



ΑΤΕΙ ΗΠΕΙΡΟΥ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΟΥ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΒΡΟΥ ΟΙ ΑΠΟΨΕΙΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ

Σπουδάστρια: Μπαρμπούδη Βάγια - Μαρία

Επιβλέπων: Σωτηρόπουλος Ιωάννης, Καθηγητής

Πρέβεζα, 2017



ΑΤΕΙ ΗΠΕΙΡΟΥ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΟΥ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΒΡΟΥ
ΟΙ ΑΠΟΨΕΙΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ**

Σπουδάστρια: Μπαρμπούδη Βάγια - Μαρία

Επιβλέπων: Σωτηρόπουλος Ιωάννης, Καθηγητής

Πρέβεζα, 2017

**STUDY OF ENTREPRENEURSHIP
AND INNOVATION IN THE AREA OF
EVRO. – THE BUSINESSMEN’S OPINION**

Εγκρίθηκε από την τριμελή εξεταστική επιτροπή

Πρέβεζα, Ημερομηνία

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

1. Ονοματεπώνυμο, Υπογραφή
2. Ονοματεπώνυμο, Υπογραφή
3. Ονοματεπώνυμο, Υπογραφή

Ο Προϊστάμενος του Τμήματος

© Μπαρμπούδη Βάγια – Μαρία, 2017.

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Δήλωση μη λογοκλοπής

Δηλώνω υπεύθυνα και γνωρίζοντας τις κυρώσεις του Ν. 2121/1993 περί Πνευματικής Ιδιοκτησίας, ότι η παρούσα πτυχιακή εργασία είναι εξ 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.

Μπαρμπούδη, Βάγια – Μαρία

Υπογραφή

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Στο σημείο αυτό θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα Καθηγητή μου κ. Σωτηρόπουλο Ιωάννη, τόσο για την ευκαιρία και την δυνατότητα που μου έδωσε ώστε να ασχοληθώ με αυτό το ιδιαίτερα ενδιαφέρον θέμα, όσο και για τον πολύτιμο χρόνο που μου αφιέρωσε και την σημαντική βοήθεια και καθοδήγηση που μου παρείχε σε όλη τη διάρκεια της εργασίας μου.

Επίσης, ευχαριστώ όλους τους επιχειρηματίες που διέθεσαν χρόνο, ώστε να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο της έρευνας και ιδιαίτερα εκείνους που μου έδωσαν ακόμη περισσότερες πληροφορίες και εφόδια για την περάτωσή της.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η πτυχιακή αυτή εργασία διαπραγματεύεται το μείζον ζήτημα της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας στην περιοχή του Έβρου. Μια περιοχή που ανήκει στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης και αποτελεί το νομό που συνορεύει με τη Βουλγαρία στα βόρεια και την Τουρκία, ανατολικά.

Η επιλογή της συγκεκριμένης περιοχής είναι ιδιαίτερα σημαντική καθώς η γειτνίαση με τη Βουλγαρία και την Τουρκία, έχει επηρεάσει σημαντικά την επιχειρηματικότητα στην περιοχή, δεδομένου ότι κάτοικοι της περιοχής προτιμούν την αγορά των γειτονικών χωρών, αντί τις τοπικής.

Στην έρευνα έλαβαν μέρος εκατό διακεκριμένοι, στον τομέα τους, επιχειρηματίες της περιοχής. Για την καταγραφή των απόψεών τους αναφορικά με την υφιστάμενη κατάσταση, την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία σε αυτή την περιοχή, διανεμήθηκαν ερωτηματολόγια από τον Μάρτιο μέχρι και τον Αύγουστο 2017.

Οι απαντήσεις των επιχειρηματιών επεξεργάστηκαν με στατιστικά υπολογιστικά εργαλεία, όπως το πρόγραμμα υπολογιστικών φύλλων Excel και το στατιστικό πρόγραμμα SPSS, για την εξαγωγή συμπερασμάτων αναφορικά με το μέλλον της επιχειρηματικότητας στη συγκεκριμένη περιοχή.

Από την ανάλυση που πραγματοποιήθηκε προέκυψε ότι η καινοτομία με όποιο τρόπο μπορεί να συμπεριληφθεί σε κάθε κλάδο κύριας δραστηριότητας των επιχειρήσεων έχει θετικό αντίκτυπο στην επιχειρηματικότητα και στην οικονομία τόσο των ίδιων των επιχειρήσεων όσο και της τοπικής κοινωνίας.

ABSTRACT

This diploma thesis deals with the major issue of entrepreneurship and innovation in the region of Evros, which is an area belonging to the Region of East Macedonia and Thrace and is the county bordering Bulgaria to the north and Turkey to the east.

The choice of this region is particularly important as the proximity to Bulgaria and Turkey has significantly influenced entrepreneurship in the region, as local residents prefer the neighboring country market instead of the local one.

The survey was attended by a hundred distinguished businessmen in the area. In order to record their views on the current situation, entrepreneurship and innovation in this region, questionnaires were distributed from March to August 2017.

Enterprise responses were edited using statistical computing tools such as the Excel spreadsheet program and the SPSS statistical program to draw conclusions about the future of entrepreneurship in the region.

The analysis has shown that innovation in any way that can be included in each major business activity sector has a positive impact on entrepreneurship and on the economy of both business and local society.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	viii
ABSTRACT	ix
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	x

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

1. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	1
1.1. ΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΈΝΝΟΙΕΣ	1
1.2. ΟΡΙΣΜΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	2
1.3. ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΟΟΣΑ	4
1.4. ΕΙΔΗ ΚΑΙ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	4
1.5. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ	5
1.6. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	5
1.7. ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	6
1.8. ΕΝΔΟΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	6
1.9. ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	7
1.10. ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	8
1.11. ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	8

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

2. ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ	9
2.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ	9
2.2. ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ	9
2.3. ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ	10
2.4. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ ΓΙΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΟΣ	12
2.5. ΛΟΓΟΙ ΠΟΥ ΚΑΘΙΣΤΟΥΝ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ	12
2.6. ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	14
2.7. ΜΟΝΤΕΛΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ	14
2.8. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΜΙΑΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ	15
2.9. ΑΙΤΙΕΣ ΑΠΟΤΥΧΙΑΣ ΤΩΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΩΝ	16

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

3. ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	19
3.1. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΑΡΞΗ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	19
3.2. ΟΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	20
3.3. ΚΛΑΔΟΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	20
3.4. ΝΟΜΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	21

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

4. ΤΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ	24
4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	24
4.2. ΔΙΕΘΝΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΗ ΚΡΙΣΗ	26
4.3. ΤΟ ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ.....	27
4.4. ΤΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ	30
4.5. ΑΠΟΤΟΚΟΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ	36
4.5.1. Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ.....	36
4.5.2. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΧΡΕΟΥΣ 2010-2013.....	37

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

5.1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ.....	40
--	----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

6. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	48
6.1. ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ	48
6.2. ΣΠΟΥΔΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	48
6.3. ΦΥΛΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	49
6.4. ΗΛΙΚΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	50
6.5. ΚΛΑΔΟΣ ΚΥΡΙΑΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ.....	51
6.6. ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	52
6.7. ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	53
6.8. ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	54
6.9. ΧΡΗΣΗ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ.....	55

6.10. ΧΡΗΣΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ	55
6.11. ΥΠΟΒΟΛΗ ΠΡΟΤΑΣΗΣ ΣΕ ΚΑΠΟΙΟ ΑΠΟ ΤΑ ΕΠΙΔΟΤΟΥΜΕΝΑ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ	56

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7°

7. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	58
7.1. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	58
7.2. ΛΟΓΟΙ ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ.....	60
7.3. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΜΠΟΔΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	64
7.4. ΕΥΝΟΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ.....	65
7.5. ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΗΣ ΘΕΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	66
7.6. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΔΥΣΧΑΙΡΑΙΝΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ	67
7.7. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ	68
7.8. ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ	69
7.9. ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	70
7.10. ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	71

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8°

8. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	72
8.1. ΗΛΙΚΙΑ – ΦΥΛΟ	72
8.2. ΦΥΛΟ – ΣΠΟΥΔΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	72
8.3. ΗΛΙΚΙΑ – ΣΠΟΥΔΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	72
8.4. ΦΥΛΟ – ΛΟΓΟΙ ΑΣΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ.....	73
8.5. ΣΠΟΥΔΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ – ΛΟΓΟΙ ΑΣΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	74
8.6. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΔΡΑΣΕΩΝ – ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ	74
8.7. ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ - ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΔΡΑΣΕΩΝ	78

8.8. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΔΡΑΣΕΩΝ – «ΕΧΕΤΕ ΥΠΟΒΑΛΕΙ ΠΡΟΤΑΣΗ ΣΕ ΚΑΠΟΙΟ ΑΠΟ ΤΑ ΕΠΙΔΟΤΟΥΜΕΝΑ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ;»	83
---	----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9^ο

9. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	85
------------------------------------	----

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ	86
---	----

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	97
-------------------	----

1. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Το κεφάλαιο αυτό παρουσιάζει τις βασικές έννοιες γύρω από την επιχείρηση και την έννοια της επιχειρηματικότητας.

1.1. ΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΈΝΝΟΙΕΣ

Η επιχειρηματικότητα ή αλλιώς η επιχειρηματική πρωτοβουλία είναι ένας όρος που, ενώ χρησιμοποιείται σε υπερβολικό βαθμό στην καθομιλουμένη και στις αναλύσεις της λειτουργίας της επιχείρησης, δεν έχει μεριμνήσει για την ύπαρξη ενός ακριβούς πλαισίου κοινά αποδεκτό.

Σύμφωνα με τον Καραγιάννη (1999), ως *επιχειρηματική πρωτοβουλία* ή *επιχειρηματικότητα* νοείται ως ο άνθρωπος που επιχειρεί. Επίσης, ως *επιχειρηματίας* ορίζεται το πρόσωπο που απασχολείται επαγγελματικά με τις επιχειρήσεις, που φέρει την ευθύνη για την ίδρυση, τη λειτουργία και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης. Το ρήμα “επιχειρώ” σημαίνει επιδιώκω να κάνω κάτι καινούργιο. Απορίες όμως θα δημιουργηθούν σύμφωνα με το πιο ακριβώς είναι αυτό το καινούργιο που δεν μπορεί να πετύχει ή να φέρει εις πέρας ένας υπάλληλος όπως επίσης και ένας manager, παρά μόνο ένας επιχειρηματίας.

Κατ’ αρχάς, επιχειρηματικότητα είναι η δραστηριότητα του ατόμου που αναμφισβήτητα δεν μπορεί να αντικατασταθεί ολοκληρωτικά στην οικονομική ζωή από καμία παρεμφερή δραστηριότητα όπως για παράδειγμα αυτή του υπαλλήλου, μισθωτού διευθυντή και πολλά άλλα. Μετά την αποτυχία του λεγόμενου υπαρκτού σοσιαλισμού, είναι μια αναντικατάστατη λειτουργία που μπορεί να ασκηθεί από φυσικά πρόσωπα και στο καθεστώς της ελεύθερης αγοράς. (Δ. Καραγιάννης 1999)

Σύμφωνα με τον οικονομολόγο Edith Penrose (1959), «*Η επιχειρηματικότητα είναι μια ιδιαίτερα δυσδιάκριτη έννοια, δύσκολα χωράει στο πλαίσιο μιας τυποποιημένης έρευνας, επειδή συνδέεται στενά με την ιδιοσυγκρασία και τα προσωπικά χαρακτηριστικά του κάθε ατόμου*».

Πιο συγκεκριμένα, με τον όρο επιχειρηματικότητα (entrepreneurship), κατά κύριο λόγο, χαρακτηρίζουμε την νοοτροπία, που καθορίζει το σύνολο των δραστηριοτήτων ενός ατόμου ή μιας οργανωμένης ομάδας ατόμων, η οποία σχετίζεται με την αναγνώριση των ευκαιριών που υπάρχουν για είσπραξη πρωτοβουλιών, αλλά και την προσπάθεια μετατροπής των πρωτοβουλιών αυτών με αποτέλεσμα το κέρδος στον οικονομικό τομέα. Χαρακτηριστικά που σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα είναι οι αυτόβουλες πράξεις, η πρωτοτυπία, η υπεροχή, και ο έλεγχος, που συμβάλλουν στην είσοδο μίας καινούργιας επιχείρησης στην αγορά εργασίας ή στη δημιουργία προόδου μιας ήδη υπάρχουσας θέσης μίας επιχείρησης (Piperopoulos & Piperopoulos, 2010).

Η επιχειρηματικότητα έχει άμεση σχέση με τους ανθρώπους, τις προτιμήσεις τους και τις πράξεις που πραγματοποιούν όταν ιδρύουν, εξαγοράζουν ή διευθύνουν μια επιχείρηση ή όταν αποφασίζουν στρατηγικά και μεθοδικά το επόμενο βήμα της. Οι Επιχειρηματίες είναι αυτοί που προβαίνουν σε όλες αυτές τις ενέργειες και παρόλο που αποτελούν μια ανόμοια ομάδα, έχουν πολλά κοινά χαρακτηριστικά επιχειρηματικής συμπεριφοράς, στα οποία εμπεριέχεται η ετοιμότητα για ανάληψη κινδύνων και η επιθυμία για ανεξαρτησία, το να “πατήσει” δηλαδή πιο απλά κάποιος στα “πόδια του” (Κώστογλου & Σιακάς, 2012).

1.2. ΟΡΙΣΜΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Ο Gartner (1988) ήταν από τους πρώτους που επεσήμαναν ότι η έρευνα της επιχειρηματικότητας, που είχε επικεντρωθεί στο «ποιος είναι ο επιχειρηματίας», χρειαζόταν να επικεντρωθεί περισσότερο στην ίδρυση μιας επιχείρησης, δηλαδή στο «τι πράττει ένας επιχειρηματίας». Έτσι, σύμφωνα με τη συμπεριφοριστική θεώρηση του Gartner, η επιχειρηματικότητα είναι το φαινόμενο ίδρυσης μιας επιχείρησης (επίσης Vesper 1980, Low και MacMillan 1988). Ο επιχειρηματίας δηλαδή είναι ρόλος τον οποίο μπορεί να αναλάβει κάθε άνθρωπος για ένα διάστημα της ζωής του. Η σημαντική συμβολή του Gartner έγκειται στην επισήμανση ότι η επιχειρηματικότητα τελειώνει ως φαινόμενο, άρα και ο αντίστοιχος ρόλος του επιχειρηματία, όταν η νέα επιχείρηση αποκτήσει μερίδιο και εγκατασταθεί στην αγορά. Συνεπώς, η επιχειρηματικότητα σύμφωνα με το ρεύμα αυτό νοείται ως διαδικασία (Moroz and Hindle, 2012). Παρ' όλα αυτά, η θεώρηση της επιχειρηματικότητας ως διαδικασίας και η μελέτη της με βάση την επιχείρηση δεν είναι πολλές φορές επαρκής. Οι

Bruyat και Julien (2001), για παράδειγμα, υιοθέτησαν το ζεύγος “επιχειρηματίας & επιχείρηση” ως μονάδα μελέτης του φαινομένου της επιχειρηματικότητας. Σήμερα, οι περισσότεροι μελετητές της επιχειρηματικότητας ακολουθούν τη θεώρηση των Shane και Venkataraman (2000) η οποία νοεί την επιχειρηματικότητα ως διακριτό πεδίο μελέτης το οποίο περιλαμβάνει: ένα σύνολο επιχειρηματικών ευκαιριών στην αγορά, ένα ανθρώπινο δυναμικό το οποίο επιθυμεί να αξιοποιήσει τις ευκαιρίες αυτές αλλά και μια διαδικασία ανακάλυψης και αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών.

Με βάση το προϊόν, ο Timmons (1994) ορίζει την επιχειρηματικότητα ως τη δημιουργία πράγματος ή υπηρεσίας που έχει αξία από το πρακτικά “τίποτα”. Η «αξία» που αναφέρει ο Timmons είναι φυσικά η οικονομική αξία, η οποία καθορίζεται από την τιμή, και το «τίποτα» υποδηλώνει ότι όλα τα απαραίτητα μέσα ή οι διαδικασίες παραγωγής του προϊόντος μπορεί μεν να υπάρχουν, αλλά σε μορφή η οποία δεν είναι οργανωμένη ώστε να τροφοδοτήσει συστηματικά με προϊόν μια αγορά.

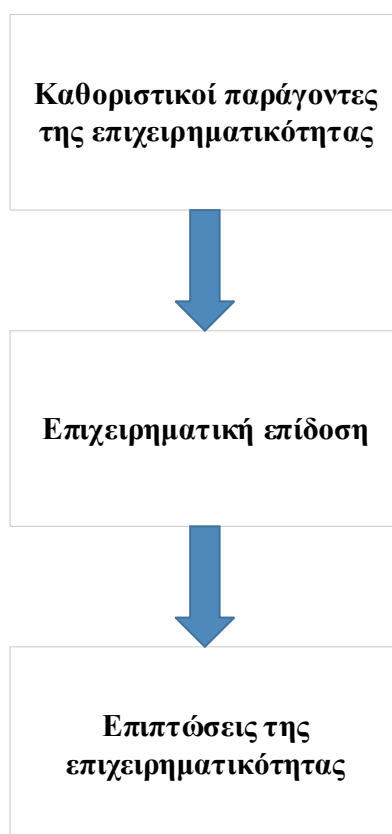
Ο Drucker (1985) ορίζει την επιχειρηματικότητα ως πράξη καινοτομίας. Χαρακτηριστικά αναφέρει πως “δεν αποτελεί επιχειρηματικότητα η ίδρυση μιας οποιασδήποτε νέας εταιρείας η οποία θα κάνει ό,τι περίπου κάνουν και άλλες παρόμοιες εταιρείες της αγοράς”. Επιχειρηματικότητα αποτελεί η ίδρυση εταιρείας η οποία εισάγει καινούριο προϊόν ή υπηρεσία το οποίο διαταράσσει την αγορά σύμφωνα με τη θεώρηση του Schumpeter περί καινοτομίας στη δεκαετία του ‘30.

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

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

1.3. ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΟΟΣΑ

Το πλαίσιο του Οργανισμού για την Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη (ΟΟΣΑ) αποτελείται από τρία μέρη. Πρώτον, στηρίζεται στην υπόθεση ότι υπάρχει μια σειρά από «καθοριστικούς παράγοντες της επιχειρηματικότητας» τους οποίους μπορεί να επηρεάσει η δημόσια πολιτική. Αυτοί, με τη σειρά τους, έχουν ως αποτέλεσμα την επιχειρηματική επίδοση, η οποία προσδιορίζει τις επιπτώσεις της επιχειρηματικής πολιτικής.



1.4. ΕΙΔΗ ΚΑΙ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η επιχειρηματικότητα μπορεί να διακριθεί σε διάφορα είδη ανάλογα με το σκοπό της και τον τρόπο που στοχεύει να αντλήσει αξία από την αγορά (επιχειρηματικό μοντέλο). Στην ενότητα αυτή θα αναφερθούμε σύντομα στην επιχειρηματικότητα καινοτομίας, στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, στη δημόσια επιχειρηματικότητα και στην ενδοεπιχειρηματικότητα ως βασικές, σύγχρονες μορφές του επιχειρείν.

1.5. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Η μορφή αυτή τονίζει την καινοτομία για να διαφοροποιηθεί από την επιχειρηματικότητα ανάγκης και την αυτοαπασχόληση. Η παράμετρος που διαχωρίζει τις δύο αυτές μορφές αφορά στο κόστος ευκαιρίας. Ως κόστος ευκαιρίας εννοούμε την εναλλακτική αξιοποίηση κεφαλαίου (ή εργασιακού χρόνου) όταν αυτό δεν τοποθετηθεί σε συγκεκριμένη επιχειρηματική ευκαιρία. Το κόστος μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας ποικίλλει από άτομο σε άτομο ανάλογα με τις εναλλακτικές δραστηριότητες και προοπτικές που έχει ο καθένας.

Είναι λοιπόν φανερό ότι σε περιόδους οικονομικής ύφεσης και υψηλής ανεργίας, ή σε σχετικά ασθενείς οικονομικά χώρες, οι πολίτες ανακαλύπτουν επιχειρηματικές «ευκαιρίες» χαμηλής ανταπόδοσης τις οποίες αξιοποιούν διότι το κόστος των ευκαιριών αυτών είναι ελάχιστο.

Η επιχειρηματικότητα καινοτομίας εστιάζει σε επιχειρηματικές ευκαιρίες υψηλής οικονομικής προσδοκίας αξιοποιώντας γνώσεις, επιχειρηματικό σχεδιασμό και τάσεις της αγοράς. Για το λόγο αυτό χαρακτηρίζεται πολλές φορές και ως επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης.

1.6. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Στην κοινωνική επιχειρηματικότητα η έννοια της «αξίας», που χρησιμοποιεί ο Timmons, δεν είναι μόνο οικονομική αλλά και κοινωνική. Συνεπώς, σκοπός του κοινωνικού επιχειρηματία είναι να αντιμετωπίσει, μέσω της δραστηριότητάς του, κάποια κοινωνική ανάγκη. Αυτή λοιπόν η κοινωνική ανάγκη, ή το κοινωνικό πρόβλημα, είναι που καθορίζει την αποστολή της επιχείρησης ενώ το κίνητρο του κοινωνικού επιχειρηματία είναι η οριστική ικανοποίησή της. Τα συνήθη μέσα που χρησιμοποιεί ο κοινωνικός επιχειρηματίας είναι τα κέρδη από τις πωλήσεις των προϊόντων του, χορηγίες, δωρεές, όπως και συνεργασίες με φορείς ή άλλες μη-κερδοσκοπικές επιχειρήσεις.

1.7. ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η έννοια της δημόσιας επιχειρηματικότητας αφορά σε δημόσιους οργανισμούς και εισήχθη από τον Drucker (1985). Σύμφωνα με τον Drucker, “οι δημόσιοι φορείς πρέπει να λειτουργούν επιχειρηματικά όπως οι εταιρείες, ίσως και περισσότερο”. Ο συγγραφέας παρατηρεί ότι οι δημόσιοι φορείς επωμίζονται σκοπούς ηθικής φύσεως τους οποίους δύσκολα ικανοποιούν, συν τω χρόνω, λόγω των εξελίξεων. Μόνο οι οργανισμοί που είναι σε θέση να καινοτομήσουν θα μπορούν να εξυπηρετούν καλύτερα την αποστολή τους. Η διαδικασία αυτή είναι ανάλογη με αυτή των επιχειρήσεων και συχνά αναφέρεται ο όρος «ψευδο-αγορά» για τις ανάγκες τις οποίες καλύπτουν οι δημόσιοι οργανισμοί. Ωστόσο, η δημόσια επιχειρηματικότητα παραμένει στα σπάργανα καθώς δεν είναι ακόμα πέρα για πέρα σαφές το περιεχόμενό της.

Ως γνήσιος υποστηρικτής της Σουμπετεριανής καινοτομίας, ο Drucker προτείνει την καινοτομία ως μόνη λύση ακόμα και για τους παραδοσιακούς οργανισμούς παρά το όποιο ρίσκο συνεπάγεται η υιοθέτησή της. Στις μέχρι σήμερα αναζητήσεις γύρω από την έννοια αυτή συναντάμε συσχετίσεις είτε με την κοινωνική επιχειρηματικότητα, που ήδη αναφέραμε, είτε με την ενδοεπιχειρηματικότητα στην οποία θα αναφερθούμε αμέσως.

1.8. ΕΝΔΟΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η ενδοεπιχειρηματικότητα (ή επιχειρηματικό μάνατζμεντ) αφορά σε μεγάλες εταιρείες και οργανισμούς οι οποίοι ακολουθούν επιχειρηματικές ευκαιρίες. Οι Stevenson και Jarillo (1990) επισημαίνουν ότι η ενδοεπιχειρηματικότητα επεκτείνει το επιχειρείν από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στις μεγάλες, καλύπτοντας όλο το φάσμα των εταιρειών. Ως μορφή οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων είναι πολύ νέα και απαντάται μόνο σε μερικές, συνήθως καινοτόμες, εταιρείες (π.χ. 3M, Apple, Intel κ.ά.). Οι Stevenson και Jarillo (1990) επισημαίνουν ότι η επιχειρηματική ευκαιρία ενοποιεί την επιχειρηματικότητα των μεμονωμένων ατόμων και των επιχειρήσεων, θεωρώντας τις τελευταίες ως οντότητες (οργανισμούς) που μπορούν να επιλέξουν να δραστηριοποιηθούν όμοια με τους συνήθεις επιχειρηματίες (αναφέρεται ο όρος «επιχειρηματική εταιρεία»). Η ανάπτυξη εταιρικών συνεργατικών δικτύων καινοτομίας, ανοιχτών καινοτομιών ή άλλων κοινών προσπαθειών

είναι σύγχρονα φαινόμενα που θα καταδείξουν τις δυνατότητες της νέας αυτής οργάνωσης των επιχειρήσεων.

Μια πιο εμπειριστατωμένη περιγραφή της ενδοεπιχειρηματικότητας ως διαδικασίας που δεν αφορά στον πυρήνα μιας μεγάλης εταιρείας, δίνουν οι Antončič και Hisrich (2003). Ως ενδοεπιχειρηματικότητα, οι συγγραφείς περιλαμβάνουν τουλάχιστον οκτώ διαδικασίες στο εσωτερικό μεγάλων εταιρειών:

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

Συνεπώς, η επιχειρηματική οργάνωση και διοίκηση μιας εταιρείας στοχεύει στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση των εργαζομένων της. Σε μια δηλαδή εκ της βάσης (bottom-up) διαδικασία ανακάλυψης και αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών. Η διοίκηση της επιχείρησης (top-management) παραλαμβάνει, αξιολογεί και αποφασίζει ποιες από τις επιχειρηματικές προτάσεις των εργαζομένων θα γίνουν δεκτές προστατεύοντας παράλληλα τις επενδύσεις των μετόχων της εταιρείας.

1.9. ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και ειδικότερα για να εισαχθούν νεανικές και φρέσκιες ιδέες ενισχύεται η επιχειρηματικότητα των νέων μέσω προγραμμάτων που προσδοκούν στην ανάπτυξη και προώθηση της επιχειρηματικότητας. Τα προγράμματα αυτά γίνονται μέσα από χρηματοδοτική υποστήριξη για τη δημιουργία νέων και βιώσιμων επιχειρήσεων.

1.10. ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η γυναίκα επιχειρηματίας αποτελεί, σήμερα πλέον αναπόσπαστο κομμάτι, τόσο του επιχειρηματικού κόσμου, όσο και γενικότερα της εθνικής οικονομίας, που μάλιστα συμβάλλει σε σημαντικό βαθμό και στην ανάπτυξή της.

1.11. ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η ανάγκη για την προστασία του περιβάλλοντος και η ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας με φιλική αντιμετώπιση προς το περιβάλλον μας έχει οδηγήσει στην πράσινη επιχειρηματικότητα. Έτσι ώστε η ανάπτυξη του σήμερα να μην γίνεται εις βάρος του αύριο.

2. ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Το κεφάλαιο αυτό παρουσιάζει τις βασικές έννοιες γύρω από την καινοτομία.

