η πρόσβαση στη χρηματοδότηση είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη, αλλά πολλές ΜμΕ αντιμετωπίζουν δυσκολίες επειδή η αγορά επιχειρηματικών κεφαλαίων δεν είναι αρκετά αναπτυγμένη και οι τράπεζες τείνουν να αποφεύγουν τη δανειοδότηση υψηλού κινδύνου.
- Η εκπαίδευση και η κατάρτιση θα πρέπει να συμβάλει στην ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας, μέσω της ανάπτυξης της κατάλληλης νοοτροπίας και της ευαισθητοποίησης όσον αφορά τις επαγγελματικές ευκαιρίες που προσφέρει η ιδιότητα του επιχειρηματία και των δεξιοτήτων.
- Η μείωση της γραφειοκρατίας που εξακολουθεί να αποτελεί βασικό πρόβλημα στη διοίκηση της επιχείρησης.
- Η λήψη κατάλληλων μέτρων και φορολογικών κινήτρων μπορεί να συμβάλει στην επιβίωση, προώθηση και ανάπτυξη των επιχειρήσεων.
- Στήριξη των επιχειρήσεων για την αξιοποίηση των γνώσεων και των νέων ευκαιριών, όπου οι επιχειρηματίες πρέπει να έχουν εξωστρεφή προσανατολισμό, να αξιοποιήσουν καλύτερα την εσωτερική αγορά και να αντιμετωπίσουν καλύτερα την πρόκληση της παγκοσμιοποίησης.

Συμπερασματικά, επιβεβαιώνεται η ανάγκη για ποιοτικότερη επιχειρηματικότητα και νέα εγχειρήματα που επικεντρώνονται στη γνώση και είναι ιδιαίτερα καινοτομικά (knowledge entrepreneurship) που αποτελούν προϋποθέσεις τόσο οικονομικής

ανάπτυξης όσο και κοινωνικής ευημερίας. Αυτό όμως που απαιτείται περισσότερο είναι δυναμικές επιχειρηματικές πρωτοβουλίες οι οποίες:

- Θα αξιοποιήσουν περισσότερο τα τοπικά προϊόντα, τις παραδοσιακές τεχνικές, τα ποιοτικά προϊόντα της πρωτογενούς παραγωγής (επώνυμα, τυποποιημένα και πιστοποιημένα ποιοτικά γεωργικά και κτηνοτροφικά προϊόντα, ανάπτυξη αγροδιατροφικού τομέα), περιοχές και στοιχεία πολιτιστικού και οικολογικού ενδιαφέροντος, θεματικές μορφές τουρισμού και αγροτουρισμού με τη διαμόρφωση και προβολή μιας νέας ολοκληρωμένης τουριστικής ταυτότητας σε κάθε περιοχή και για όλη τη διάρκεια του χρόνου.
- Θα αναπτύξουν νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες όπως είναι η παροχή υπηρεσιών προς επιχειρήσεις (έρευνες, εκδόσεις, επικοινωνία, δίκτυα διανομών, συμβουλευτική και τεχνική υποστήριξη, κατάρτιση, ηλεκτρονικό επιχειρείν), νέες υπηρεσίες που συνδέονται με την κοινωνία της πληροφορίας (συστήματα πληροφόρησης, τηλεϊατρικής, τηλεεκπαίδευσης, γεωγραφικά συστήματα πληροφοριών, διαδίκτυο, πολυμέσα), η επιχειρηματικότητα στον τομέα του περιβάλλοντος και της ενέργειας (διαχείριση περιβάλλοντος, ανακύκλωση αποβλήτων, ανανεώσιμες πηγές ενέργειας), η κοινωνική οικονομία.

Ιδιαίτερης σημασίας είναι οι αποκεντρωμένες δομές στήριξης της επιχειρηματικότητας στις οποίες περιλαμβάνονται: Οργανωμένοι χώροι αρχικής και μόνιμης εγκατάστασης (θερμοκοιτίδες, τεχνολογικά πάρκα), δίκτυα ενιαίας εξυπηρέτησης, Ερευνητικά Κέντρα, Εργαστήρια δοκιμών / ελέγχων.

Σήμερα είναι αναγκαία η αναβάθμιση και βελτίωση των υπηρεσιών που παρέχουν οι δομές αυτές στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις κατά το πρότυπο ανάλογων δομών στήριξης σε άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και η θεσμοθέτηση σε επίπεδο διοικητικής περιφέρειας Περιφερειακών Κέντρων Επιχειρηματικότητας, ως ενός ολοκληρωμένου μηχανισμού παροχής πιστοποιημένων υπηρεσιών «μιας στάσης» για τη ενιαία εξυπηρέτηση του επιχειρηματία με αρμοδιότητες ενημέρωσης, συμβουλευτικής υποστήριξης, αδειοδότησης, διαχείρισης συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων, διευκόλυνσης της πρόσβασης σε νέα χρηματοπιστωτικά εργαλεία (Κορρές, 2015).

Η πρόσβαση των επιχειρήσεων και ιδίως των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στις πηγές χρηματοδότησης παραμένει δύσκολη. Οι νέες ιδιαίτερα επιχειρήσεις συναντούν σημαντικούς φραγμούς στην αναζήτηση τραπεζικών δανείων, επιχειρηματικών κεφαλαίων, εγγυήσεων, εναλλακτικών πηγών χρηματοδότησης κ.λπ. Κύρια πηγή χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων παραμένει το τραπεζικό σύστημα που όμως, παρά τις βελτιώσεις, δεν έχει αναπτύξει επαρκώς τον αναπτυξιακό του ρόλο.

Το κράτος θα πρέπει να εξειδικεύσει και να συνεχίσει να στηρίζει με πολιτικές κινήτρων την ανάπτυξη της καινοτόμου επιχειρηματικότητας στην περιφέρεια, φορολογικών απαλλαγών για νέες επενδύσεις και για επιχειρήσεις υψηλού κινδύνου, επιδότησης νέων που επιλέγουν τον επιχειρηματικό στίβο για επαγγελματική καριέρα, επιμερισμού κινδύνων μέσω Ταμείων Επιχειρηματικών Συμμετοχών σε Επιχειρήσεις Νέας Τεχνολογίας, εγγυοδοσίας μέσω ειδικών Ταμείων (Κορρές, 2015).

Θα πρέπει να συνεχιστεί η ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας με γενναία ενίσχυση νέων ανθρώπων και νέων επιχειρήσεων που θα αναλαμβάνουν νέες πρωτοβουλίες στην αξιοποίηση των ερευνητικών αποτελεσμάτων και της νέας γνώσης. Στο παράρτημα παρουσιάζονται διάφορα μεγέθη και στατιστικά στοιχεία της επιχειρηματικότητας και της επιχειρηματικής δραστηριότητας για την Ελλάδα και στα κράτη μέλη της Ε.Ε.

Τέλος, ο συνδυασμός αναπτυξιακών επιδοτήσεων, εγγυημένων δανείων, νέων τραπεζικών προϊόντων και θεσμικών επιχειρηματικών συμμετοχών δημιουργεί ένα πιο ευνοϊκό πλαίσιο εναλλακτικών πηγών χρηματοδότησης για την προώθηση της καινοτομίας και τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης μιας μικρομεσαίας επιχείρησης (Κορρές, 2015).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΥΠΕΡΑΓΟΡΕΣ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ

4.1 Όμιλος Σκλαβενίτη ιστορική εξέλιξη και πορεία

Ο Σκλαβενίτης είναι ελληνική αλυσίδα σούπερ μάρκετ που δραστηριοποιείται στην Ελλάδα. Από την 1^η Μαρτίου 2017, η εταιρεία αποτελεί τον μεγαλύτερο λιανεμπορικό όμιλο στην Ελλάδα, έχοντας 485 καταστήματα στην Ελλάδα, ακολουθούμενος από την ελληνική Μασούτης και την Άλφα-Βήτα Βασιλόπουλος (του ομίλου Ahold Delhaize Group).

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1954 από τους Ιωάννη Σκλαβενίτη (1924-1993), Σπύρο Σκλαβενίτη (1927-2006) και τον Μιλτιάδη Παπαδόπουλο (1920 - 1999), αρχικά ως χονδρέμπορο. Το πρώτο σούπερ μάρκετ άνοιξε το 1969 στο Περιστερί της Αθήνας (ως ΤΗΛΕΞΥΠ) και στα τέλη του 2013 η εταιρεία διέθετε 96 καταστήματα. Το 2007, η αλυσίδα ξεκινάει τις εξαγορές από την αλυσίδα Παπαγεωργίου και τα 18 καταστήματα της, ενώ το 2010, η επιχείρηση εξαγόρασε 8 καταστήματα από την αλυσίδα Ατλάντικ, η οποία ένα χρόνο μετά πτώχευσε. Το 2013, η επιχείρηση εξαγόρασε τέσσερα καταστήματα από την εταιρεία ΔΟΥΚΑ, πέντε από το Μπαλάσκα και συμφώνησε να αποκτήσει 9 από την αλυσίδα Extra Πρώτα ώστε να ενισχύσει περαιτέρω την θέση της στην Αττική.