2.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Στις μέρες μας, η Καινοτομία κατέχει κυρίαρχο ρόλο, καθώς οδηγεί στην οικονομική ανάπτυξη τους οικονομικούς οργανισμούς. Μέσω της καινοτομίας μία επιχείρηση μπορεί να ξεπερνάει τους ανταγωνιστές της, να βελτιώνεται και να κατοχυρώνει καίρια θέση στον κλάδο της. Οι καινοτομίες, δηλαδή που γίνονται μέσα σε ένα οργανισμό, πέρα από τις αλλαγές που προσφέρουν, αποτελούν τον βασικό πυρήνα για την ανταγωνιστικότητα του. Χαρακτηριστικοί παράγοντες της καινοτομίας αποτελούν η αβεβαιότητα και ο κίνδυνος, παράγοντες οι οποίοι προέρχονται τόσο από τις εσωτερικές, όσο και τις εξωτερικές αλλαγές που απαιτούνται σε έναν οργανισμό ώστε να υλοποιηθεί η καινοτομία. Οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις που συμβαίνουν σήμερα έχουν αναγάγει την καινοτομία σε αναγκαία πρακτική κάθε επιχείρησης που θέλει να έχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Ετυμολογικά η λέξη Καινοτομία προέρχεται από το συνδυασμό της λέξης καινός και τομή και της κατάληξης –ία που φανερώνει πράξη. Στα αρχαία ελληνικά το ρήμα Καινοτομώ σημαίνει «Ανοίγω νέους δρόμους».

2.2. ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Υπάρχουν αρκετοί ορισμοί που έχουν διατυπωθεί για την έννοια της Καινοτομίας. Όμως, κανένας ορισμός έως σήμερα δεν έχει καταφέρει να συλλάβει την Καινοτομία σε όλη της την έκταση, ίσως γιατί είναι μία έννοια πολύ πλατιά για να χωρέσει στα στενά πλαίσια ενός ορισμού.

Ενδεικτικά μερικοί ορισμοί, που έχουν ειπωθεί από ειδικούς, παρατίθενται παρακάτω.

Ο Peter Drucker, αναφέρει ότι «Καινοτομία είναι το ειδικό εργαλείο των επιχειρηματιών, μέσω του οποίου εκμεταλλεύονται την αλλαγή σαν μία ευκαιρία για μία διαφορετική δραστηριότητα ή υπηρεσία».

Το UK DTI Innovation Unit, το 1994, ορίζει ότι Καινοτομία «είναι η επιτυχής εκμετάλλευση των νέων ιδεών».

Van de Ven, το 1986, «Ανάπτυξη και εφαρμογή νέων ιδεών από τους ανθρώπους, οι οποίοι εμπλέκονται κατά την διάρκεια του χρόνου σε συναλλαγές με άλλους στο πλαίσιο μίας θεσμικής λειτουργίας».

«Οι επιχειρήσεις αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα όταν καινοτομούν. Προσεγγίζουν την καινοτομία με την ευρύτερη της έννοια υιοθετώντας, τόσο καινούριες τεχνολογίες, όσο και καινούριους τρόπους παραγωγής προϊόντων», δηλώνει για την Καινοτομία ο Michael Porter το 1990.

«Μία διαδικασία που ξεκινάει με μία εφεύρεση και ύστερα από την ανάπτυξή της, καταλήγει στην εισαγωγή ενός νέου προϊόντος, υπηρεσίας ή διαδικασίας στην αγορά», Acs & Audretsch, 1990.

Ο Tiddetal, το 1997, δηλώνει ότι «Η Καινοτομία είναι μία διαδικασία που μετατρέπει νέες ιδέες σε ευκαιρίες και τις ενσωματώνει σε πρακτικές που χρησιμοποιούνται ευρέως».

Το 1983, ο Rogers θεωρεί την Καινοτομία ως μία ιδέα, μία πρακτική ή ένα αντικείμενο που θεωρείται νέο από ένα άτομο ή κάποια μονάδα που την υιοθετεί.

2.3. ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Το φάσμα της καινοτομίας είναι ευρύ. Μια καινοτομία μπορεί να είναι:

Καινοτομία προϊόντος όταν αφορά το προϊόν της παραγωγής μιας εταιρείας. Με αυτό το είδος της καινοτόμου δράσης η επιχείρηση προσφέρει ένα νέο ή καλύτερο προϊόν που ικανοποιεί ορισμένες ανάγκες των καταναλωτών που μέχρι τότε δεν ικανοποιούνταν (π.χ. παράγει ένα απορρυπαντικό που δεν μολύνει τη φύση). Η ανάπτυξη νέων προϊόντων συνδέεται με:

- Αντικατάσταση προϊόντων.

- Βελτίωση ποιότητας.
- Διαφοροποίηση προϊόντος.
- Ανάπτυξη νέων αγορών.

Καινοτομία διαδικασίας παραγωγής όταν αφορά τους τρόπους και τα μέσα που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή του προϊόντος (τεχνολογίες πληροφορικής, νέες μορφές ενέργειας κ.λπ.). Η ανάπτυξη νέων μεθόδων παραγωγής έχει ως αποτέλεσμα την:

- Ευελιξία της παραγωγής, η οποία επιτρέπει τη γρήγορη προσαρμογή της επιχείρησης στις μεταβολές της αγοράς.
- Μείωση του κόστους (μείωση του κόστους εργασίας, εξοικονόμηση πρώτων υλών και ενέργειας κ.λπ.). Η εφαρμογή μιας νέας μεθόδου παραγωγής μικρότερου κόστους επιτρέπει την προσφορά του προϊόντος σε χαμηλότερη τιμή και την πώλησή του σε άτομα που πρώτα δε θα το αγόραζαν εξαιτίας της υψηλής τιμής του (π.χ. προσωπικοί υπολογιστές.).
- Προσαρμογή σε κανονισμούς / πρότυπα.
- Περιβαλλοντική προστασία.

Οργανωτική καινοτομία που αφορά στην χρησιμοποίηση μιας νέας ή βελτιωμένη οργάνωσης της επιχείρησης με μικρότερο κόστος (ευελιξία, συστήματα παράδοσης στη στιγμή, βελτιστοποίηση των αλυσίδων παραγωγής, παραγωγή σε δίκτυο κ.λπ.).

Η εμφάνιση νέων προϊόντων, μεθόδων ή υπηρεσιών μπορεί να γίνει σε όλους τους τομείς δραστηριοτήτων, παραδοσιακούς ή υψηλής τεχνολογίας, δημόσιους ή ιδιωτικούς, γεωργικούς, βιομηχανικούς ή υπηρεσιών. Όπως ήδη αναφέρθηκε, η καινοτομία δεν είναι κατ' ανάγκη συνώνυμη με την υψηλή τεχνολογία, διότι μεγάλος αριθμός καινοτομιών προκύπτει από νέους συνδυασμούς ή από νέες χρήσεις (γούόκμαν) ή ακόμα από τη δημιουργικότητα στο σχεδιασμό προϊόντων.

2.4. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ ΓΙΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΟΣ

Η ανταγωνιστικότητα εκφράζει το κατά πόσο το προϊόν μιας εταιρείας προτιμάται από τους καταναλωτές έναντι άλλων ανταγωνιστικών και εξασφαλίζει μερίδιο της αγοράς που επιτρέπει την επιβίωση και την ανάπτυξή της. Η ανταγωνιστικότητα ενός οποιουδήποτε προϊόντος εξαρτάται από το είδος του προϊόντος, την τιμή του, την ποιότητά του, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του, την εξυπηρέτηση μετά την πώληση, την έγκαιρη εξυπηρέτηση της αγοράς κ.ά. Με άλλα λόγια, για να είναι ανταγωνιστική μια επιχείρηση θα πρέπει ο συνδυασμός δύο ή περισσότερων από τις παραπάνω παραμέτρους να είναι καλύτερος από αυτόν που προσφέρουν οι ανταγωνιστές της ή να φαίνεται καλύτερος λόγω διαφήμισης, επωνυμίας κ.λπ.

Η ανταγωνιστικότητα εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την χρησιμοποιούμενη τεχνολογία. Για να κατορθώσει μια εταιρεία να προσφέρει κάτι διαφορετικό πρέπει να χρησιμοποιήσει νέα τεχνολογία ή να αξιοποιήσει υπάρχουσες τεχνολογίες με νέους τρόπους. Η διαφοροποίηση αυτή που αφορά τις τεχνολογικές ικανότητες μιας εταιρείας συνήθως επιτρέπει την απόκτηση και διατήρηση μακροπρόθεσμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Η διαφοροποίηση μπορεί να αφορά και τον τρόπο οργάνωσης, το μίγμα μάρκετινγκ της εταιρείας, την κατοχή συγκεκριμένων πόρων, το μέγεθος της εταιρείας κ.ά. Τα σχετικά πλεονεκτήματα όμως που προκύπτουν είναι συνήθως βραχυπρόθεσμα καθώς εύκολα αποτελούν αντικείμενο μίμησης.

2.5. ΛΟΓΟΙ ΠΟΥ ΚΑΘΙΣΤΟΥΝ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Η ανάγκη για καινοτομία υπαγορεύεται από παράγοντες όπως:

Οι τεχνολογικές βελτιώσεις. Η σύγχρονη τεχνολογία αναπτύσσεται με γρήγορο ρυθμό, συντομεύει το χρόνο που απαιτείται μεταξύ εφεύρεσης και εμπορικής εφαρμογής μιας νέας ιδέας και προσφέρει πάρα πολλές ευκαιρίες για καινοτομίες.

Οι ενέργειες των ανταγωνιστών. Η επιχείρηση που δεν καινοτομεί διακινδυνεύει να δει τις πωλήσεις της να μειώνονται και οι καταναλωτές να στρέφονται σ' ένα ανταγωνιστικό

προϊόν που ικανοποιεί την ίδια ανάγκη με το δικό της, αλλά καλύτερα, γρηγορότερα ή φθηνότερα.

Η επιθυμία καταπολέμησης των αδυναμιών της επιχείρησης. Έτσι τα νέα προϊόντα μπορεί να αναπτυχθούν: α) για να αντικαταστήσουν υπάρχοντα προϊόντα των οποίων οι πωλήσεις μειώνονται, β) προκειμένου να αυξήσουν την ταμειακή ροή έτσι ώστε να αντιμετωπισθούν αυξημένες δαπάνες σε άλλους τομείς και τέλος, γ) με στόχο την αύξηση της «παρουσίας» της επιχείρησης στα κανάλια διανομής έτσι ώστε να αντιμετωπισθούν ανταγωνιστικές ενέργειες.

Η προσπάθεια εκμετάλλευσης πλεονεκτημάτων που διαθέτει η επιχείρηση. Στην περίπτωση αυτή το νέο προϊόν αξιοποιεί τα δυνατά σημεία της επιχείρησης όπως είναι η επάνδρωσή της με ικανά και δημιουργικά στελέχη, η τεχνολογική της ικανότητα, η δυναμική παρουσία της στα κανάλια διανομής, η ύπαρξη ανεκμετάλλευτου ή εποχιακού παραγωγικού δυναμικού, το όνομα της επιχείρησης κ.ά.

Η στρατηγική της αγοράς (υπεράσπιση μεριδίου αγοράς, εγκατάσταση προγεφυρώματος σε αναπτυσσόμενη μελλοντική αγορά ή «κατάληψη» τμήματος της αγοράς πριν διεισδύσουν οι ανταγωνιστές της κ.λπ.).

Οι μεταβαλλόμενες κοινωνικό – οικονομικές συνθήκες και οι πολιτιστικές αξίες (δημογραφικά χαρακτηριστικά, κοινωνική σύνθεση πληθυσμού, κατά κεφαλή εισόδημα, μορφωτικό επίπεδο κ.λπ.).

Η εμφάνιση νέων αναγκών (για παράδειγμα τα κλιματιστικά μηχανήματα που καλύπτουν τις ανάγκες που προέκυψαν από τις καιρικές μεταβολές κ.λπ.).

Η ανάγκη αντιμετώπισης των πιέσεων που ασκούν στο κόστος παράγοντες όπως είναι η αύξηση στις τιμές των εισροών, η σπανιότητα κρίσιμων συντελεστών κ.λπ.

Η επέκταση της επιχείρησης με νέα προϊόντα σε άλλους κλάδους της αγοράς (εγχώριας και διεθνούς) με σκοπό την ανάπτυξη της επιχείρησης και την αύξηση των κερδών της.

2.6. ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Οι πετυχημένες καινοτομίες προϋποθέτουν:

Διαμόρφωση στρατηγικής ως προς τις κατευθύνσεις που θα επιδιώξει η επιχείρηση. Αυτές θα καθορίσουν τους στόχους, τα μέσα, τα πλαίσια μέσα στα οποία θα κινηθεί η προσπάθεια και τα κριτήρια έγκρισης ιδεών ή προτάσεων.

Δημιουργική σκέψη για την παραγωγή πραγματικά πρωτότυπων καινοτομιών.

Προγραμματισμό, ο οποίος θέτει τα πλαίσια μέσα στα οποία θα κινείται η δημιουργικότητα και ελέγχει τα «προϊόντα της δημιουργικής σκέψης ως προς την εφαρμοστικότητα τους (εμπορική βιωσιμότητα).

Σε μια μικρή επιχείρηση υπάρχει μεγαλύτερη ανάγκη μεθόδευσης στην καινοτομία διότι μία και μόνο αποτυχία μπορεί να την οδηγήσει σε χρεοκοπία. Η ταχύτερη ανάπτυξη της τεχνολογίας, που είναι ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά της σύγχρονης οικονομίας συχνά συμβαδίζει με την ίδρυση και ανάπτυξη σχετικά μικρών επιχειρήσεων γύρω από μια τεχνολογική καινοτομία, μερικές δε από αυτές σημειώνουν ιδιαίτερη επιτυχία. Από την άλλη μεριά η ανάγκη μεθοδικής ανάπτυξης και εισαγωγής νέων προϊόντων στην αγορά είναι απαραίτητα και στη μεγάλη επιχείρηση, η οποία συνήθως ασχολείται με μια γκάμα προϊόντων, διακινδυνεύει μεγαλύτερα κεφάλαια, έχει πιο πολύπλοκη και δυσκίνητη οργάνωση κ.λπ.

2.7. ΜΟΝΤΕΛΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Αυτό που διαφοροποιεί τα παρακάτω μοντέλα μεταξύ τους είναι το στοιχείο που κυριαρχεί στο κάθε ένα.

Η καινοτομία ως ενδοεπιχειρησιακή διαδικασία.

Η καινοτομία ως ενδοεπιχειρησιακή διαδικασία στηρίζεται στους μηχανισμούς αλληλεπίδρασης μεταξύ λειτουργιών και παραγόντων (συνεργασία τμημάτων, συμμετοχή των εργαζομένων στην οργανωτική καινοτομία κ.λπ.) και ακολουθεί τα εξής στάδια: α) εργαστηριακή έρευνα, β) χρηματοδότηση, γ) έρευνα αγοράς, δ) ανάπτυξη προϊόντος και ε) παραγωγή και διάθεση του προϊόντος στην αγορά.

Η καινοτομία στο ευρύτερο σύστημα θεσμών και οργάνων άσκησης πολιτικής.

Η καινοτομική δραστηριότητα αξιοποιεί πλεονεκτήματα που δημιουργούν τα δίκτυα που συνδέουν την επιχείρηση με το περιβάλλον της: πανεπιστημιακά εργαστήρια, δημόσια ινστιτούτα Έρευνας και Ανάπτυξης, τμήματα Έρευνας και Ανάπτυξης άλλων επιχειρήσεων, οργανισμοί μεταφοράς τεχνολογίας (τεχνολογικά πάρκα, τεχνολογικά δίκτυα, σύμβουλοι τεχνολογίας, κ.λπ.), συστήματα τεχνολογικής πληροφόρησης (τεχνικές βάσεις δεδομένων, πατέντες, πρότυπα κ.λπ.), οργανισμοί χρηματοδότησης (τράπεζες, venture capital κ.λπ.) και τέλος, κρατικά όργανα άσκησης πολιτικής (αναπτυξιακά κίνητρα κ.λπ.).

Η καινοτομία στο πλαίσιο βιομηχανικής συνοικίας.

Αναφερόμαστε στις ευνοϊκές προϋποθέσεις που δημιουργούνται για την καινοτομία από την ενίσχυση εταιρειών υπηρεσιών παραγωγής που ιδρύονται από ομάδες επιχειρήσεων, όπως εταιρείες έρευνας αγοράς, πληροφόρησης, εμπορικής προώθησης, προώθησης εξαγωγών κ.λπ. Επίσης, ευνοϊκές προϋποθέσεις δημιουργούνται και από την οργάνωση βιομηχανικών και τεχνολογικών πάρκων και τη μεγαλύτερη εγγύτητα των επιχειρήσεων που ενισχύουν τις τοπικές συσπειρώσεις και τη δημιουργία εξωτερικών οικονομιών.

Η καινοτομία σε ψηφιακό περιβάλλον

Οι νέες προοπτικές που δημιουργεί το διαδίκτυο (on line εργαλεία καινοτομίας, βάσεις δεδομένων κ.λπ.) ενισχύουν την καινοτομική δραστηριότητα των επιχειρήσεων.

2.8. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΜΙΑΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

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

- Η ύπαρξη πλεονεκτημάτων του νέου προϊόντος σε σχέση με αυτά τα προϊόντα που προσπαθεί να αντικαταστήσει (π.χ. ο στιγμιαίος καφές πρόσφερε σημαντική εξοικονόμηση χρόνου και προσπάθειας σε σχέση με τα προϋπάρχοντα είδη καφέ).
- Η μη σύγκρουση της καινοτομίας με τις τρέχουσες αξίες του καταναλωτικού κοινού.

- Η δυνατότητα δοκιμής του προϊόντος από τον καταναλωτή (για παράδειγμα, στα καταναλωτικά είδη προσφέρονται δείγματα) και διαπίστωση σε σχετικά εύλογο χρονικό διάστημα κατά πόσο το νέο προϊόν αποδίδει ό,τι υπόσχεται.
- Η ευκολία χρήσης που σημαίνει ότι η δυνατότητα χρήσης του συμβιβάζεται με τις γνώσεις και τις δυνατότητες των καταναλωτών στους οποίους απευθύνεται. (Βέβαια, υπάρχει και η περίπτωση το νέο προϊόν να αποτύχει για τον παραπάνω λόγο. Αυτό συμβαίνει όταν το προϊόν απευθύνεται σε αγοραστικό κοινό που προτιμά να ασχολείται με πολύπλοκα προϊόντα για λόγους τεχνικούς, προσωπικούς, επίδειξης κ.λπ.).

2.9. ΑΙΤΙΕΣ ΑΠΟΤΥΧΙΑΣ ΤΩΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΩΝ

Αναγνωρίζοντας την ανάγκη προσαρμογής στις αλλαγές του περιβάλλοντος, οι επιχειρήσεις επενδύουν τεράστια ποσά και αναπτύσσουν ένα μεγάλο αριθμό νέων προϊόντων και υπηρεσιών κάθε χρόνο. Όμως, παρά τη σημασία της καινοτομίας για την οικονομική ευρωστία μιας επιχείρησης, οι αριθμοί δείχνουν ότι η δραστηριότητα αυτή καταλήγει συχνά σε αποτυχία παρά σε επιτυχία. Η αποτυχία εκφρασμένη σε αποτυχημένες επενδύσεις, μείωση γοήτρου στην αγορά ή ψυχολογικές επιδράσεις στο προσωπικό έχει σοβαρές συνέπειες, για αυτό και έχει αναπτυχθεί ένα ζωνρό ενδιαφέρον για τον εντοπισμό και την καταπολέμηση των αιτιών του μεγάλου ποσοστού αποτυχίας και τη διαμόρφωση κατάλληλων μεθόδων για την αποτελεσματική προώθηση νέων προϊόντων.

Οι σημαντικότεροι λόγοι αποτυχίας νέων προϊόντων μετά το λανσάρισμα στην αγορά είναι:

- Έλλειψη ουσιαστικού πλεονεκτήματος σε σχέση με τα υπάρχοντα ανταγωνιστικά προϊόντα η σημαντική υπερεκτίμηση του τυχόν πλεονεκτήματος από τα στελέχη της επιχείρησης.
- Μειονεκτικός συνδυασμός τιμής / ποιότητας. Το προϊόν προσφέρει την ίδια ή χειρότερη ποιότητα με τα υπάρχοντα, σε υψηλότερες ή παρόμοιες τιμές
- Ανεπαρκή γνώση για τις τεχνολογικές και άλλες συνθήκες που απαιτούνται για να κατασκευαστεί το νέο προϊόν.

- Ανεπαρκής οικονομική στήριξη και έρευνα αγοράς.
- Απρόβλεπτες αντιδράσεις των ανταγωνιστών: οι τελευταίοι αντέδρασαν με τη διάθεση ομοειδών ή καλύτερων προϊόντων ή με τιμολογιακό πόλεμο ή γενικά πιο γρήγορα και έντονα από ό,τι είχε προβλεφθεί.
- Λανθασμένη επιλογή χρονικής εισόδου του προϊόντος στην αγορά, με την έννοια ότι το προϊόν τοποθετήθηκε ή πριν να είναι η αγορά αρκετά ώριμη για να το δεχθεί ή αφού πια είχαν παρέλθει οι ευνοϊκές συνθήκες, οι οποίες υπήρχαν κατά την αρχική σύλληψη της ιδέας.
- Υπερβολικό ενθουσιασμό των δημιουργών του νέου προϊόντος με αποτέλεσμα την απόκρυψη ή τη μείωση της σημασίας αρνητικών στοιχείων της σχετικής έρευνας.
- Λανθασμένη στόχευση του προϊόντος (product positioning) ή τμηματοποίηση και επιλογή τμήματος – στόχου (Market Targeting).
- Έλλειψη υποστήριξης για το προϊόν εξαιτίας διαφορών στον τρόπο αντίληψης μεταξύ των στελεχών της επιχείρησης.

Εκτός από τις αιτίες αποτυχίας νέων προϊόντων, η αποτελεσματική καινοτομία γίνεται όλο και πιο δύσκολη υπόθεση για τη σημερινή αγορά:

- Οι αγοραστικές συνήθειες και προτιμήσεις μεταβάλλονται με μεγαλύτερη ταχύτητα από το χρόνο που συνήθως απαιτείται από τη σύλληψη ως την υλοποίηση μιας ιδέας.
- Η ανεύρεση πραγματικά «νέων» ιδεών αυξάνεται με το πέρασμα του χρόνου με συνέπεια την ανάπτυξη μικροβελτιώσεων που οδηγούν σε οξύτατο ανταγωνισμό, λιγότερο σημαντικά πλεονεκτήματα κ.ά.
- Η συνεχής μείωση του χρόνου μεταξύ της εισαγωγής ενός προϊόντος και της απαρχαίωσής του που προκαλείται από την τεχνολογική πρόοδο και τον ανταγωνισμό, αφήνει πολύ μικρά χρονικά περιθώρια για τη σωστή μελέτη και ανάπτυξη νέων προϊόντων και μειώνει την κερδοφόρα διάρκεια της ζωής τους.
- Ο μεγάλος αριθμός των νέων προϊόντων που συναγωνίζονται για το ενδιαφέρον του υποψήφιου αγοραστή οδηγεί στην ανάγκη για μεγαλύτερη προσοχή και προγραμματισμό κατά την ανάπτυξή τους σήμερα σε σχέση με προηγούμενες εποχές, προκειμένου να ξεχωρίσει το πλεονέκτημα που ίσως έχουν.

- Οι περιορισμοί που επιβάλλονται στις προδιαγραφές των προϊόντων από τη σύγχρονη αντίληψη (μέσω του κράτους, οικολογικών και καταναλωτικών οργανώσεων ή της σημασίας της κοινής γνώμης) δημιουργούν την ανάγκη για αυστηρότερο σχεδιασμό, μεγαλύτερες επενδύσεις στην έρευνα και ανάπτυξη κ.ά.

3. ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

3.1. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΑΡΞΗ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η προϋπόθεση για να αναγνωριστεί ως Μικρομεσαία Επιχείρηση (ΜΜΕ) μία επιχείρηση είναι να τηρεί τα όρια αναφορικά με τον αριθμό του προσωπικού, τα όρια του συνόλου του ισολογισμού, είτε εκείνα του κύκλου εργασιών.

Κύκλος εργασιών είναι το σύνολο των εισπράξεων μίας επιχείρησης σε ορισμένο χρονικό διάστημα, που προέρχονται από πωλήσεις ή από παροχή υπηρεσιών. (Γ. Μπαμπινιώτης).

Ειδικότερα:

- Οι πολύ μικρές διαθέτουν προσωπικό μικρότερο των 10 ατόμων και είτε έως 2 εκατ. Ευρώ κύκλο εργασιών είτε έως 2 εκατ. Ευρώ σύνολο του ισολογισμού (έσοδα-έξοδα).
- Οι μικρές επιχειρήσεις διαθέτουν προσωπικό μεταξύ 10 έως 49 ατόμων και ο κύκλος εργασιών τους οφείλει να είναι τα 10 εκατ. Ευρώ είτε σύνολο του ισολογισμού ως 10 εκατ. Ευρώ.
- Οι μεσαίες επιχειρήσεις διαθέτουν προσωπικό μεταξύ 50 έως 249 ατόμων και ο κύκλος εργασιών μπορεί να φτάσει τα 50 εκατ. Ευρώ και συνολικού ισολογισμού ως 43 εκατ. Ευρώ.

Ο Πίνακας 3.1 συνοψίζει τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν πιο πάνω.

Πίνακας 3.1: Χαρακτηριστικά των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων (Πηγή στοιχείων: Καραγιάννης 1999)

ΤΥΠΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ
ΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	50 – 249	Έως 50 εκατ. Ευρώ	Έως 43 εκατ. Ευρώ
ΜΙΚΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	10 – 49	Έως 10 εκατ. Ευρώ	Έως 10 εκατ. Ευρώ
ΠΟΛΥ ΜΙΚΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	Έως 10	Έως 2 εκατ. Ευρώ	Έως 2 εκατ. Ευρώ

3.2. ΟΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στην Ελλάδα του 2017, στην Ελλάδα της κρίσης που όλοι οι ελεύθεροι επαγγελματίες προσπαθούν να κρατήσουν τις επιχειρήσεις τους ανοιχτές, το κράτος επιφέρει όλο και περισσότερη φορολογία με αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις να κλείνουν η μία μετά την άλλη. Βλέπουμε τους νέους επιστήμονες της χώρας να φεύγουν μαζικά στο εξωτερικό για να ξεφύγουν από την ανεργία, την έλλειψη οργάνωσης και την κοινωνική υποβάθμιση τους.

Επίσης, οι (όχι και τόσο) νέοι επιχειρηματίες παρατηρείται πως δραστηριοποιούνται μαζικά σε συγκεκριμένους κλάδους υπηρεσιών (όπως κομμωτήρια, καφετέριες, υπηρεσίες εστίασης), αντί να επενδύσουν σε παραγωγικές δραστηριότητες και στην καινοτομία.