Το μέσο κατάστημα Σκλαβενίτης είναι σημαντικά μεγαλύτερο σε σχέση με τους περισσότερους ανταγωνιστές του, εξηγώντας έτσι την ικανότητα της εταιρείας να οδηγείται σε αύξηση των πωλήσεων με ένα σχετικά μικρό αριθμό καταστημάτων. Η εταιρεία εξακολουθεί να ανήκει στην οικογένεια Σκλαβενίτη, αν και φημολογείται ότι διεθνείς γίγαντες λιανικής, όπως η Tesco και η Walmart, ενδιαφέρονται για την απόκτηση της εταιρείας. Ωστόσο, στην οικογένεια Σκλαβενίτη δεν έχουν δείξει σημάδια ότι είναι πρόθυμοι να εξετάσουν την προσφορά εξαγοράς.

Τον Μάιο του 2010 η αλυσίδα διαθέτει στο δίκτυο της 71 καταστήματα – όλα στην ευρύτερη περιοχή της Αττικής. Την τριετία 2007, 2008, 2009 η αύξηση του τζίρου της «Σκλαβενίτης» είναι συνεχής: Το 2008 +13,3% σε σχέση με το 2007 (1.088 εκ. Ευρώ και κέρδη προ φόρων 15,9 εκ. Ευρώ), το 2009 +6% σε σχέση με το 2008 παρά την αρνητική οικονομική συγκυρία (1.153 εκ Ευρώ και κέρδη προ φόρων 22,5 εκ. Ευρώ).

Το επόμενο δίμηνο τον Ιούλιο του 2010 λειτούργησε μια νέα «Υπεραγορά Σκλαβενίτης» στην Καλλιθέα στο πρώην εργοστάσιο της ΙΖΟΛΑ – το 72^ο κατάστημα της αλυσίδας (τα 13 ήταν ιδιόκτητα).

Τον Νοέμβριο του 2014, η επιχείρηση εξαγόρασε το 100% των μετοχών της Makro Cash & Carry Hellas Ελλάδος, η οποία λειτουργούσε 9 καταστήματα χονδρικής, 2 στην Αθήνα, 2 στη Θεσσαλονίκη, από 1 σε Βόλο, Ηράκλειο, Λάρισα, Ξάνθη και Πάτρα, απασχολώντας 1.073 εργαζομένους. Η αλυσίδα μετά την εξαγορά της μετονομάστηκε σε The Mart. Τον Δεκέμβριο του ίδιου χρόνου, η επιχείρηση εισήλθε στην αγορά της Κρήτης, εξαγοράζοντας από τη Βερόπουλος, το 60% του συνόλου των μετοχών της αλυσίδας Χαλκιαδάκης, η οποία διέθετε 38 καταστήματα, 27 στο Νομό Ηρακλείου, 7 στο Νομό Λασιθίου, 3 στο Νομό Χανίων και 1 στο Νομό Ρεθύμνης, απασχολώντας συνολικά 940 εργαζόμενους.

Τον Ιανουάριο του 2015 ο Όμιλος Σκλαβενίτη είχε 161 Καταστήματα (111 με την επωνυμία Σκλαβενίτη μόνο στην Αττική, 38 με την επωνυμία Χαλκιαδάκης στην Κρήτη και 12 καταστήματα χονδρικής The Mart σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Βόλο, Ηράκλειο, Καλαμάτα, Ιωάννινα, Λάρισα, Ξάνθη και Πάτρα). Στα καταστήματα αυτά απασχολούνταν 11.000 εργαζόμενοι. Παράλληλα, λειτουργούσαν στην υπόλοιπη Ελλάδα και καταστήματα μεσαίου μεγέθους με την επωνυμία Franchise Σκλαβενίτης.

Το Σεπτέμβριο του 2016 και μετά από πολύμηνες διαπραγματεύσεις, ανακοινώθηκε η εξαγορά του ομίλου Μαρινόπουλος από τον όμιλο Σκλαβενίτη. Η εξαγορά εγκρίθηκε από δικαστική απόφαση στις 16 Ιανουαρίου 2017 και από την Επιτροπή Ανταγωνισμού στις 26 του ίδιου μήνα. Μέχρι τότε ο Όμιλος Μαρινόπουλος αποτελούσε τον μεγαλύτερο λιανεμπορικό όμιλο Super Market στην Ελλάδα.

Την 1^η Μαρτίου 2017, ο Όμιλος Μαρινόπουλος έκλεισε, και το μεγαλύτερο μέρος του συγχωνεύτηκε στη νεοσυσταθείσα εταιρεία Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτη Α.Ε., θυγατρική του ομίλου Σκλαβενίτη στην οποία εντάχθηκαν όλα τα καταστήματα Carrefour Express (εκτός από αυτά της βόρειας Ελλάδας που ανήκαν στον Καρυπίδη) και Carrefour Μαρινόπουλος.

Τον Μάρτιο του 2017 η εταιρεία απορρόφησε το δίκτυο 361 καταστημάτων της Carrefour Μαρινόπουλος και επεκτάθηκε σε αρκετές περιοχές της χώρας, όπου δεν είχε παρουσία.

Το 2018, η εταιρεία έκλεισε και πούλησε 38 καταστήματα λιανικής στις υπόλοιπες ανταγωνιστικές αλυσίδες, κυρίως στην Αττική, επειδή σε κάποιες περιοχές διέθετε μεγάλο όγκο καταστημάτων και ταυτόχρονα προχώρησε στην πώληση του 21% της εταιρίας The mart cash and carry. Αγοραστής ήταν ο διευθύνων σύμβουλος της The mart cash and carry.

Η υφιστάμενη κατάσταση των καταστημάτων του ομίλου Σκλαβενίτη παρουσιάζεται στο Πίνακα 1. Το 2019 υπάρχουν 433 καταστήματα με την επωνυμία Σκλαβενίτης, 13 καταστήματα The Mart που ανήκουν στον όμιλο και 39 καταστήματα Χαλκιαδάκης που βρίσκονται στην Περιφέρεια Κρήτης.

Πίνακας 1: Είδη καταστημάτων ομίλου Σκλαβενίτη

	Hypermarkets	Supermarkets	Cash & Carry	Σύνολο
SKLAVENTIS	38	395	-	433
The Mart	-	-	13	13
Chalkiadakis	-	39	-	39
Όμιλος	38	434	13	485

Πηγή: Σκλαβενίτης Group

Παράλληλα ο συνολικός αριθμός υπαλλήλων του ομίλου Σκλαβενίτη είναι 27.750 άτομα στα καταστήματα του, χωρίς να υπολογίζονται φυσικά οι εξωτερικοί συνεργάτες και προμηθευτές, οι οποίοι ουσιαστικά επιβιώνουν από την λειτουργία των καταστημάτων (Πίνακας 2).

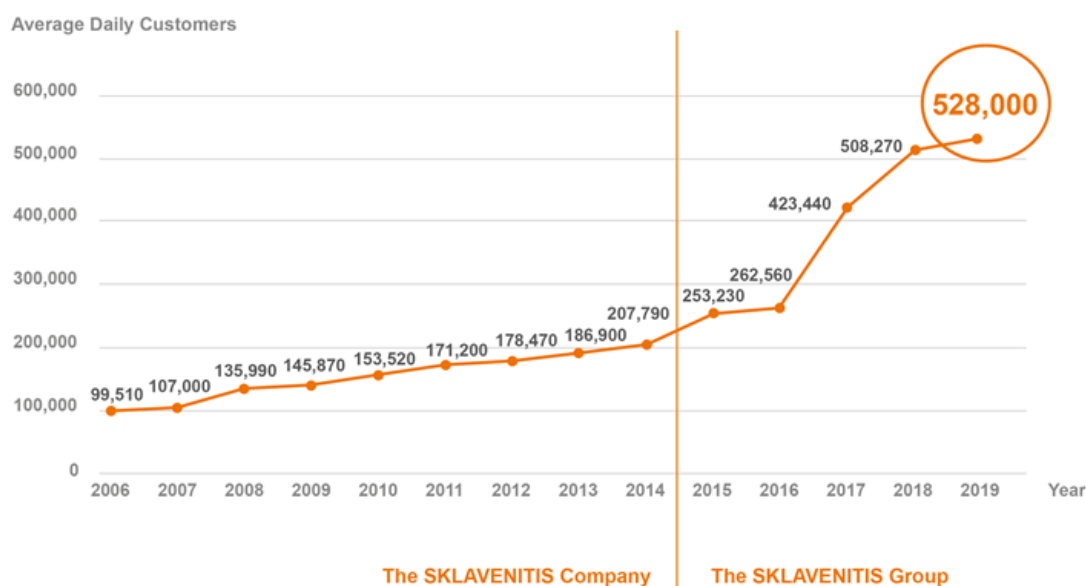
Από την άλλη σε καθημερινή βάση πάνω από μισό εκατομμύριο πελάτες επισκέπτονται τα καταστήματα του ομίλου Σκλαβενίτη για τις αγορές τους. Είναι χαρακτηριστικό πως μόνο στις υπεραγορές και supermarket με την επωνυμία Σκλαβενίτης κατά μέσο όρο 401.030 άτομα πραγματοποιούν συναλλαγές.

Πίνακας 2: Συνολικός αριθμός υπαλλήλων και μέσων επισκεπτών στα καταστήματα του ομίλου Σκλαβενίτης

	Υπάλληλοι	Μέσος όρος καθημερινών πελατών
SKLAVENITIS	24.933	401.030
The Mart	1.501	10.560
Chalkiadakis	1.316	36.410
Όμιλος	27.750	528.000

Πηγή: Σκλαβενίτης Group

Διάγραμμα 2: Μέσος όρος μοναδικών πελατών σε καθημερινή βάση την περίοδο 2006-2019



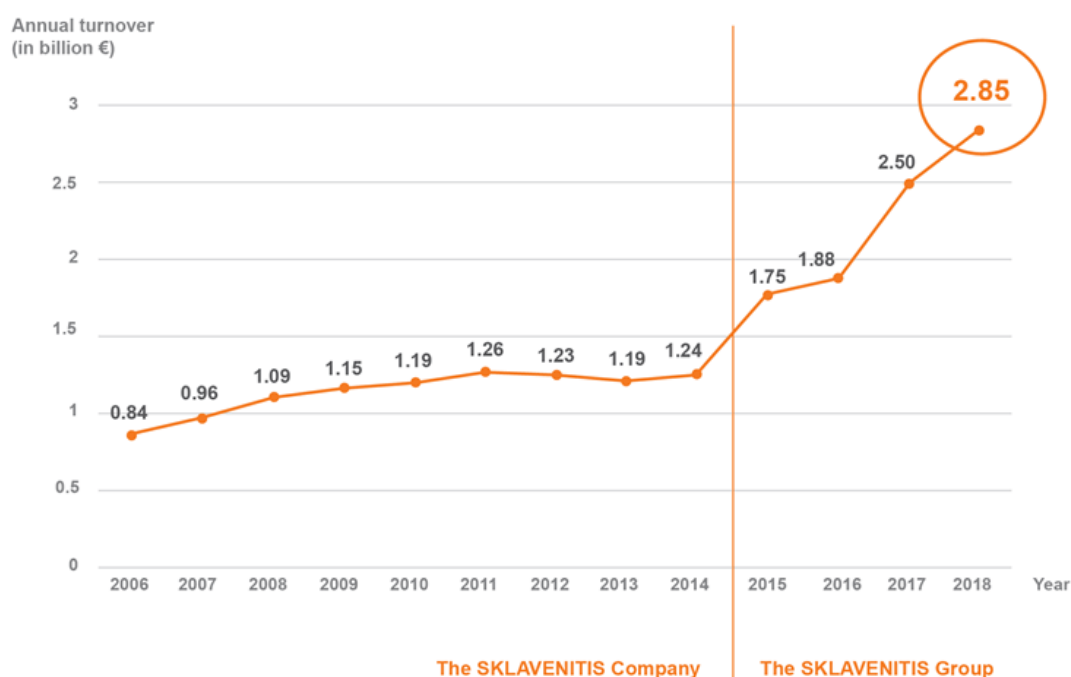
Πηγή: Σκλαβενίτης Group

Τέλος, η Σκλαβενίτης διαθέτει ένα σταθερά χαμηλό προφίλ το οποίο την χαρακτηρίζει εδώ και δεκαετίες, αποφεύγει οποιαδήποτε επένδυση σε διαφημιστικές καμπάνιες ή άλλες μορφές προβολής (ακόμα και η ιστοσελίδα της αλυσίδας βρίσκεται «υπό κατασκευή» εδώ και έντεκα ολόκληρα χρόνια), αλλά υπηρετεί πιστά το διαχρονικό της σύνθημα «τόσο φθηνά όσο πουθενά». Επιπλέον, δεν διαθέτει προωθητικά φυλλάδια με προσφορές ή κάρτες πιστότητας πελατών, οποιαδήποτε προσφορά σε προϊόντα την εντοπίζει εντός του καταστήματος ο καταναλωτής.

4.2 Οικονομικά στοιχεία

Το 2018 ο όμιλος Σκλαβενίτη βρίσκονταν στην πρώτη θέση αναφορικά με τις πωλήσεις στον κλάδο λιανεμπορίου με 2,85 δις. ευρώ. Ήταν η πρώτη χρονιά λειτουργίας της ενοποιημένης Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης (ΕΥΣ) όπου συγκεντρώθηκαν όλες οι λιανεμπορικές δραστηριότητες του ομίλου, με τη βασική εταιρεία του ομίλου να περνά τον Νοέμβριο σε κερδοφορία.

Διάγραμμα 3: Ετήσιος κύκλος εργασιών για τα έτη 2006-2018



Πηγή: Σκλαβενίτης Group

Οι πωλήσεις του ομίλου Σκλαβενίτη διαμορφώθηκαν στο δωδεκάμηνο του 2018 στα 2,85 δις. ευρώ έναντι 2,5 δις. ευρώ που ήταν οι πωλήσεις του 2017 των τότε δύο εταιρειών, της ΕΥΣ και της Ι. & Σ. Σκλαβενίτη πριν την συγχώνευση.

Οι ενοποιημένες οικονομικές καταστάσεις του Ομίλου περιλαμβάνουν τις οικονομικές καταστάσεις της μητρικής εταιρείας “Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτη Α.Ε.Ε.” καθώς και των θυγατρικών της εταιρειών στις οποίες ασκεί έλεγχο. Ο έλεγχος υφίσταται όταν η μητρική μέσω άμεσης ή έμμεσης κατοχής διατηρεί την πλειοψηφία των δικαιωμάτων ψήφου ή έχει τη δυνατότητα άσκησης ελέγχου στο Διοικητικό Συμβούλιο των θυγατρικών εταιρειών. Οι θυγατρικές εταιρείες ενοποιούνται από την ημερομηνία που ο ουσιαστικός έλεγχος μεταφέρεται στον όμιλο και παύουν να ενοποιούνται από την ημέρα κατά την οποία ο έλεγχος παύει να

υφίσταται. Όλες οι ενδοεταιρικές συναλλαγές και υπόλοιπα έχουν απαλειφθεί στις συνημμένες ενδιάμεσες ενοποιημένες οικονομικές καταστάσεις. Οι επιχειρήσεις που περιλαμβάνονται στην πλήρη ενοποίηση της “ Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτη Α.Ε.Ε.” είναι οι ακόλουθες:

Πίνακας 3: Θυγατρικές εταιρίες Ομίλου που περιλήφθησαν στις ενοποιημένες οικονομικές καταστάσεις

31.12.2018			
	Έδρα-Χώρα	% Συμμετοχής	Συμμετοχή
Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης Α.Ε.Ε.	Ελλάδα	Μητρική	
Χαλκιαδάκης ΑΕ	Ελλάδα	60%	Άμεση
Μαρτ καις και καρν ΑΕΕ	Ελλάδα	49%	Άμεση
Guedo Holdings LTD	Κύπρος	100%	Άμεση
Σκλαβενίτης Κύπρου Limited	Κύπρος	100%	Έμμεση
Παλαμάρης ΑΕ	Ελλάδα	100%	Άμεση
Μαρκέτα ΑΕ	Ελλάδα	100%	Άμεση
Κρόνος - Ν. Καρακίτσος ΑΕΒΕ	Ελλάδα	55%	Άμεση

Πηγή: Οικονομικές Καταστάσεις 2018

Με βάση τις υπάρχουσες προβλέψεις για το 2019 η αύξηση των πωλήσεων αναμένεται να κυμανθεί άνω των 3,1 δισ. ευρώ, διότι σύμφωνα με εκτιμήσεις η βασική εταιρεία του ομίλου θα έχει αύξηση κατά περίπου 10% και θα ενισχυθούν σημαντικά και τα θετικά αποτελέσματα.

Όλα αυτά βέβαια σημαίνουν πως το «ωστικό κύμα» που προκάλεσε η εξαγορά του δικτύου καταστημάτων της πρώην Μαρινόπουλος από τον όμιλο Σκλαβενίτη δεν έχει ακόμη «εκτονωθεί». Διατηρείται ως εκ τούτου σε ρευστότητα το τοπίο του λιανεμπορίου και δεν αναμένεται να «ηρεμήσει» πριν από το 2021, δηλαδή για την επόμενη τριετία.

Την πίεση που δέχονται οι άλλες μεγάλες αλυσίδες του κλάδου είναι προφανές ότι έχουν την δυνατότητα, αλλά και τα οικονομικά και στρατηγικά περιθώρια να την

διαχειριστούν, ακόμη και να την αντιστρέψουν, δεν συμβαίνει όμως το ίδιο για αρκετές μικρές και μικρομεσαίες αλυσίδες του κλάδου στις οποίες η πίεση που ασκείται είναι ακατόρθωτο να την αντιμετωπίσουν. Είναι γεγονός πως η συνεχιζόμενη αναβάθμιση του δικτύου της Σκλαβενίτης αποσπά πωλήσεις από τους ανταγωνιστές της και οι μεγάλοι εξ αυτών χρησιμοποιούν όλες τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που διαθέτουν προκειμένου να περιορίσουν όσο είναι δυνατόν τις απώλειες, ενώ οι μικρομεσαίες και μικρές αλυσίδες δέχονται την μεγαλύτερη πίεση.