Οι υπάρχοντες ελεύθεροι επαγγελματίες (καθώς και λιγοστοί τολμηροί νέοι), υποχρεούνται να υπομείνουν την φορολογία, τις για πολλούς αυξανόμενες ασφαλιστικές εισφορές και το αβέβαιο μέλλον. Όπως δημοσιεύθηκε στο ΦΕΚ Β' 1445/27-04-2017 σύμφωνα με το άρθρο 65 του Ν.4446/2016), μέχρι τέλη του καλοκαιριού 2017 υποχρεούνται όλοι οι ελεύθεροι επαγγελματίες να προβούν στην αγορά POS με το οποίο πλέον πελάτες τους θα πληρώνουν με πιστωτική κάρτα, με αυτό τον τρόπο όλες οι κινήσεις τους θα καταγράφονται ηλεκτρονικά και δεν θα μπορούν να φοροδιαφύγουν (Κώστας Τυρογιάννης).

3.3. ΚΛΑΔΟΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται σε όλους τους τομείς της οικονομικής ζωής. Οι τομείς στους οποίους τις συναντάμε συχνότερα είναι:

- **Αγροτικός τομέας.** Αναφέρεται συγκεκριμένα στην πρωτογενή παραγωγή γεωργικών προϊόντων τα οποία οδηγούνται κατόπιν στη μεταποίηση. Στην Ελλάδα η πλειοψηφία των αγροτικών νοικοκυριών είναι οικογενειακής μορφής.
- **Μεταποίηση.** Η διαδικασία μετασχηματισμού της πρώτης ύλης σε προϊόν. Αυτά τα προϊόντα είτε μεταπωλούνται σε μια άλλη μεταποιητική επιχείρηση ως πρώτη ύλη για δημιουργία άλλου προϊόντος, είτε προωθούνται απευθείας στους καταναλωτές.

- **Χονδρικό εμπόριο.** Η διαδικασία με την οποία τα προϊόντα φεύγουν από τη μεταποιητική επιχείρηση και προορίζονται είτε στο λιανεμπόριο είτε απευθείας στους καταναλωτές. Τα προϊόντα δεν υπόκεινται σε καμία διαδικασία επεξεργασίας.
- **Λιανικό εμπόριο.** Στο συγκεκριμένο τομέα οι επιχειρήσεις αγοράζουν προϊόντα από τις μεταποιητικές επιχειρήσεις ή από τους χονδρέμπορους και τα μεταπωλούν στους καταναλωτές.
- **Παροχή υπηρεσιών.** Ο κλάδος της παροχής υπηρεσιών δε σχετίζεται με την πώληση προϊόντων αλλά με προσωπικές και επαγγελματικές δεξιότητες. Στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί μεγάλη ανάπτυξη του κλάδου των υπηρεσιών σε βάρος της μεταποίησης και του πρωτογενούς κλάδου (Μάντζαρης, 2011).

3.4. ΝΟΜΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Οι μορφές των ΜΜΕ είναι οι ακόλουθες.

Ατομική Επιχείρηση

Θεωρείται ως η πιο παλιά και απλή μορφή επιχείρησης. Ιδρύεται και διοικείται από ένα και μόνο άτομο το οποίο είναι και το αρμόδιο για τυχόν προβλήματα στην επιχείρηση. Φέρει ως επωνυμία το όνομα του ιδιοκτήτη και παρουσιάζει μεγάλη ευελιξία και προσαρμοστικότητα. Δεν απαιτείται συγκεκριμένο κεφάλαιο ίδρυσης και η πιστωτική δυνατότητα είναι περιορισμένη.

Ομόρρυθμη Εταιρία (Ο.Ε.)

Αποτελείται από τουλάχιστον δύο εταίρους, διαθέτοντας το κεφάλαιο που επιθυμούν. Στη διοίκηση συμμετέχουν ισότιμα όλοι οι εταίροι και ο καθένας ευθύνεται με όλη την περιουσία του για το σύνολο των υποχρεώσεων της εταιρείας. Στις περισσότερες περιπτώσεις οι εταίροι συνδέονται με συγγενικούς δεσμούς (δηλ. οικογενειακή επιχείρηση) (Δρ. Γεώργιος Καμπουρίδης).

Ετερόρρυθμη Εταιρεία (Ε.Ε.)

Είναι η εταιρεία που η σύστασή της αποτελείται από δύο ή περισσότερους εταίρους που επιδιώκουν εμπορικό σκοπό. Βασικό χαρακτηριστικό της, που την κάνει να διαφέρει από την ομόρρυθμη εταιρεία, είναι ότι ένας τουλάχιστον από τους εταίρους ευθύνεται περιορισμένα (ετερόρρυθμος εταίρος), ενώ τουλάχιστον ένας ή όλοι όσοι είναι ετερόρρυθμοι εταίροι ευθύνεται απεριόριστα.

Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ε.)

Θεωρείται ένα από τα μεγαλύτερα επιτεύγματα της ελεύθερης οικονομίας και ιδιωτικής πρωτοβουλίας. Πρέπει να ληφθεί υπόψιν ότι οι μέτοχοι έχουν διαθέσει τα κεφάλαια της επιχείρησης και αναμένουν τη μεγιστοποίηση των μερισμάτων (κερδών). Για την ίδρυση ανώνυμης εταιρείας πρέπει να συμπράξουν δυο τουλάχιστον μέρη ή κατά την έκφραση του νόμου το κεφάλαιο αυτής πρέπει να αναληφθεί από δύο τουλάχιστον ιδρυτές (άρθ. 8 του Ν. 2190/20).

Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ)

Για την ίδρυση Εταιρίας Περιορισμένης Ευθύνης, απαιτείται εταιρικό κεφάλαιο το οποίο δεν μπορεί να είναι μικρότερο των 4.500 ευρώ. Σύμφωνα με το άρθρο 3 του Ν. 3190/1995, η εταιρεία περιορισμένης ευθύνης είναι εμπορική, έστω και αν ο σκοπός της δεν είναι εμπορική επιχείρηση (www.taxheaven.gr).

Συνεταιρισμοί

Σύμφωνα με τη Διεθνή Συνεταιριστική Συμμαχία, είναι μια: «αυτόνομη ένωση προσώπων που συγκροτείται εθελοντικά για την αντιμετώπιση των κοινών οικονομικών, κοινωνικών και πολιτιστικών αναγκών και επιδιώξεων τους, διαμέσου μιας συνιδιόκτητης και δημοκρατικά διοικούμενης επιχείρησης» (ica.coop 19 Νοεμβρίου 2014).

Στην ελληνική νομοθεσία γίνεται διάκριση μεταξύ:

- Αστικών συνεταιρισμών το νομικό πλαίσιο της λειτουργίας των οποίων ρυθμίζεται από το νόμο 1667/1986 και
- Αγροτικών συνεταιρισμών που διέπονται από το νόμο 2810/2000.

Στους αστικούς συνεταιρισμούς, περιλαμβάνονται:

- Οι καταναλωτικοί συνεταιρισμοί, που για τη σύστασή τους απαιτούνται τουλάχιστον εκατό άτομα, ενώ απαιτούνται δεκαπέντε άτομα για τους λοιπούς, όπως:
- Παραγωγικούς συνεταιρισμούς
- Προμηθευτικούς συνεταιρισμούς
- Πιστωτικούς συνεταιρισμούς
- Μεταφορικούς συνεταιρισμούς
- Τουριστικούς συνεταιρισμούς (ygeiaonline.gr, 2014)

4. ΤΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παγκόσμια οικονομική ύφεση του 2008 είναι το αποτέλεσμα που προκλήθηκε από τη διεθνή χρηματοπιστωτική κρίση του 2007 σε τομείς της πραγματικής οικονομίας της διεθνούς κοινότητας. Η πιστωτική κρίση από την έλλειψη ρευστότητας έγινε εμφανής στους χρηματιστηριακούς δείκτες των ανεπτυγμένων χωρών, ενώ πολλά χρηματιστήρια παρέμειναν κλειστά λόγω των μεγάλων απωλειών από τις πωλήσεις των επενδυτών.

Σημαντικοί κλάδοι της οικονομίας επλήγησαν, όπως ο τραπεζικός, ο ασφαλιστικός, ο κτηματομεσιτικός, οι αυτοκινητοβιομηχανίες, το εμπόριο και άλλοι, με άμεσα αποτελέσματα στα οικονομικά μεγέθη των οικονομιών, όπως αύξηση της ανεργίας, νέες πληθωριστικές πιέσεις, υποτίμηση νομισμάτων κ.α. Σύμφωνα με αναλυτές, η κατάσταση της οικονομικής ύφεσης προσομοιάζει με την παγκόσμια οικονομική ύφεση του 1929, με τους ρυθμούς ανάπτυξης να υποχωρούν και τα δημοσιονομικά των χωρών να εκτίθενται στο ενδεχόμενο εκτροπής.

Την λεγόμενη "Μαύρη Παρασκευή", στις 24 Οκτωβρίου 2008, σημειώθηκαν απώλειες \$3.2 τρις στην Ευρασία, ενώ ξένοι επενδυτές έσπευσαν σε μαζικές ρευστοποιήσεις στην Ελλάδα. Ο Γενικός Χρηματιστηριακός Δείκτης των Αθηνών έπεσε κάτω από τις 1.800 μονάδες, στα χαμηλότερα επίπεδα από το 1989, παρά τα πραγματικά κέρδη που εμφάνιζαν οι ελληνικές τράπεζες και επιχειρήσεις. Στην Ελλάδα σημειώθηκαν απώλειες 24 δισ. ευρώ στο δεύτερο εξάμηνο του 2008, μέσα σε 24 μέρες.

Η κρίση έγινε σύντομα εμφανής σε μεγέθη της πραγματικής ελληνικής οικονομίας. Τα έσοδα του κράτους ανήλθαν στα 39.2 δισ. ευρώ, έναντι στόχου 41.6 δισ. ευρώ, ενώ στην Ελλάδα σημειώθηκαν οι μεγαλύτερες απώλειες βιομηχανικών παραγγελιών στην Ευρωζώνη, ύψους 10%, τη στιγμή που εμφανίστηκαν απώλειες 7% στη Γαλλία. Αναλυτές προέβλεψαν μείωση της κατανάλωσης, των εξαγωγών και της παραγωγικής δραστηριότητας, ενώ οι κατασκευές παρέμεναν και παραμένουν παγωμένες. Απαισιόδοξες ήταν οι προβλέψεις του οικονομικού Τύπου και για τα ποσοστά της ανεργίας στον κόσμο.

Όλα αυτά προκάλεσαν αναθεωρήσεις όλων των κρατικών προϋπολογισμών και, σαν αποτέλεσμα, οι ηγέτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) απαίτησαν χαλάρωση του Συμφώνου σταθερότητας, προσαρμόζοντάς το στις δυσμενείς συνθήκες (για παράδειγμα, μη υπολογισμός των δημοσίων επενδύσεων στο έλλειμμα), χωρίς όμως το μαζικό αυτό αίτημα να γίνει ποτέ δεκτό.

Συνέπειας της προαναφερθείσας κατάστασης ήταν στα μέσα του 2010, και μετά τις αποκαλύψεις ότι το δημοσιονομικό έλλειμμα της Ελλάδας έκλεισε για το 2009 σε επίπεδα πολύ πάνω από αυτά που θα καθιστούσαν το δημόσιο χρέος βιώσιμο, η ελληνική κυβέρνηση αδυνατούσε να δανειστεί με λογικά επιτόκια από τις αγορές για τη χρηματοδότηση του τρέχοντος δημοσιονομικού ελλείμματος και την αναχρηματοδότηση του χρέους. Αποτέλεσμα ήταν ο άμεσος κίνδυνος χρεοκοπίας και στάσης πληρωμών του Ελληνικού Δημοσίου. Η προσπάθεια της κυβέρνησης να ανακτήσει την αξιοπιστία της χώρας στις διεθνείς αγορές και να πετύχει μείωση των επιτοκίων οδήγησε σε λήψη μέτρων μείωσης των δαπανών, τα οποία δεν κατάφεραν να ανατρέψουν το αρνητικό κλίμα. Κατόπιν αυτών η Ελλάδα κατέφυγε στη βοήθεια του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου, της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, που συγκρότησαν από κοινού μηχανισμό βοήθειας για την Ελλάδα. Η ανακοίνωση της προσφυγής στον μηχανισμό στήριξης έγινε στις 23 Απριλίου 2010. Η χρηματοδότηση από τον μηχανισμό στήριξης έγινε υπό τους όρους ότι η Ελλάδα θα λάβει μέτρα δημοσιονομικής προσαρμογής και, ειδικότερα, υπό τους όρους ότι θα λάβει μέτρα δημοσιονομικής εξυγίανσης. Με τη χρηματοδότηση από το μηχανισμό αποφεύχθηκε ο άμεσος κίνδυνος χρεοκοπίας της Ελλάδας, που θα είχε πιθανές ανεξέλεγκτες συνέπειες και για όλη τη ζώνη του ευρώ. Τα πρώτα μέτρα ανακοινώθηκαν από τον πρωθυπουργό την Κυριακή 2 Μαΐου 2010. Η Ελληνική οικονομία συνέχισε να βρίσκεται σε κατάσταση δημοσιονομικής ανισορροπίας και το επόμενο διάστημα, με αποτέλεσμα ένα χρόνο μετά, τον Ιούνιο του 2011, η κυβέρνηση να καταφύγει στην ψήφιση του μεσοπρόθεσμου προγράμματος, που περιλάμβανε νέα μέτρα λιτότητας και περικοπές. Επίσης τέθηκε θέμα αξιοποίησης της δημόσιας περιουσίας και αναδιάρθρωσης ή «κουρέματος» του χρέους με σκοπό τη μακροπρόθεσμη μείωση του χρέους σε βιώσιμα επίπεδα. Επιπροσθέτως, επειδή η δημοσιονομική κατάσταση της χώρας δεν πέτυχε τους στόχους που είχαν τεθεί στο πρώτο μνημόνιο και το μεσοπρόθεσμο πρόγραμμα, με αποτέλεσμα η κυβέρνηση να ψηφίσει νέο μνημόνιο.