Από την άλλη πλευρά δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι στη διάρκεια του 2017 ο όμιλος Σκλαβενίτη κατόρθωσε να αποσπάσει πωλήσεις ύψους 2,5 δισ. ευρώ, εκ των οποίων η I. & Σ. Σκλαβενίτης είχε 1,4 δισ. ευρώ και η Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης (ΕΥΣ) 653 εκατ. ευρώ για μόνο 10 μήνες. Βεβαίως πέρυσι η I. & Σ. Σκλαβενίτης είχε αποτελέσματα προ τόκων, φόρων και αποσβέσεων 56,5 εκατ. ευρώ και καθαρά κέρδη 11 εκατ. ευρώ έναντι του 2016. Αντιθέτως η ΕΥΣ, από 1^η Μαρτίου 2017 παρουσίασε ζημιές προ φόρων τόκων και αποσβέσεων 97 εκατ. ευρώ και 87 εκατ. ευρώ καθαρές ζημιές. Ωστόσο αυτά τα αποτελέσματα ήταν σύμφωνα με τις προβλέψεις του επιχειρηματικού σχεδίου.

Έχει σημασία πάντως να σημειωθεί, ότι οι πωλήσεις της εταιρείας ΕΥΣ πλέον, βελτιώνονται σημαντικά όσο αναβαθμίζονται τα καταστήματα του δικτύου της πρώην Μαρινόπουλος. Είναι χαρακτηριστικό το γεγονός ότι στο τρίμηνο Ιουνίου - Αυγούστου 2018 αυξήθηκαν άνω του 50% σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2017. Η τάση αυτή συνεχίστηκε και στο τελευταίο τετράμηνο του 2018. Και εκτιμάται ότι θα συνεχιστεί και το 2019, με την ολοκλήρωση του προγράμματος επενδύσεων και την «ωρίμανση» των ήδη ανακαινισμένων καταστημάτων.

Επιπρόσθετα να αναφερθεί πως 198 καταστήματα έχουν ήδη ανακαινιστεί πλήρως κι έχουν επανέλθει σε κανονική λειτουργία, ενώ παράλληλα ενισχύθηκαν σημαντικά οι πρόσθετες υπηρεσίες των 33 hyper markets Σκλαβενίτης, με παιδότοπους, εστιατόρια, αρτοποιεία κ.α. Απομένουν προς ανακαίνιση 113 καταστήματα τα οποία σχεδιάζεται να ανακαινιστούν εντός του 2019 και το συνολικό κόστος των επενδύσεων θα υπερβεί τα 75 εκατ. ευρώ.

Στον επόμενο πίνακα βλέπουμε τα βασικά οικονομικά μεγέθη του ομίλου όπως αυτά απεικονίζονται στις οικονομικές καταστάσεις του για τα έτη 2014 έως 2016. Τα στοιχεία που αφορούν το 2017 αποτελούν τις ενοποιημένες οικονομικές καταστάσεις

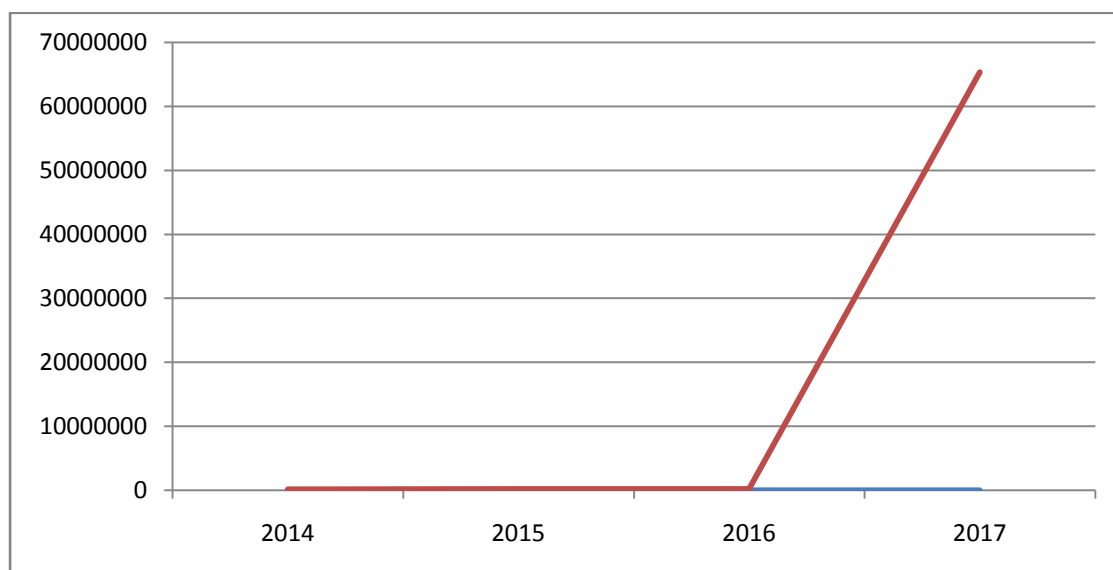
και προφανώς δεν υπάρχει δυνατότητα σύγκρισης. Ταυτόχρονα, στο Διάγραμμα 4 βλέπουμε την εξέλιξη του κύκλου εργασιών την τριετία 2014-2017.

Πίνακας 4: Βασικά οικονομικά μεγέθη για την περίοδο 2014-2017

Έτος	Κύκλος Εργασιών	Μικτά κέρδη	Καθαρά κέρδη προ φόρων	Σύνολο Υποχρεώσεων
2014	1.239.369	310.853	28.778	622.259
2015	1.744.941	414.942	59.571	812.475
2016	1.872.111	447.974	70.631	843.053
2017	653.321.607,25	152.902.605,67	-121.169.906,61	1.115.893.316,08

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Διάγραμμα 4: Εξέλιξη του κύκλου εργασιών την περίοδο 2014-2017



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

4.3 Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης δραστηριότητα

Στα 75 εκατ.€ ανήλθαν οι επενδύσεις τις οποίες δρομολόγησε ο όμιλος Σκλαβενίτης κατά την τελευταία διετία, περίοδος ιδιαίτερος σημαντική για τον ίδιο, λόγω της απόφασης την οποία έλαβε να διασώσει και να ενσωματώσει στο δίκτυό του τη συντριπτική πλειονότητα των καταστημάτων της Μαρινόπουλος. Στρατηγικός του στόχος ήταν η περαιτέρω ανάπτυξη του δικτύου της Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης ΑΕΕ.

Πιο αναλυτικά, αναφορικά με την ΕΥΣ, ο όμιλος προχώρησε στην ανακαίνιση 236 καταστημάτων του πρώην δικτύου της Μαρινόπουλος, ίδρυσε μία υπερσύγχρονη Μονάδα Παραγωγής Έτοιμων Φαγητών, επαναλειτούργησε 5 Κέντρα Διανομής, ενώ ενοποίησε τις Μονάδες Διακίνησης Οπωροκηπευτικών και Διακίνησης Κρεάτων. Επιπλέον, το 2017 και το 2018, δημιούργησε συνολικά περίπου 3.400 νέες θέσεις εργασίας.

Στον τομέα της επεξεργασίας κρέατος ο όμιλος Σκλαβενίτη, μέσω της νέα εταιρείας Meat House, έχοντας παρακαταθήκη τις θετικές επιδόσεις που καταγράφει η βιομηχανία καταναλωτικών προϊόντων χάρτου οικιακής χρήσεως «Γλάρος», σε συνάρτηση με τις εξίσου ανοδικές αποδόσεις των συμμετοχών που διατηρεί σε εταιρείες αρτοζαχαροπλαστικής και αλιευμάτων, η Σκλαβενίτης προχώρησε στη σύσταση νέας εταιρείας με αντικείμενο την εμπορία, επεξεργασία, τυποποίηση και συσκευασία κάθε είδους κρέατος.

Πιο συγκεκριμένα, με αρχικό μετοχικό κεφάλαιο της τάξεως των 100 χιλ. ευρώ ιδρύθηκε τον Φεβρουάριο 2016 η Meat House, με έδρα το Περιστέρι, ενώ τον Ιούλιο του ίδιου έτους πραγματοποιήθηκε αύξηση μετοχικού κεφαλαίου ύψους 600 χιλ. ευρώ. Ως εκ τούτου το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας ανέρχεται σε 700 χιλ. ευρώ διαιρούμενο σε 700 χιλ. μετοχές ονομαστικής αξίας ενός ευρώ έκαστη. Ως εκ τούτου ξεκίνησε και η διάθεση στα ψυγεία των σούπερ μάρκετ Σκλαβενίτης συσκευασμένων κρεάτων υπό το σήμα Meat House. Στην πρώτη χρήση που ολοκληρώθηκε στις 31/12/2016, η Meat House εμφάνισε κύκλο εργασιών 2,6 εκατ. ευρώ (περιλαμβάνονται πωλήσεις προϊόντων κρέατος, λοιπών αποθεμάτων και παροχή υπηρεσιών). Να σημειωθεί ότι τα μεγέθη της Meat House περιλαμβάνονται στον ενοποιημένο ισολογισμό της Γλάρος ABEE (ελέγχεται κατά 100% από την οικογένεια Σκλαβενίτη), η οποία κατέχει το 100% της Meat House.