Στις 3 Ιανουαρίου 2013 δόθηκε στη δημοσιότητα μια μελέτη που αποτιμά την πορεία του ελληνικού προγράμματος στήριξης. Η συγκεκριμένη έκθεση συντάχθηκε από τον Olivier Blanchard, διευθυντή του ερευνητικού τμήματος του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου (ΔΝΤ). Η μελέτη αυτή πέρα από την παρουσίαση της κοινωνικό-οικονομικό-πολιτικής κατάστασης της Ελλάδας από το 2010 έως και σήμερα καθώς και των μελλοντικών στόχων που τέθηκαν μέσω των συμβάσεων που δεσμεύουν το ελληνικό κράτος με τους δανειστές του, επιχειρεί να ασκήσει κριτική στις πολιτικές λιτότητας που επεβλήθησαν στα υπερχρεωμένα κράτη από το ΔΝΤ, το σύνολο των ευρωπαϊών ηγετών, των υπουργών οικονομίας, την Κομισιόν και την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα (ΕΚΤ).

Στην παρούσα εργασία παρουσιάζεται μια αναφορά στο ιστορικό της χρηματοπιστωτικής κρίσης που ξεκίνησε το 2007, στα αίτια και τον απότοκό της και στις ρυθμιστικές προτάσεις που ανέκυψαν. Στη συνέχεια της εργασίας αναπτύσσονται η ελληνική κρίση χρέους, περιλαμβάνοντας το χρονικό της κρίσης, τη χρηματοδότηση από το “μηχανισμό στήριξης”, τις δεσμεύσεις που απορρέουν και τέλος την παρούσα κατάσταση. Τέλος, η μελέτη αυτή παρουσιάζει σχολιασμό της ακολουθούμενης πορείας από τον επικεφαλής του ερευνητικού τμήματος του ΔΝΤ (Olivier Blanchard).

4.2. ΔΙΕΘΝΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

Η Διεθνής Χρηματοπιστωτική Κρίση του 2007 είναι μια παγκόσμια κατάσταση απειλούμενης οικονομικής ύφεσης στον ευρύτερο χρηματοπιστωτικό και τραπεζικό τομέα με γενεσιουργό χώρα τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής.

Η κρίση αυτή έρχεται 78 χρόνια μετά την τελευταία μεγάλη κρίση του 1929 αλλά και παλαιότερες πετρελαϊκές κρίσεις. Προέκυψε μετά το ξέσπασμα των προβλημάτων στην αγορά στεγαστικών δανείων χαμηλής εξασφάλισης και την αλόγιστη χρήση δομημένων επενδυτικών προϊόντων που υπήρχε άμεση εξάρτηση από τη δυνατότητα αποπληρωμής των δανείων από τα οποία παράγονταν. Η προσπάθεια απομάκρυνσης του πιστωτικού και επιτοκιακού κινδύνου από τις τράπεζες, η μετατροπή στάσιμων κεφαλαίων σε εμπορεύσιμους τίτλους και η μετακίνηση των σύνθετων επενδυτικών τίτλων στις

καταστάσεις ειδικών οντοτήτων, προκάλεσαν ένα “ντόμινο” αλυσιδωτών αντιδράσεων στον αμερικανικό και ευρωπαϊκό τραπεζικό και κτηματομεσιτικό τομέα.

Χαρακτηριστικά αυτής της γενικευμένης κατάστασης είναι ο κίνδυνος κατάρρευσης τραπεζών από φημολογία, πώληση άλλων σε ιδιαίτερα χαμηλό τίμημα και άσκηση νομισματικής πολιτικής από τις Κεντρικές Τράπεζες με σκοπό τη διάσωση του χρηματοοικονομικού συστήματος χωρίς να υπάρχει ενδιαφέρον για τη διασφάλιση των τιμών, όπως παραδοσιακά οφείλουν να πράττουν. Ζημιωμένα βγήκαν τα συστήματα που εκτέθηκαν στα “τοξικά”, όπως χαρακτηρίστηκαν, ομόλογα, συστήματα που στρέφονται πλέον προς ένα νέο κρατικό παρεμβατισμό, παράλληλα με την κατάρτιση σχεδίων επίλυσης της κρίσης προτού επεκταθεί στην ευρύτερη οικονομία των κρατών που επλήγησαν.

4.3. ΤΟ ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Οι τράπεζες, βάσει της παραδοσιακής λειτουργίας τους ως διαμεσολαβητές μεταξύ των θετικών και των αρνητικών αποταμιευτών, εκτίθενται στον πιστωτικό κίνδυνο και στον κίνδυνο των επιτοκίων. Το γεγονός αυτό οφείλεται στην ασυμμετρία της πληροφόρησης που επικρατεί στις αγορές χρήματος, καθώς στην κεφαλαιαγορά έχουν πρόσβαση κυρίως πλούσιες σε κεφάλαια εταιρίες. Η χρονική υστέρηση που παρατηρείται μεταξύ της εισροής χρημάτων από τις καταθέσεις και της εκροής χρημάτων κατά τις χορηγήσεις δανείων, οι οποίες χρηματοδοτούνται από τις καταθέσεις, είναι η αιτία αυτής της έκθεσης στον πιστωτικό και επιτοκιακό κίνδυνο.

Οι εναλλακτικές που μπορούσαν να ακολουθήσουν οι τράπεζες για την απομάκρυνση αυτού του κινδύνου ήταν οι εξής:

1. Αποσύνδεση των δύο λειτουργιών των τραπεζών (δημιουργία narrow banks): Με αυτή τη διαδικασία η επιχείρηση που λάμβανε ρευστό από το κοινό ήταν διαφορετική από την τράπεζα που χορηγούσε τα δάνεια, αντλώντας χρήματα από την κεφαλαιαγορά. Πρόκειται για μία σπάνια περίπτωση, καθώς παραδοσιακά οι τράπεζες είχαν ενσωματώσει και τις δύο αυτές λειτουργίες στην πρακτική τους. Στην Ελλάδα υπήρχαν παλαιότερα τέτοια παραδείγματα όπως επενδυτικές αναπτυξιακές τράπεζες που εξέδιδαν ομόλογα (π.χ. ομόλογα ΕΤΒΑ).

2. Οι καταθέσεις να μην είναι ορατές στο ευρύ κοινό.

3. Σύνολο ενεργειών για να μετριάσουν τον κίνδυνο και άσκηση εποπτείας όσον αφορά την κεφαλαιακή επάρκεια των τραπεζών, κανόνες διαφοροποίησης χαρτοφυλακίου κ.α. Επιπλέον, συχνά προτεινόταν και άσκηση προληπτικής εποπτείας.

4. Η τεχνική της τιτλοποίησης. Σύμφωνα με αυτό το χρηματοοικονομικό εργαλείο, μια τράπεζα ή άλλο χρηματοπιστωτικό ίδρυμα (originator) μεταβίβαζε μια ομάδα (pool) ομοειδών δανείων σε μία εταιρία ειδικού σκοπού (Special Purpose Vehicle – SPV). Η SPV λάμβανε χρηματοδότηση από την έκδοση χρεογράφων που βασίζονταν στα δάνεια (Asset Backed Securities – ABSs). Η αξία αυτών των χρεογράφων αποτιμούνταν κυρίως από τα πρακτορεία πιστοληπτικής βαθμολόγησης (Credit Rating Agencies, CRAs). Η πληρωμή των τοκομεριδίων στους επενδυτές εξαρτιόταν άμεσα από τη συμπεριφορά των δανειοληπτών, χωρίς ωστόσο να έρθουν αυτές οι δύο ομάδες σε επαφή. Οι τίτλοι ABSs συχνά διανεμόταν από επενδυτικές τράπεζες σε θεσμικούς επενδυτές. Μολαταύτα, δεν υπήρχε ακόμη οργανωμένη δευτερογενής αγορά για τις συναλλαγές των ABSs.

Η τεχνική της τιτλοποίησης παρουσίαζε μεγάλο ενδιαφέρον, καθώς περιόριζε τον πιστωτικό κίνδυνο στα τραπεζικά χαρτοφυλάκια και συχνά αναφερόταν ως η δεύτερη πιο αποτελεσματική πρακτική μετά τη δημιουργία των narrow banks. Η πρακτική δε, ήταν συμβατή και με τους κανόνες κεφαλαιακής επάρκειας, παράλληλα με τη μετατροπή παγωμένων κεφαλαίων (δάνεια) σε λειτουργικά εργαλεία (τίτλους). Η αύξηση της ρευστότητας στα τραπεζικά χαρτοφυλάκια και η εξάλειψη του ετεροχρονισμού ανάμεσα σε απαιτήσεις και υποχρεώσεις ήταν ορισμένα από τα πλεονεκτήματα που παρείχε το εργαλείο της τιτλοποίησης. Οι απαιτήσεις σε ABSs από θεσμικούς επενδυτές που επιζητούσαν υψηλότερες αποδόσεις από τα ομόλογα του δημοσίου και κάποια εταιρικά ομόλογα ήταν αυξημένες, ενώ τα πλεονεκτήματα από τη διαφοροποίηση του χαρτοφυλακίου ήταν άμεσα ορατά.

Ένα δεύτερο κύμα τιτλοποιήσεων παρουσιάστηκε με τη δημιουργία των δομημένων επενδυτικών εργαλείων (Structured Credit Instruments). Τα πιο χαρακτηριστικά δομημένα προϊόντα ήταν οι Τίτλοι Εγγυημένων Δανειακών Υποχρεώσεων (Collateralized Debt Obligations, CDOs). Επάνω σε αυτούς τους τίτλους παρήχθησαν και τα CDOs δεύτερης γενιάς, τα λεγόμενα CDOs-square. Η εταιρική οντότητα εμφάνιζε στο Παθητικό της

υποχρεώσεις από τίτλους CDOs (δηλαδή καταβολή τοκομεριδίων και της αξίας κατά τη λήξη) και στο Ενεργητικό της απαιτήσεις σε δάνεια τιτλοποιήσιμα. Συνεπώς, με την είσπραξη των δόσεων από τα δάνεια, μπορούσε εν συνεχεία να πληρώνει τις υποχρεώσεις της στους ομολογιούχους. Το νέο χαρτοφυλάκιο αποτελείτο από ποικίλα στοιχεία με διαφορετική έκθεση σε πιστωτικό κίνδυνο. Έκαστος τίτλος (tranche) θα μπορούσε να πωληθεί σε διάφορες ομάδες επενδυτών, με διαφορετική αντιμετώπιση του ρίσκου (risk aversion). Το εισόδημα από τα τοκομερίδια διανεμόταν με σειρά προτεραιότητας. Οι επενδυτές των τελευταίων στη σειρά έκδοσης τίτλων είχαν και το μεγαλύτερο κίνδυνο, συνεπώς απολάμβαναν και μεγαλύτερες απολαβές από τόκους. Ένα μέρος των χρεογράφων το διακρατούσε η αρχική τράπεζα.

Στα μειονεκτήματα της τιτλοποίησης συγκαταλέγεται η δυσκολία που αντιμετώπιζαν τα rating agencies στην εκτίμηση του πιστωτικού κινδύνου. Είναι χαρακτηριστικό το γεγονός πως οι επενδυτές βασίζονταν τυφλά στις βαθμολογήσεις που τους έδιναν τα CRAs. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι τα CDOs λειτουργούσαν σε μία άτυπη αγορά, με μικρό βαθμό ρευστοποίησής τους, καθώς οι τίτλοι που δεν απορροφώνταν από τη ζήτηση, έπρεπε να επαναγοραστούν από την αρχική τράπεζα.

Στην Ελλάδα γίνεται πρώτη φορά τιτλοποίηση μόλις το 2002, ενώ ως πρακτική υπάρχει διεθνώς από τη δεκαετία του '70.

Το συγκεκριμένο μοντέλο που αναπτύχθηκε δημιουργούσε μεγάλο χάσμα ανάμεσα στους δανειολήπτες της τράπεζας-παραγωγού και τους τελικούς επενδυτές. Επιπλέον, το μοντέλο υστερούσε στην εκτίμηση του πιστωτικού κινδύνου. Συχνά γίνονταν πρόχειρες βαθμολογήσεις από τα CRAs λόγω της ποικιλίας διαφόρων τύπων CDOs. Η μεγάλη εξάρτηση από τα CRAs για τη διαμόρφωση των τιμών, σε συνδυασμό με την περιορισμένο έλεγχο των δανειοληπτών από τις τράπεζες, οδήγησε στην κρίση εμπιστοσύνης ως προς τη βαθμολόγηση των CDOs.

Επιπλέον, η διαπραγμάτευση των συγκεκριμένων τίτλων ήταν δύσκολη, καθώς δεν μπορούσαν να πωληθούν σε δευτερογενή αγορά. Η ρευστότητα ήταν χαμηλή, ιδιαιτέρως σε εχθρικές αγορές και οι εκτιμήσεις της αξίας των CDOs καθορίζονταν από το ίδιο το μοντέλο. Καθώς τέτοια μοντέλα απαιτούν αγοραίες τιμές που αντικατοπτρίζονταν σε σχετικούς δείκτες, η απουσία αξιόπιστων τιμών δημιούργησε ρήγμα στη λειτουργία του μοντέλου. Με

την πώληση των τελικών τίτλων στους επενδυτές εξαλειφόταν και το τελευταίο κίνητρο που είχε η τράπεζα να αναγκάσει τους δανειολήπτες να ανταποκριθούν στις υποχρεώσεις τους.

4.4. ΤΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Στις αρχές του 2007 επικρατούσε έντονη φημολογία γύρω από τη στεγαστική αγορά των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής (ΗΠΑ) που παρουσίαζε σημάδια κόπωσης. Αναλυτές εξέφραζαν την ανησυχία τους για μια επερχόμενη κρίση. Παράλληλα η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα (ΕΚΤ) προέβαινε διαρκώς σε σταδιακές αυξήσεις του ευρωεπιτοκίου ώστε να αντιμετωπίσει τις πληθωριστικές πιέσεις που ταλάνιζαν την ευρωπαϊκή οικονομία. Έντονα πλήττονταν οι δανειολήπτες, ενώ παράγοντες στην τραπεζική αγορά συνιστούσαν στα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα να είναι πιο φειδωλά στη χορήγηση δανείων. Την ίδια στιγμή το δολάριο εξακολουθούσε να υποχωρεί έναντι του ευρώ. Επιχειρήσεις μετέφεραν τα εργοστάσιά τους στην Αμερική και η ανεργία στην Ευρώπη αυξανόταν, ενώ πλήττονταν παράλληλα και οι εξαγωγές. Στην Ελλάδα δημιουργήθηκε τεράστιο απόθεμα νεόδμητων κατοικιών, οι οποίες όμως γίνονταν δυσπρόσιτες λόγω, μεταξύ άλλων, των υψηλών επιτοκίων στα στεγαστικά δάνεια, τη στιγμή που έρευνες έδειχναν στροφή των καταναλωτών σε μικρότερα και μεταχειρισμένα διαμερίσματα.

Κατά το καλοκαίρι του 2007 κι ενώ πολλοί επίσημοι παράγοντες της αμερικανικής οικονομίας προσπαθούσαν να καθησυχάσουν τους επενδυτές, κεφάλαια της Bear Stearns πτώχευσαν λόγω κατοχής Collateralized Debt Obligation (CDOs) που βασιζόνταν σε στεγαστικά δάνεια μειωμένης εξασφάλισης (subprime) και της υποχρέωσης της τράπεζας να εξυπηρετήσει τις απαιτήσεις των πιστωτών της με ρευστοποίηση των στοιχείων της. Τα Credit Ratings Agencies (CRAs) υποβάθμισαν τα CDOs που βασιζόνταν σε subprimes και επλήγη η αυτοπεποίθηση της αγοράς για την ασφάλεια στη στεγαστική πίστη.

Επενδυτές των Asset Backed Commercial Papers (ABCPS) άρχισαν να χάνουν την εμπιστοσύνη τους και η ζήτηση για τα συγκεκριμένα χρεόγραφα έπεφτε, ένα φαινόμενο που χαρακτηρίστηκε ως “flight to quality” (στροφή προς την ποιότητα). Τράπεζες που είχαν υιοθετήσει τα conduits και SVIs (κερδοσκοπικά προγράμματα που επωφελούνται από τη διαφορά μεταξύ βραχυπρόθεσμων επιτοκίων δανεισμού και μακροπρόθεσμες επιστροφές

από δομημένα επενδυτικά προϊόντα) αναγκάστηκαν να ανταποκριθούν στις υποχρεώσεις τους απέναντι στις εγγυήσεις ρευστοποίησης. Σε αρκετές μάλιστα περιπτώσεις ο βαθμός της πραγματικής έκθεσης στο ρίσκο ήταν τελείως απρόσμενος, ένα φαινόμενο που απεκλήθη “disaster myopia” (μυωπία απέναντι στην καταστροφή). Η εμπιστοσύνη στη διατραπεζική αγορά κλονίστηκε λόγω της έκθεσης στον κίνδυνο ρευστότητας. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση των διατραπεζικών επιτοκίων.

Στις 9 Αυγούστου του 2007, μεγάλη κρίση ξέσπασε στις ΗΠΑ από την αδυναμία μεγάλων ομάδων του πληθυσμού να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις του για δάνεια subprimes. Οι πλειστηριασμοί διαδέχθηκαν ο ένας τον άλλον και ολόκληρες πόλεις έμειναν στο δρόμο. Οι τράπεζες ξέμειναν από ρευστό και οι καταθέτες έσπευσαν στις τράπεζες για να κάνουν ανάληψη των χρημάτων τους. Άλλοι προέβησαν σε μαζικές ηλεκτρονικές αναλήψεις των λογαριασμών τους στη Βρετανία, ένα φαινόμενο γνωστό ως “Πανικός μέσω Internet”. Η αδυναμία είσπραξης των απαιτήσεων των αμερικανικών τραπεζών από τους δανειολήπτες των subprimes, είχε σαν συνέπεια και την αδυναμία πληρωμής των υποχρεώσεων σε τοκομερίδια και αξίες ομολόγων και CDOs (ομόλογα β' γενιάς) στα οποία είχαν επενδύσει πολλές ευρωπαϊκές τράπεζες, την ίδια στιγμή που πλήθαιναν οι αναλήψεις πανικού. Τα ομόλογα που κατείχαν οι τελευταίες δεν είχαν αντίκρισμα, ενώ το πρόβλημα ρευστότητας προκάλεσε δυσπιστία στη δυνατότητα αποπληρωμής σε περίπτωση δανεισμού μιας τράπεζας από μια άλλη, με αποτέλεσμα να αυξηθούν τα επιτόκια της διατραπεζικής αγοράς. Το γεγονός αυτό έκανε δύσκολη και κοστοβόρα μια πιθανή αίτηση δανειοδότησης μιας ελληνικής τράπεζας από μία άλλη (ελληνική ή ευρωπαϊκή), κόστος που μετακυλήθηκε στους πελάτες, παράλληλα με τις αυξήσεις του ευρωεπιτοκίου.

Το Σεπτέμβριο του 2007, δύο γερμανικές τράπεζες, η Sachsen Landesbank και η IKB ανακοίνωσαν ότι υπέστησαν ουσιαστικές απώλειες από την κατοχή των conduits. Η βρετανική Northern Rock βίωσε τη μεγαλύτερη ουρά (bank run) των τελευταίων δεκαετιών σε μια χώρα που φημίζεται για τα μεγάλα εγγυημένα χρηματικά αποθέματα.

Κατά το δεύτερο εξάμηνο του 2007, οι κεντρικές τράπεζες μεσολάβησαν συγχρονισμένα για την τόνωση της χρηματοπιστωτικής αγοράς με “ενέσεις ρευστότητας” και σταθεροποίησαν τις διακυμάνσεις στα βραχυπρόθεσμα επιτόκια. Ορισμένες κεντρικές τράπεζες, όπως η Fed, μείωσαν ακόμη και το βασικό επιτόκιο χρηματοδότησης, ενώ άλλες, όπως η ECB, παρακολουθώντας τις εξελίξεις δεν προέβησαν στις προγραμματισμένες

αυξήσεις. Παράλληλα, επλήγη η εμπιστοσύνη στα rating agencies ως προς την ικανότητά τους να βαθμολογήσουν τα δομημένα προϊόντα (“crisis of confidence”). Στην Ελλάδα προέκυψαν απαξιωμένα δομημένα ομόλογα 700 εκατομμυρίων ευρώ στα οποία βασίστηκε η χρηματοδότηση των ασφαλιστικών ταμείων, ένα περιστατικό που χαρακτηρίστηκε από τα ΜΜΕ ως “Σκάνδαλο των Δομημένων Ομολόγων”.

Τα στεγαστικά δάνεια στις ΗΠΑ έγιναν δυσπρόσιτα, ενώ κρατικοποιήθηκε η Northern Rock από τη βρετανική κυβέρνηση. Επιπλέον, παρατηρήθηκαν παρενέργειες από τη δυσπιστία στις διατραπεζικές αγορές και στην Ελλάδα μειώθηκαν οι ρυθμοί της μέχρι πρότινος φρενήρους πιστωτικής επέκτασης, με τις τράπεζες να προτείνουν ευέλικτα τραπεζικά προϊόντα ή δάνεια σταθερού επιτοκίου αντί των δανείων με κυμαινόμενο επιτόκιο. Παράγοντες της κτηματομεσιτικής αγοράς έκαναν εκκλήσεις για νομοθετική ρύθμιση με σκοπό τον περιορισμό των εκτελούμενων οικοδομικών αδειών, εφόσον δεν είχε πουληθεί πρώτα ένα συγκεκριμένο ποσοστό των ολοκληρωθέντων κατασκευών.

Μετά την πώληση της Bear Stearns σε εξευτελιστική τιμή στην J.P. Morgan το Μάρτιο του 2008, η διεθνής αγορά έδειχνε να έχει μπει σε μια δίνη της οικονομικής κρίσης. Το Σεπτέμβριο του 2008, η Αμερικανική Κεντρική Τράπεζα προσέφερε έκτακτη οικονομική ενίσχυση 85 δισεκατομμυρίων δολαρίων στην ασφαλιστική εταιρεία AIG, προκειμένου να αποτρέψει την κατάρρευσή της. Ο αμερικανικός κολοσσός Lehman Brothers κήρυξε πτώχευση, προκαλώντας αναστάτωση στην κυβέρνηση των ΗΠΑ. Παρά το γεγονός ότι οι ελληνικές τράπεζες δεν πρόλαβαν να επενδύσουν ιδιαίτερα σε τέτοια ριψοκίνδυνα προϊόντα, γνωστοποιήθηκαν ιδιωτικές επενδυτικές απώλειες. Τον ίδιο μήνα, η Merrill Lynch εξαγοράστηκε από την Bank of America. Ο πρόεδρος Τζορτζ Μπους πρότεινε την άμεση ενίσχυση της ρευστότητας των τραπεζών για τη διάσωση του χρηματοπιστωτικού συστήματος, πριν πληγεί περαιτέρω η οικονομία της χώρας, ενώ παράλληλα, εξαγοράζονται, οι Fannie Mae και Freddie Mac. Οι εξελίξεις διαδέχονταν η μία την άλλη, με την ανακοίνωση κλεισίματος της Washington Mutual. Ο απρόσμενος κρατισμός των ΗΠΑ εξέπληξε αρχικά ευχάριστα τα χρηματιστήρια, ενώ αντιδράσεις διατυπώνονταν από τους Αμερικανούς πολίτες για το φορολογικό βάρος που προέβλεπε το Σχέδιο Πόλσον να πέσει στην πλάτη τους. Την άποψη αυτή συμμερίστηκε και το Κογκρέσο, καταψηφίζοντας το σχέδιο κρατικής ενίσχυσης του χρηματοπιστωτικού συστήματος για αγορά των λεγόμενων “τοξικών ομολόγων” με δημόσιο χρήμα. Τα χρηματιστήρια αντικατόπτρισαν την

απαισιοδοξία της αγοράς στους δείκτες τους, σημειώνοντας πτώση. Ο πρόεδρος της Ευρωπαϊκής Ένωσης Νικολά Σαρκοζί προανήγγειλε σχέδιο αντιμετώπισης του προβλήματος στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η κρίση μετά το πέρασμα του Ατλαντικού, πλησίασε όλο και νοτιότερα την Ευρώπη, καθώς μετά την κρατικοποίηση της Bradford and Bingley από τη βρετανική κυβέρνηση, πραγματοποιήθηκε μερική κρατικοποίηση του ευρωπαϊκού κολοσσού Fortis από το Βέλγιο, το Λουξεμβούργο και την Ολλανδία.

Νέα βελτιωμένη πρόταση ψηφίστηκε στην αμερικανική Γερουσία. Παρά ταύτα, ακόμη και τα ίδια τα μέλη δεν μπορούν να εγγυηθούν με βεβαιότητα την επιτυχία ενός τέτοιου σχεδίου, ενώ παράγοντες της αγοράς μιλούν για επερχόμενη ύφεση που μπορεί να διαρκέσει μέχρι και 5 χρόνια. Ο πρόεδρος της ΕΚΤ, Ζαν Κλόντ Τρισέ δηλώνει πως η οικονομική κρίση των ΗΠΑ θα επιβραδύνει τους ρυθμούς ανάπτυξης στην Ευρωζώνη, ενώ σε μίνι διάσκεψη κορυφής υπό τον Νικολά Σαρκοζί διατυπώνεται η βούληση να σταθεροποιηθεί ή ακόμα και να πέσει το επιτόκιο της ΕΚΤ μετά την υποχώρηση της τιμής του πετρελαίου και των πληθωριστικών πιέσεων, δηλαδή κάτω από το 4.25%. Πριν τη μίνι σύνοδο κορυφής της Ε.Ε., η Ιρλανδία υπόσχεται πλήρη κρατική εγγύηση των τραπεζικών καταθέσεων των πολιτών της, ενέργεια στην οποία προχωρά και ο υπουργός Οικονομίας και Οικονομικών της Ελλάδας, ο οποίος διαβεβαιώνει, μεταξύ άλλων τη λήψη μέτρων για την τραπεζική αγορά και την κρατική εγγύηση των καταθετικών λογαριασμών μέχρι 20.000 με 30.000 ευρώ, μετά από σχετικό διάγγελμα του Έλληνα πρωθυπουργού.

Η Γερμανίδα καγκελάρια Άγκελα Μέρκελ προτείνει την αντιμετώπιση του προβλήματος σε κάθε χώρα σε εθνικό πλαίσιο, ανάλογα με τις ευθύνες της, αντί για τη σύσταση πανευρωπαϊκού σχεδίου, την ίδια στιγμή που στην αντίπερα όχθη του Ατλαντικού, υπερψηφίζεται η βελτιωμένη πρόταση του Πόλσον για οικονομική ενίσχυση του χρηματοπιστωτικού συστήματος στη Βουλή των Αντιπροσώπων. Στη σύνοδο κορυφής της Ε.Ε. είναι διάχυτη η νευρικότητα για το μονομερές των δηλώσεων Ιρλανδίας και Ελλάδος ως προς την κρατική εγγύηση των καταθέσεων, τη στιγμή που δε φημίζονται για τα μεγάλα εγγυημένα τους χρηματικά αποθέματα. Το Υπουργείο Οικονομικών παραδέχεται πως η δήλωση είχε περισσότερο πολιτική διάσταση. Την ίδια στιγμή, γίνεται αισθητό το κόστος της διατραπεζικής αγοράς στην Ελλάδα, με αύξηση 0.5% στα επιχειρηματικά και 1% στα στεγαστικά δάνεια, ακόμη και σε εκείνα με σταθερό επιτόκιο. Η στεγαστική αγορά στην

Ελλάδα παγώνει και υπολογίζονται γύρω στις 200.000 απούλητα ακίνητα, μεταξύ των οποίων και πολλά νεόδμητα και οι κατασκευαστές προχωρούν σε προσφορές και μεγάλη υποχώρηση τιμών. Ο πρόεδρος του Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών (ΕΒΕΑ) διατυπώνει την άποψη ότι η κρίση δεν οφείλεται αποκλειστικά στα δάνεια χαμηλής εξασφάλισης, αλλά γενικότερα στον τρόπο διακυβέρνησης των επιχειρήσεων και του τραπεζικού κλάδου, αλλά και στην ίδια την πολιτική διακυβέρνηση της αμερικανικής πολιτείας των τελευταίων 15 ετών.