Το εγχείρημα, εξάλλου, της «Γλάρος» έχει κριθεί επιτυχημένο αποδίδοντας συνολικά για τις 12 χρήσεις της εταιρείας έσοδα 188 εκατ. ευρώ και προ φόρων κέρδη 49,3 εκατ. ευρώ (σ.σ. αφορούν τα μεγέθη της μητρικής εταιρείας). Να σημειωθεί ότι στο χαρτοφυλάκιο της «Γλάρος» περιλαμβάνονται επίσης -πέρα από τη Meat House- με μερίδιο συμμετοχής 90% η βιομηχανία προϊόντων ζύμης και αρτοσκευασμάτων Baker Master, με συμμετοχή 40% η εταιρεία εμπορίας και επεξεργασίας αλιευμάτων

Genfroco, με 70% η ιδιωτική κεφαλαιουχική εταιρεία Bonora και με 90,5% η εταιρεία επενδύσεων και επενδυτικών υπηρεσιών ANIKA.

Η είσοδος σε ακόμα μια βιομηχανική δραστηριότητα για τη Σκλαβενίτης προφανώς κινείται στην κατεύθυνση της «καθετοποίησης» της παραγωγής και δη στον εμπλουτισμό του κωδικολογίου με «επώνυμες» premium σειρές προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας. Η απόφαση της επέκτασης της γκάμας των προϊόντων και στην κατηγορία του κρέατος προφανώς ενισχύθηκε και από το γεγονός ότι πλέον η αλυσίδα μετρά ένα πανελλαδικό δίκτυο με 522 σημεία (Σκλαβενίτης, Χαλκιαδάκης, The Mart) μετά και την εξαγορά του δικτύου της πρώην Μαρινόπουλος.

Η φιλοσοφία της οικογένειας Σκλαβενίτη πηγαίνει ένα βήμα πιο πέρα την τάση που επικρατεί στον ανταγωνισμό, δηλαδή στη σύναψη συνεργασιών μεγάλων αλυσίδων με τοπικούς παραγωγούς και βιομηχανίες για την παραγωγή των own label κωδικών.

Παράλληλα, διεύρυνε το φάσμα των πρόσθετων υπηρεσιών που παρέχει στα υπέρ μάρκετ, δημιουργώντας 3 εστιατόρια, 61 τμήματα αρτοζαχαροπλαστικής, 34 αίθρια με τραπεζοκαθίσματα και 25 παιδότοπους σε όλη την Ελλάδα. Με τις ενέργειες αυτές, εξασφάλισε πρόσθετες προϋποθέσεις, ώστε οι μεγάλες σάλες του δικτύου να αποκτήσουν ταχύτερους ρυθμούς ανάπτυξης.

Ταυτόχρονα το 2020-2021 σχεδιάζεται η δημιουργία logistic center άνω των 100.000 τ.μ. στην Αττική. Η εταιρεία αναζητά λύσεις ανεφοδιασμού, με τη δημιουργία νέου διαμετακομιστικού κέντρου. Απώτερος στόχος είναι η αναδιοργάνωση της εφοδιαστικής αλυσίδας, που αυτή τη στιγμή είναι διάσπαρτη.

Από την άλλη στον τομέα της εκπαίδευσης έχοντας ως βασικό άξονα τον άνθρωπο, πραγματοποίησε περισσότερες από 14.000 ώρες εκπαίδευσης τα τελευταία χρόνια, αξιοποιώντας το ειδικό πρόγραμμα συνεχούς ανάπτυξης εργαζομένων, το οποίο περιλαμβάνει σεμινάρια εκπαίδευσης ανά τομέα και θέση. Στόχος της είναι η υιοθέτηση μίας κοινής προσέγγισης σε ό,τι αφορά τη λειτουργία του συνόλου των καταστημάτων, ώστε οι πελάτες να απολαμβάνουν σε όλα τα καταστήματα ανά την Ελλάδα και την Κύπρο άριστη εξυπηρέτηση.

Η διοίκηση της εταιρείας το πρώτο εξάμηνο του 2018 αποφάσισε την επέκταση του και στον χώρο της εκπαίδευσης. Συγκεκριμένα η επέκταση του σκοπού της εταιρείας αφορά στην:

- Ίδρυση, οργάνωση και λειτουργία Σχολών και Κέντρων Δια Βίου Μάθησης (επιπέδου ένα και δύο) επαγγελματιών σχετιζόμενων με το Λιανικό Εμπόριο.
- Έκδοση, διακίνηση και εμπορία βιβλίων, φυλλαδίων, περιοδικών και εκπαιδευτικών βοηθημάτων.
- Διοργάνωση πάσης φύσεως, εκπαιδευτικών σεμιναρίων, ημερίδων, συνεδρίων καθώς και τον σχεδιασμό, υλοποίηση και διαχείριση εκπαιδευτικών προγραμμάτων που απευθύνονται σε εργοδότες, αυτοαπασχολούμενους, εργαζόμενους και άνεργους.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης παραμένει πιστή στην εμπορική πολιτική της, η οποία βασίζεται σε τρεις άξονες: Στη διασφάλιση της προώθησης στην αγορά ποιοτικών προϊόντων, στην έμφαση την οποία δίνει στο ζήτημα της ανταγωνιστικότητας, επιμένοντας στις χαμηλές τιμές και στο φιλικό προς τον καταναλωτή σέρβις, το οποίο έχει συμβάλλει σημαντικά στη διατήρηση της πιστότητας των πελατών σε πολύ υψηλό επίπεδο.

Ακόμα τα προηγούμενα χρόνια όπως προαναφέρθηκε, μεταξύ των σημαντικότερων επενδυτικών κινήσεων του ομίλου Σκλαβενίτης περιλαμβάνεται η εξαγορά της αλυσίδας χονδρικής πώλησης Makro, με 13 καταστήματα χονδρικής σε όλη την Ελλάδα, η οποία μετονομάστηκε σε The Mart. Επιπλέον, ο όμιλος διεύρυνε ακόμη περισσότερο την παρουσία του εκτός Αθηνών, και συγκεκριμένα στην αγορά της Κρήτης, προχωρώντας σε συμφωνία εξαγοράς ποσοστού 60% του συνόλου των μετοχών της Χαλκιαδάκης ΑΕ.

Οι επενδυτικές κινήσεις, μέρος του συνολικού στρατηγικού πλάνου ανάπτυξης του ομίλου, οδήγησαν στη συνεχή καταγραφή θετικών αποτελεσμάτων. Δύο χρόνια μετά από το εγχείρημα της ενοποίησης και επαναλειτουργίας του δικτύου της Μαρινόπουλος, επιβεβαιώνεται ένα επιτυχημένο και εντός των στόχων επενδυτικό πλάνο το οποίο, παρά τον έντονο ανταγωνισμό και το δύσκολο οικονομικό περιβάλλον, απέφερε πολύ ικανοποιητικά αποτελέσματα, με τον συνολικό κύκλο εργασιών για το 2018 να έχει προσεγγίσει τα 3 δισ. ευρώ. Πρόκειται για επίδοση, η οποία αναμένεται να συνεχισθεί με μεγαλύτερη ένταση τα επόμενα δύο χρόνια, έχοντας ήδη φέρει τον όμιλο στην πρώτη θέση της οργανωμένης λιανικής, από πλευράς εσόδων.

Για τη σταδιακή μετάβαση της σε μία νέα ψηφιακή εποχή η εταιρεία Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης προχώρησε στην εξαγορά της ηλεκτρονικής πλατφόρμας caremarket.gr από την εταιρεία YODA A.E. στις αρχές του 2020. Οι πελάτες του caremarket.gr θα αποκτήσουν σταδιακά πρόσβαση σε ένα διευρυμένο κωδικολόγιο προϊόντων της Σκλαβενίτης. Η πλήρης ενσωμάτωση της πλατφόρμας στην επιχείρηση θα πραγματοποιηθεί σε σύντομο χρονικό διάστημα, όταν η Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης εναρμονίσει τη λειτουργία της caremarket.gr με το μοντέλο εμπορικής λειτουργίας και φιλοσοφίας που εφαρμόζει σε κάθε σημείο επαφής με τους πελάτες της. Η Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης θα απορροφήσει το σύνολο των 50 εργαζομένων της caremarket.gr και μακροπρόθεσμα σχεδιάζει να ενισχύσει τις υπηρεσίες logistics της πλατφόρμας, δημιουργώντας περαιτέρω σημεία διανομής των προϊόντων για τις ηλεκτρονικές αγορές.

Η Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης θέτοντας σταθερά σε προτεραιότητα τη βέλτιστη εξυπηρέτηση των καταναλωτών, στοχεύει να ενισχύσει τις παρεχόμενες υπηρεσίες, πάντα με βάση το μοντέλο εμπορικής λειτουργίας και φιλοσοφίας της. Η συγκεκριμένη συμφωνία αποτελεί το πρώτο βήμα της, προς τη δημιουργία ηλεκτρονικής πλατφόρμας, ώστε όλοι οι καταναλωτές να μπορούν να βρίσκουν και σε online περιβάλλον μία ευρεία ποικιλία προϊόντων σε τιμές «τόσο φθηνά όσο πουθενά» και την «άριστη ποιότητα Σκλαβενίτης» σύμφωνα με τα σλόγκαν της εταιρίας.

4.4 SWOT Analysis Υπεραγορών Σκλαβενίτη

Η ανάλυση του εξωτερικού και εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης την καθοδηγεί στη δημιουργία της SWOT Analysis. Η μελέτη του εσωτερικού περιβάλλοντος φανερώνει μια σειρά από δυνάμεις και αδυναμίες. Όμοια, η μελέτη του εξωτερικού περιβάλλοντος μας αποκαλύπτει τόσο δυνητικές ευκαιρίες όσο και πιθανές απειλές. Αναφορικά με την εταιρία Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτη η SWOT Analysis παρουσιάζεται παρακάτω.

Πίνακας 5: SWOT Analysis Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης

<u>Δυνάμεις</u>	<u>Αδυναμίες</u>
Μεγάλη γκάμα προϊόντων	Δανεισμός
Brand name	Θεωρείται ακριβό super market
Ποιότητα προϊόντων	
Σχέση εμπιστοσύνης με τους προμηθευτές	
Κοινωνική ευθύνη	

<u>Ευκαιρίες</u>	<u>Απειλές</u>
Ανάπτυξη μέσω franchising	Ύφεση
Ανάπτυξη logistics	Ανταγωνισμός
Online Market	Εξωτερικός ανταγωνισμός
Υπηρεσίες Εξυπηρέτησης	

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Δυνάμεις

Μεγάλη γκάμα προϊόντων

Η Σκλαβενίτης διακρίνεται για τη μεγάλη γκάμα των προϊόντων της, τα οποία είναι εξειδικευμένα και καλύπτουν όλων των ειδών τις προτιμήσεις.

Brand name

Η Σκλαβενίτης έχει καταφέρει να δημιουργήσει ένα ισχυρό όνομα στο χώρο του εμπορίου και ιδιαίτερα στο χώρο των supermarket, να διαφοροποιηθεί από τους ανταγωνιστές και να εδραιωθεί στη συνείδηση των καταναλωτών. Με την μακροχρόνια πορεία της έχει επενδύσει στην παράδοση δημιουργώντας μία ισχυρή επωνυμία που της εξασφαλίζει την πιστότητα των πελατών και διαρκή μερίδια αγοράς. Η φήμη της εταιρίας είναι ισχυρή και της προσδίδει αξία που μεταφράζεται σε αφοσίωση των καταναλωτών στα προϊόντα της.

Ποιότητα προϊόντων

Η καλή ποιότητα των προϊόντων της εταιρείας είναι ένα ισχυρό πλεονέκτημα που προσδίδει κέρδος και αξία σε αυτήν. Έτσι έχει δημιουργηθεί σχέση εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές που τονίζεται διαρκώς και μέσω του σλόγκαν της «άριστη ποιότητα Σκλαβενίτης».

Σχέση εμπιστοσύνης με τους προμηθευτές

Η εταιρεία λόγω της ισχυρής θέσης της στην αγορά , έχει τη δυνατότητα να επιλέγει τους προμηθευτές της με γνώμονα την διασφάλιση της υψηλής ποιότητας των προϊόντων που διαθέτει. Κατά τη διάρκεια των χρόνων η μητρική πλέον εταιρεία Υπεραγορές Σκλαβενίτη έχει δημιουργήσει συνεργασίες με έμπιστους προμηθευτές που ανταποκρίνονται στη βιώσιμη ανάπτυξη κάτι που δεν έπρατταν οι ανταγωνιστές της που στη συνέχεια εξαγοράστηκαν.

Κοινωνική ευθύνη

Η μεγαλύτερη Ελληνικών συμφερόντων αλυσίδα λιανικής Σκλαβενίτης, παρότι χαρακτηρίζεται από χαμηλό προφίλ (δεν διαφημίζεται σχεδόν καθόλου, δεν επιδιώκει προβολή στα MME), εμφανίζει υψηλές επιδόσεις τόσο επιχειρηματικά, όσο και στον τομέα της κοινωνικής ευθύνης. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη της Σκλαβενίτης εκδηλώνεται τόσο απέναντι στο κοινωνικό σύνολο όσο και απέναντι στους χιλιάδες ικανοποιημένους εργαζόμενους σε αυτήν. Συνολικά, τα προγράμματα της αλυσίδας εστιάζουν στους εξής βασικούς άξονες: Περιβάλλον, Εργαζόμενοι, Προμηθευτές, Κοινωνικό Σύνολο.

Αδυναμίες

Δανεισμός

Για να υποστηριχθεί το πρωτοφανές εγχείρημα διάσωσης της Μαρινόπουλος, οι τράπεζες στάθηκαν «απλόχερες» τόσο σε χορήγηση νέων δανείων όσο και στις ρυθμίσεις του παλαιότερου δανεισμού της. Έτσι, για τις ανάγκες της νέας εταιρίας εκδόθηκε κοινοπρακτικό ομολογιακό ύψους 352 εκ. με εταιρική εγγύηση του Σκλαβενίτη (στις 31/12/17 υπήρχαν προσημειώσεις και υποθήκες επί ακινήτων ύψους 508,35 εκ.). Το επιτόκιο ορίστηκε σε Euribor +1,5%, με διάρκεια εξόφλησης 15 έτη, ενώ δόθηκε τετραετής περίοδος χάριτος. Η αποπληρωμή κατανέμεται σε 10 ισόποσες

ή άνισες δόσεις και προβλέπεται επίσης δόση balloon (στη λήξη) για το 70% του αρχικού κεφαλαίου. Για την αναδιάρθρωση του παλαιότερου δανεισμού, ύψους 189 εκ., προβλέπεται επίσης επιτόκιο Euribor +1,5%, διάρκεια 20 ετών και πενταετής περίοδος χάριτος. Η αποπληρωμή κατανέμεται σε 14 δόσεις με balloon για το 70% του αρχικού κεφαλαίου. Εάν όμως τότε διαπιστωθεί αδυναμία, Σκλαβενίτης και τράπεζες δεσμεύονται να προχωρήσουν σε αναχρηματοδότηση της δόσης με όρους αγοράς. Διευκόλυνση, όμως, δόθηκε και για τα δάνεια της Σκλαβενίτης, ύψους 55,8 εκ., που έληγαν το 2018, τα οποία μεταφέρθηκαν στον μακροπρόθεσμο δανεισμό.

Θεωρείται ακριβό super market

Παρά το γεγονός ότι ο Σκλαβενίτης κάνει συνεχείς προσπάθειες προσέγγισης του καταναλωτή με προσφορές, θεωρείται πως στα βασικά προϊόντα οι τιμές της είναι αυξημένες συγκριτικά με κάποιους ανταγωνιστές, εξαιρουμένων της ιδιωτικής ετικέτας.

Ευκαιρίες

Ανάπτυξη μέσω franchising

Ο Σκλαβενίτης χάρη στο ισχυρό Brand Name που κατέχει, την υψηλή τεχνογνωσία υποδομές και τις συνεργασίες που έχει αναπτύξει με προμηθευτές δημιουργεί συνεχώς νέες ευκαιρίες ανάπτυξης δικτύου των σημείων πώλησης. Αποτελεί δηλαδή μία ισχυρή επιλογή για συνεργασία τόσο για τους υφιστάμενους επιχειρηματίες του κλάδου όσο και για νέους επενδυτές. Μελλοντικά θα μπορούσε να το εκμεταλλευτεί.

Ανάπτυξη logistics

Λόγω του ότι ο ανεφοδιασμός των καταστημάτων του ομίλου Σκλαβενίτη γίνεται από πολλά και διαφορετικά σημεία βρίσκεται υπό εξέλιξη μεγάλη κλίμακας επένδυση, η οποία σχεδιάζει τη δημιουργία νέου logistics center 100.000 τμ στην Αττική κατά την περίοδο 2020-2021. Πάντως η εταιρία έχει ήδη προχωρήσει στην ενοποίηση των συστημάτων SAP των δύο δικτύων η οποία ολοκληρώθηκε το 2019.

Online Market

Από την Τρίτη 21 Ιανουαρίου 2020 το ηλεκτρονικό κατάστημα ης caremarket.gr έχει ενταχθεί στον Όμιλο Σκλαβενίτη, με στόχο τη σταδιακή μετάβαση του στην ψηφιακή

εποχή. Με την εξαγορά της πλατφόρμας caremarket.gr από την εταιρεία Yoda, ο όμιλος Σκλαβενίτης διευρύνει πλέον την παρουσία του στο κυβερνοχώρο και στο πεδίο των λιανικών πωλήσεων. Φυσικά είχε προηγηθεί η είσοδος στις διαδικτυακές πωλήσεις χονδρικής τον Φεβρουάριο του 2019, μέσω του λανσαρίσματος του πρώτου αποκλειστικά Business to Business ηλεκτρονικού καταστήματος από την The Mart, που αποτελεί τον βραχίονα της χονδρικής της Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτη.

Υπηρεσίες Εξυπηρέτησης

Η εταιρεία δημιουργώντας καινούργιες υπηρεσίες εξυπηρέτησης όπως την αποστολή στο σπίτι και την τηλεφωνική εξυπηρέτηση μπορεί να μάθει τις ανάγκες των καταναλωτών της. Έτσι μπορεί να εξελιχθεί η βάση δεδομένων των καταναλωτών.

Απειλές

Ύφεση

Η οικονομική κρίση έχει πλήξει την ελληνική αγορά και όλων των ειδών τις επιχειρήσεις διότι ακόμα η οικονομία της χώρας μας βρίσκεται σε ύφεση. Έτσι και στον τομέα των Super Market αυτή η κρίση μπορεί να μειώσει τον αριθμό των πιθανών πελατών, μειώνοντας και τα κέρδη της επιχείρησης.

Ανταγωνισμός

Στην αγορά κυριαρχεί έντονος ανταγωνισμός, ο οποίος ενισχύεται λόγω της διείσδυσης των προϊόντων της ιδιωτικής ετικέτας τα οποία διατίθενται σε χαμηλότερες τιμές σε σχέση με τα επώνυμα προϊόντα. Η συνεχής διείσδυση των προϊόντων αυτών στο λιανεμπόριο έχει ως αποτέλεσμα το μοίρασμα της καταναλωτικής αγοράς ανάμεσα στα brand και στα private προϊόντα. Σκοπός των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας είναι η κατάκτηση μεριδίου αγοράς, το οποίο προέρχεται από τις ήδη υπάρχουσες εταιρείες του κλάδου. Το γεγονός αυτό οδηγεί ,ειδικότερα τις μεγάλες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο, να προβούν σε ενίσχυση των ενεργειών προώθησης των προϊόντων τους με την πραγματοποίηση προσφορών και εκπτώσεων και με τη διαφημιστική προβολή αυτών.

Εξωτερικός ανταγωνισμός

Ο Εξωτερικός ανταγωνισμός στις ημέρες μας είναι ένα σημαντικό πρόβλημα που αντιμετωπίζουν πλέον όλες οι ελληνικές επιχειρήσεις. Έτσι και στον κλάδο των Super Market έχουν εμφανιστεί ανταγωνιστές π.χ. Lidl όπου μειώνουν σημαντικά τα μερίδια αγοράς λόγω των χαμηλών τιμών.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Την τελευταία δεκαετία και μετά το ξέσπασμα της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, οι ελληνικές επιχειρήσεις αντιμετώπισαν και συνεχίζουν να αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα βιωσιμότητας. Ο βαθμός ανταπόκρισης των επιχειρήσεων απέναντι στην ύφεση και η αύξηση του ανταγωνισμού σχετίζονται άμεσα με την διαφορετική προσέγγιση απέναντι στην επιχειρηματικότητα. Δεν είναι τυχαίο ότι επιχειρήσεις που στράφηκαν στην αύξηση της παραγωγικότητας, στο συνετό δανεισμό, στην εξωστρέφεια, στην αξιοποίηση των ανθρώπινων πόρων και στη δημιουργία εταιρικής κουλτούρας συνδεδεμένης με παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα κατάφεραν να ανταπεξέλθουν στην οικονομική κρίση.

Αιτία της πρωτοφανούς αυτής κατάστασης που επικράτησε μεταξύ άλλων χωρών και στην Ελλάδα ήταν η οικονομική μεγέθυνση που στηρίχθηκε στην γρήγορη πιστωτική επέκταση και το χαμηλό κόστος δανεισμού μετά την απελευθέρωση του χρηματοπιστωτικού συστήματος και την ένταξη της Ελλάδας στην Οικονομική και Νομισματική Ένωση (ONE) το 2001. Αντί για την ύπαρξη μεταρρυθμίσεων που θα ενίσχυαν την ανταγωνιστικότητα, υπήρξαν ισχυρές αντιδράσεις από οργανωμένα συμφέροντα, από την πλευρά τόσο των εργοδοτών όσο και των εργαζομένων που οδήγησαν στην κατακόρυφη αύξηση του κατά κεφαλήν ΑΕΠ της Ελλάδας, με αποτέλεσμα η χώρα να συνεχίσει να υστερεί σημαντικά έναντι των εταίρων της στη ζώνη του ευρώ σε διάφορους δείκτες διακυβέρνησης και διαρθρωτικής ανταγωνιστικότητας.

Η απότομη επιδείνωση του δημοσιονομικού περιβάλλοντος τη διετία 2008-2009, η επακόλουθη υποβάθμιση της πιστοληπτικής αξιολόγησης της χώρας και εκτόξευση των αποδόσεων των ομολόγων του Ελληνικού Δημοσίου οδήγησε στο να αποκλειστούν το Ελληνικό Δημόσιο και οι ελληνικές τράπεζες από τις διεθνείς αγορές κεφαλαίων και χρήματος. Η σημαντική εκροή καταθέσεων και οι ασφυκτικές συνθήκες ρευστότητας άσκησαν έντονες πιέσεις στον τραπεζικό τομέα. Το 2010 τέθηκε σε εφαρμογή το πρώτο πρόγραμμα οικονομικής προσαρμογής από την ΕΕ και το ΔΝΤ με σκοπό τη διόρθωση των ανισορροπιών, το 2012 το δεύτερο και το 2015 το τρίτο, το οποίο ολοκληρώθηκε το καλοκαίρι του 2018. Συμπερασματικά, για να ξεπεραστεί η ελληνική κρίση χρειάστηκαν οκτώ χρόνια, τρία προγράμματα

οικονομικής προσαρμογής, σημαντική αναδιάρθρωση του χρέους και τρεις γύροι ανακεφαλαιοποίησης των τραπεζών.

Στην τωρινή κατάσταση στο πεδίο της επιχειρηματικότητας ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού δραστηριοποιείται στο πλαίσιο της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας, αλλά ένα μεγαλύτερο στο πλαίσιο της επιχειρηματικότητας ανάγκης. Έτσι, ενώ υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες που έχουν γίνει αντιληπτές, οι λόγοι βιοπορισμού είναι κυριότερος προσδιοριστικός παράγοντας της ενασχόλησης με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα του σήμερα. Άλλωστε, οι προοπτικές εισοδήματος είναι ο πρώτιστος παράγοντας που ωθεί τους ανέργους να στραφούν στην επιχειρηματικότητα. Είναι γεγονός ότι στην Ελλάδα υπάρχει υψηλό επίπεδο επιχειρηματικής δραστηριοποίησης λόγω ανάγκης, σε αντίθεση με την επιχειρηματικότητα που ενεργοποιείται από τον εντοπισμό ευκαιριών.

Ανάμεσα στα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας στη χώρα μας βρίσκεται και ο υψηλός βαθμός χρήσης της τεχνολογίας, ενώ σε αρκετά μεγάλο επίπεδο συναντάμε την καινοτόμο επιχειρηματικότητα, και την εξωστρέφεια. Επιπρόσθετα, σε μεγάλο βαθμό, αν και χαμηλότερο, υπάρχουν επίδοξοι και νέοι επιχειρηματίες, ενώ σε ακόμα μικρότερο βαθμό υπάρχει επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων.

Στην παρούσα διπλωματική μελετήθηκε εκτενώς μία εταιρία που το όνομα της συνδέθηκε με τη μεγαλύτερη «διάσωση» στη νεότερη ελληνική επιχειρηματική ιστορία -αυτή της εταιρίας Μαρινόπουλος-, η Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης. Τα έσοδα του Ομίλου Σκλαβενίτη ξεπέρασαν τα 3 δισ. ευρώ το 2018 και αναμένεται να είναι ακόμα υψηλότερα στις Οικονομικές Καταστάσεις που σύντομα θα δημοσιοποιηθούν για το 2019.

Η θετική εικόνα της εταιρίας μεταφράζεται, σε έσοδα για το 2018 περί τα 2,35-2,4 δισ. ευρώ για την Σκλαβενίτης και σε ενοποιημένη βάση πάνω από 3 δισ. ευρώ. Σε επίπεδο ομίλου η Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης περιλάμβανε στη χρήση 2018, εκτός της μητρικής, και τις δραστηριότητες της The Mart, όπου η συμμετοχή της Σκλαβενίτης ανέρχεται στο 70%, καθώς και της Χαλκιάδακης Α.Ε., το ποσοστό συμμετοχής στην οποία κυμαίνεται στο 60%. Αναφορικά με το bottom line του ισολογισμού, η εταιρεία στο τελευταίο τρίμηνο του 2018 βρίσκονταν σε κερδοφόρα τροχιά, καθώς το πρώτο εννεάμηνο ήταν επιβαρυνμένο με ζημιές από το κομμάτι του δικτύου της πρώην Μαρινόπουλος, πριν την εξαγορά της.

Ταυτόχρονα, οι πωλήσεις σε μεγάλο τμήμα των καταστημάτων του πρώην δικτύου της Μαρινόπουλος βαίνουν συνεχώς αυξανόμενες, έχοντας ξεπεράσει τις επιδόσεις του 2014. Παράλληλα, η Σκλαβενίτης έχει μεγάλη απήχηση στην επαρχία, με την ανταπόκριση των καταναλωτών να είναι πιο ισχυρή στη Νότια Ελλάδα, ενώ θετική πορεία καταγράφεται και στον Βορρά, με τις επιδόσεις, ειδικά στη Θεσσαλονίκη, να είναι πέραν του αναμενομένου. Η περαιτέρω διεύρυνση της θέσης της Σκλαβενίτης στην περιφέρεια παραμένει προτεραιότητα, ωστόσο τα θετικά αποτελέσματα οφείλονται στην ανταγωνιστική τιμολογιακή πολιτική, την προσαρμογή στις ανάγκες κάθε περιοχής, όπως με τη δημιουργία διαφορετικών κωδικών που περιλαμβάνει και τοπικά προϊόντα, αλλά και την ολική ανακαίνιση των καταστημάτων.

Αναφορικά με την ανανέωση του δικτύου καταστημάτων της πρώην Μαρινόπουλος, μέχρι στιγμής έχει ολοκληρωθεί σε 190 σημεία, με τα κεφάλαια που έχουν απαιτηθεί να ξεπερνούν τα 50 εκατ. ευρώ. Η απόδοση των ανακαινισμένων καταστημάτων σε επίπεδο αύξησης της κίνησης υπολογίζεται κατά μέσο όρο σε περίπου 40%. Ταυτόχρονα με την οργανωτική δομή, στο επίκεντρο βρίσκεται και η βελτιστοποίηση των αποδόσεων στα κέντρα διανομής, με απώτερη προσδοκία της αλυσίδας να αποτελεί η συγκέντρωση των κέντρων logistics και δη αυτών που βρίσκονται στην περιοχή της Αττικής, project το οποίο τοποθετείται στο 2020-2021.

Τέλος, με την ολοκλήρωση της αναβάθμισης του δικτύου των φυσικών καταστημάτων της, η Σκλαβενίτης δρομολογεί την επέκτασή της και στον κυβερνοχώρο, με την εξαγορά της caremarket.gr το 2019 και την λειτουργία της υπηρεσίας εντός τους 2020.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

Γκαγκάτσιος, Ι. (2011). Οικονομία-Επιχειρήσεις. Καινοτομία-Επιχειρηματικότητα-Επιχειρήσεις. Αθήνα: Εκδόσεις ΥΠ.Ε.Π.Θ.

Ελληνικές Υπεραγορές Σκλαβενίτης Α.Ε.Ε. Ετήσιες Οικονομικές Καταστάσεις της 31^{ης} Δεκεμβρίου 2018 (σύμφωνα με τα Διεθνή Πρότυπα Χρηματοοικονομικής Πληροφόρησης).

Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2007). Τέταρτη έκθεση για την οικονομική και κοινωνική συνοχή, Αναπτυσσόμενες περιφέρειες, αναπτυσσόμενη Ευρώπη. Λουξεμβούργο.

ΙΝΕ ΓΣΕΕ (2011). Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα και την Ευρώπη το 2011, Αθήνα: Καμπύλη ΑΕΒΕ.

ΙΟΒΕ (2016). Επιχειρηματικότητα 2015-16: Κρίσιμη καμπή για την αναπτυξιακή δυναμική του επιχειρηματικού συστήματος. Νοέμβριος 2016.

Καραγιάννης, Η. & Μπακούρος, Ι. (2010). Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα Θεωρία-Πράξη. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Σοφία.

Κόκκινου, Α. (2015). Ευρωπαϊκές Επιχειρήσεις και Καινοτομική Επιχειρηματικότητα. Μια ανάλυση στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αθήνα: Εκδόσεις Κάλλιπος.

Κορρές, Γ. (2015). Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη. Αθήνα: Εκδόσεις Κάλλιπος.

Κορρές, Γ. & Τσομπάνογλου, Γ. (2004). Πολιτικές για την Απασχόληση στην Ελλάδα Μια Διαπεριφερειακή Ανάλυση, Επιθεώρηση Εργασιακών Σχέσεων, Νο 33, Αθήνα: Τυποεκδοτική.

Παπαδασκαλόπουλος, Α. & Χριστοφάκης, Μ. (2003). Ελληνική Περιφερειακή Πολιτική: διαχρονική εξέλιξη, ισχύον πλαίσιο και προοπτικές. Στο Θ. Σακελλαρόπουλος (επ.), Οικονομία και Πολιτική στη Σύγχρονη Ελλάδα, Τ. Α΄, 3^η έκδοση. Αθήνα: Εκδόσεις Διόνικος.

Πιτόσκα, Η. (2018). Η κρίση της Ελληνικής οικονομίας, Ακαδημαϊκές Σημειώσεις, ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας.

ΣΑΤΕ (2018). Ελλάδα: Μία στρατηγική ανάπτυξης για το μέλλον. Μάιος 2018.

SBA (2014). Ενημερωτικό Δελτίο SBA 2014, Επιχειρήσεις και Βιομηχανία Ελλάδας.

Τσακλόγλου, Π., Οικονομίδης, Γ. Παγουλάτος, Γ. Τριαντόπουλος, Χ. & Φιλίππου, Α. (2016). Ένα νέο Αναπτυξιακό Πρότυπο για την Ελληνική Οικονομία και η Μετάβαση σε αυτό. ΔιαΝΕΟσις Οργανισμός Έρευνας & Ανάλυσης, Απρίλιος, 2016.

Φάρδας, Μ. Κ. (2016). Η πολιτική επιχειρηματικότητας της ΕΕ στο πλαίσιο της στρατηγικής "Ευρώπη 2020": οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα (Master's thesis).

Χατζηκωνσταντίνου, Γ. & Γωνιάδης, Η. (2009). Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία. Από την ίδρυση στη Διοίκηση και την Επιβίωση της Νέας Επιχείρησης, Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.

Ξενόγλωσση

Alasia, A. (2003). The spatial variation of skills and local innovation capacity in OECD countries: Key issues and preliminary data analysis. TDS-OECD, Paris.

Branstad, P., Jackson, B., & Banerji, S. (2009). Rethink Your Strategy An Urgent Memo To the CEO. Ανακτήθηκε από: [http://www. strategyand. pwc. com/media/uploads/Rethink_Your_Strategy. pdf](http://www.strategyand.pwc.com/media/uploads/Rethink_Your_Strategy.pdf).

Chua, J. H., Chrisman, J. J., & Sharma, P. (1999). Defining the family business by behavior. *Entrepreneurship theory and practice*, 23(4), 19-39.

Drăcea, M. V., Dobre, R., & Cîrstea, C. A. (2014). Research and Development—A Key Component of the Europe 2020 Strategy. *Procedia Economics and Finance*, 16, 234-238.

Drucker, P. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.

Gaddam, S. (2007). A conceptual analysis of factors influencing entrepreneurship behavior and actions. *ICFAI Journal of Management Research*, 6(11), 46-63.

Gartner, W. B. (1988). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. *American journal of small business*, 12(4), 11-32.

Grossman, G. M., & Helpman, E. (1991). *Innovation and growth in the global economy*. MIT press.

Huisman, D. (1985). Entrepreneurship: Economic and cultural influences on the entrepreneurial climate. *European research*, 13(4), 10-17.

Kedaitis, V. & Kedaitiene, A. (2014). External dimension of the Europe 2020 strategy. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 700 – 709.

Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of economic Literature*, 35(1), 60-85.

Knight, F. H. (2012). *Risk, uncertainty and profit*. Courier Corporation.

Krugman, P. R. (1991). *Geography and trade*. MIT press.

Lapavitsas, C. (2008). Financialised capitalism: direct exploitation and periodic bubbles. Date of access June, 6, 2015.

Low, M. B., & MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of management*, 14(2), 139-161.

Morris, M. H. (1998). *Entrepreneurial Intensity: Subtitle Sustainable Advantages for Individuals, Organizations, and Societies*. Verenigde Staten: Greenwood Publishing Group.

Panageotou, S. A. (2012). *The Global Debt Minotaur: An Analysis of the Greek Financial Crisis*.

Papadaskalopoulos A., Korres, G. & Polychronopoulos, G. (2003). A Review on Theory and Evidence of Poverty, Growth and Inequality, *Journal of European Economy*, Volume 2, 1: 85- 114.

Rumelt, R. P. (2005). Theory, strategy, and entrepreneurship. In *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 11-32). Springer, Boston, MA.

Sarasvathy, S. D., Dew, N., Velamuri, S. R., & Venkataraman, S. (2003). Three views of entrepreneurial opportunity. In *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 141-160). Springer, Boston, MA.

Savas, M., M. (2012). Greece and the World Capitalist Crisis. *Journal of Socialist Theory*, 2-13.

Schumpeter, J. A. (1982). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle (1912/1934)*. Transaction Publishers.–1982.–January, 1, 244.

Singh, S. (1989). Personality characteristics, work values, and life styles of fast-and slow-progressing small-scale industrial entrepreneurs. *The Journal of social psychology*, 129(6), 801-805.

Stevenson, H. H., Roberts, M. J., & Grousbeck, H. I. (1989). *New Business Ventures and the Entrepreneur*, Homewood: IL. IL: Irwin.

Tassopoulos, A., Papadaskalopoulos, A., & Christofakis, M. (2003). The Innovation strategy in urban centres: The case of Attica Region of Greece through the Regional Development Planning. *Journal of European Economy*, 2(3), 3-8.

Timmons Jeffrey, A., & Stephen, S. (2004). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century*.

Ulrich, S., Rogovsky, N. & Lamotte, D. (2009). *Promoting Responsible and Sustainable Enterprise-Level Practices at Times of Crisis: A Guide for Policy Makers and Social Partners*. International Labour Organization.

Varoufakis, Y. (2011). *The global minotaur: America. The True Origins of the Financial Crisis and the Future of the World Economy—Economic Controversies* London: Zed Books.

Varoufakis, Y., Halevi, J., & Theocarakis, N. J. (2012). *Modern Political Economics: Making sense of the post-2008 world*. Routledge.

World Bank, (2010). *Doing Business 2010*. Washington. USA.