Λίγες ώρες μετά τη λήξη της ευρωπαϊκής συνόδου κορυφής η Hypo Real Estate, η δεύτερη μεγαλύτερη τράπεζα στεγαστικών δανείων της ευρωπαϊκής οικονομίας, ανακοινώνει ότι το σχέδιο διάσωσης της, ύψους 35 δισ. ευρώ κατέρρευσε, μετά την αποκάλυψη νέων ελλειμμάτων. Πέντε ευρωπαϊκές χώρες αντιμετωπίζουν μεγάλα προβλήματα προσπαθώντας να σώσουν τις μεγάλες ευρωπαϊκές τράπεζες, η Γερμανία, το Βέλγιο, το Λουξεμβούργο, η Ιταλία και η Ισλανδία. Στην Ιταλία κινδυνεύει η δεύτερη μεγαλύτερη τράπεζα της χώρας, η Unicredit, ενώ το άλλοτε εύρωστο κράτος της μακρινής Ισλανδίας κινδυνεύει με πτώχευση, λόγω της μεγάλης έκθεσης στα “τοξικά” ομόλογα. Τα χρέη των ισλανδικών τραπεζών υπολογίζονται στα 138.34 δισ. δολάρια, σε σύγκριση με τα 19.37 δισ. δολάρια στα οποία ανέρχεται το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ). Το νόμισμα της χώρας υποτιμάται, οι πληθωριστικές πιέσεις εντείνονται και η κυβέρνηση διαπραγματεύεται τη δανειοδότησή της από τη Ρωσία. Οι αναλυτές καταλήγουν στο συμπέρασμα πως η ΕΚΤ θα προβεί σε μείωση επιτοκίων. Η άποψη αυτή ενισχύεται και από τη μείωση του επιτοκίου στην Αυστραλία κατά 1%. Μετά την τροπή που πήραν τα πράγματα, η κα. Μέρκελ αναλαμβάνει την εγγύηση όλων των τραπεζικών καταθέσεων των πολιτών από το γερμανικό κράτος, κόστος που ανέρχεται στα 500 δισ. ευρώ, κίνηση στην οποία προχωράει και η Δανία. Αρχίζει πλέον να αναθεωρείται η κατεύθυνση της Ε.Ε. υπέρ ενός καθολικού σχεδίου αντιμετώπισης του προβλήματος προτού πάρει μεγαλύτερες διαστάσεις. Από την Ιταλία προτείνεται η δημιουργία ενός ευρω-κοινοτικού εγγυητικού ταμείου που θα συγκεντρώνει το 3% του ΑΕΠ. Παράλληλα, συζητείται η χαλάρωση των δημοσιονομικών κριτηρίων στην ευρωζώνη.

Στις 7 Οκτωβρίου 2008, το Ecofin έθεσε ως ελάχιστο όριο εγγύησης τις 50.000 ευρώ ανά καταθετικό λογαριασμό. Μετά τη λήξη της συνόδου στο Λουξεμβούργο, ο Έλληνας υπουργός οικονομικών εγγυήθηκε καταθέσεις 100.000 ευρώ.

Στις 8 Οκτωβρίου 2008, ανακοινώνεται μείωση του ευρωεπιτοκίου στο 3.75%, μεταβολή του επιτοκίου δανεισμού στην Αγγλία στο 4.5% και της Fed στο 1.5%. Ο Νικολά Σαρκοζί επιβεβαιώνει τη συγκρότηση ευρωκοινοτικού σχεδίου δράσης, την ίδια στιγμή που παγώνει η αγορά στην αυτοκινητοβιομηχανία της Γερμανίας και γίνονται μαζικές απολύσεις στη Σουηδία. Ο γενικός δείκτης στο Χρηματιστήριο Αξιών (ΧΑ) πέφτει στις 2.512,01 μονάδες, σημειώνοντας απώλειες 4.31%, ενώ η Βρετανία τονώνει τις τράπεζές της με οικονομική ενίσχυση 50 δισεκατομμυρίων λιρών. Η κρίση αντικατοπτρίζεται και στους δείκτες της Ευρασίας.

Παρά την εφαρμογή του σχεδίου Πόλσον στην Αμερική, οι ανακατατάξεις στον τραπεζικό τομέα συνεχίστηκαν, όπως επίσης και η κατακόρυφη πτώση των χρηματιστηριακών δεικτών. Στην Ε.Ε. κατατέθηκαν τρεις προτάσεις. Η Γαλλία επέμεινε στην πρότασή της για συγκρότηση πανευρωπαϊκού ταμείου, ζητώντας την επιστροφή καταθέσεων στις γαλλικές τράπεζες, υποσχόμενος ο κ. Σαρκοζί αμνηστία ως προς την προέλευσή τους, με σκοπό την ενίσχυση της κεφαλαιακής επάρκειας με κάθε μέσο. Η Γερμανία επέμεινε στην πρόταση για αντιμετώπιση του προβλήματος σε κάθε χώρα σε εθνικό επίπεδο, ενώ ο πρωθυπουργός της Αγγλίας Γκόρντον Μπράουν, σε άρθρο του στον τύπο προλείανε το έδαφος για την πρόταση που θα ακολουθούσε. Στις 13 Οκτωβρίου 2008 κατέθεσε σχέδιο καταγκιστικών κρατικοποιήσεων των μισών βρετανικών τραπεζών, εκμεταλλεόμενος τα μεγάλα κεφαλαιακά αποθέματα της χώρας του. Η κίνηση αυτή γέμισε με αισιοδοξία την Ευρώπη, με όλες τις χώρες να εξευρίσκουν τεράστιους κεφαλαιακούς πόρους, για την εγγύηση των αποθεμάτων και την αισιοδοξία των Ευρωπαίων επενδυτών να αναπτερώνεται. Αυτά τα απρόσμενα κεφαλαιακά αποθέματα προκάλεσαν την εύλογη απορία της ευρωπαϊκής κοινής γνώμης, καθώς πολλοί συνδύασαν το γεγονός αυτό με τις υποσχέσεις του κ. Σαρκοζί. Παράλληλα, κατατέθηκαν πολλές προτάσεις για περαιτέρω μείωση των επιτοκίων δανεισμού, κάτι που αναμένουν οι αναλυτές να γίνει αισθητό και στην Ελλάδα, ενώ πολλές ευρωπαϊκές χώρες συνδυάζουν το μέτρο με επιδόματα στους μισθούς για την τόνωση της αγοράς που έχει παγώσει. Οι ΗΠΑ προσανατολίζονται σε μια λύση παρόμοια με αυτή του Βρετανού πρωθυπουργού, την ίδια στιγμή που στην Αυστραλία άρχισαν να δημιουργούνται οικισμοί από τροχόσπιτα.

Τα μέτρα αντιμετώπισης οιονεί προβλημάτων στην Ελλάδα εστιάζονται στη διασφάλιση της κεφαλαιακής επάρκειας των τραπεζών, με τη χορήγηση 28 δισ. ευρώ, εκ

των οποίων τα 8 δισ. σε μορφή κρατικών ομολόγων, ενώ ορίζεται ως κεφαλαιακή βάση των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων ποσό μέχρι 5 δισ. ευρώ. Ο κ. Προβόπουλος σε ανοιχτή συνέντευξη εξέφρασε την εκτίμησή του πως το πρόβλημα ορισμένων τραπεζών θα αφορά το δείκτη κεφαλαιακής επάρκειας λόγω των απωλειών τους στο χρηματιστήριο. Στην ίδια συγκέντρωση, ο κ. Αλογοσκούφης δήλωσε πως θα πρέπει να επαναπροσδιορισθούν οι αμοιβές των μεγάλων στελεχών και πως δε θα πρέπει να ξεπερνούν τις αμοιβές του διοικητή της τράπεζας της Ελλάδος, μια συζήτηση που έχει ανοίξει στην Ευρώπη τα τελευταία δύο χρόνια. Οι πρώτες ανακατατάξεις στην τραπεζική αγορά γίνονται αισθητές με τη συγχώνευση της Proton Bank με την Πειραιώς.

Παρά την πτώση των επιτοκίων στη διατραπεζική αγορά από τη δράση της ΕΚΤ, οι ελληνικές τράπεζες αυξάνουν ισόποσα τα περιθώρια κέρδους στα επιτόκιά τους, με αποτέλεσμα να μη γίνεται αντιληπτή η ελάφρυνση στους πελάτες.

4.5. ΑΠΟΤΟΚΟΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

4.5.1. Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Το μεγαλύτερο χτύπημα από την κρίση δέχθηκε η Ισλανδία, με μεγάλη έκθεση των τραπεζών της στα “τοξικά” ομόλογα. Παρά τα μεγάλα χρηματικά αποθέματα της, η Μεγάλη Βρετανία, ακολούθησε το αμερικανικό μοντέλο και ήταν από τις πρώτες χώρες που επλήγησαν από την κρίση. Πολλές τράπεζες κρατικοποιήθηκαν και άλλες συγχωνεύθηκαν. Η Γαλλία ομοίως είχε υιοθετήσει τέτοια προϊόντα, ενώ ανακατατάξεις παρατηρήθηκαν σε Βέλγιο, Ιταλία, Λουξεμβούργο και Ολλανδία. Οι ελληνικές τράπεζες δηλώνουν πως δεν είχαν προλάβει να επενδύσουν ιδιαίτερα σε CDOs, δε γνωστοποιήθηκε κατοχή Conduits ή SIVs εκ μέρους τους, όμως μετακύλησαν τα υψηλά διατραπεζικά επιτόκια στα παραδοσιακά προϊόντα τους. Οικονομικοί αναλυτές ερμηνεύουν πάντως κάποιες κινήσεις ως προάγγελο ανακατατάξεων και εκμετάλλευσης ευκαιριών στον τραπεζικό κλάδο της ελληνικής ή και της ευρωπαϊκής αγοράς. Σε ραδιοφωνική συνέντευξή του, ο διοικητής της Τράπεζας της Ελλάδος κ. Γ. Προβόπουλος επιβεβαίωσε τη συντηρητικότητα των ελληνικών τραπεζών και προειδοποίησε ακόμα και με εισαγγελική εντολή απέναντι σε όσους συντηρούσαν τη φημολογία για τον κίνδυνο απώλειας καταθετικών αποθεμάτων από ιδιωτικούς

λογαριασμούς για λόγους ανταγωνισμού. Παράλληλα, στην Ευρώπη παρατηρείται τεράστια ζήτηση στην αγορά χρηματοκιβωτίων και μετακίνηση των καταθέσεων σε ράβδους ή νομίσματα χρυσού.

Τα οικονομικά ιδρύματα που επηρεάστηκαν περισσότερο από την κρίση αφορούσαν εκμετάλλευση ακινήτων (real estate), χωρίς να απουσιάζουν προβλήματα σε τραπεζικές ή ασφαλιστικές υπηρεσίες. Τα πραγματικά προβλήματα της κρίσης διαφάνηκαν στην ελληνική οικονομία, με την άνοδο των επιτοκίων και το συντηρητισμό του χρηματοπιστωτικού συστήματος να πλήττει δανειολήπτες, μικρομεσαίες επιχειρήσεις, την αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών και λοιπές πτυχές της αγοράς, με άμεσο αντίκτυπο στην οικονομία.

4.5.2. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΧΡΕΟΥΣ 2010-2013

Στην καθομιλουμένη υπάρχει σύγχυση στην ορολογία για το ελληνικό πρόβλημα. Συχνά αναφέρεται ως “οικονομική κρίση” η αυξανόμενη ανεργία, η μείωση των πραγματικών εισοδημάτων και η γενική πτώση της ζήτησης. Επίσης αναφέρεται ως “οικονομική κρίση” η ελληνική κρίση χρέους. Τα δύο αυτά διαφέρουν και το πρώτο είναι προτιμότερο να αναφέρεται ως “ύφεση”. Έχοντας κάνει αυτή τη διάκριση μπορούμε κατόπιν να εξετάσουμε (i) τα αίτια της ύφεσης, (ii) τα αίτια της κρίσης χρέους και (iii) τη σχέση μεταξύ ύφεσης και κρίσης χρέους.

Αίτια της κρίσης χρέους στην Ελλάδα

Η περίοδος μετά το 1974 υπήρξε περίοδος μεγάλου δανεισμού για την Ελλάδα με συνέπεια τη γρήγορη διόγκωση του χρέους. Μεταξύ του 1980 και 1993 το χρέος εκτινάχτηκε από το 28.6% σε 111.6% του ΑΕΠ. Το έλλειμμα την ίδια περίοδο ήταν επίσης υψηλό. Μετά το 1993 η οικονομία μπήκε σε έναν πιο ομαλό δρόμο με στόχο να ικανοποιήσει τα κριτήρια σύγκλισης της συνθήκης του Μάαστριχτ. Χάρη στην επίτευξη υψηλότερων ρυθμών ανάπτυξης και αποκρατικοποιήσεων το χρέος άρχισε να μειώνεται ελαφρά ως ποσοστό του ΑΕΠ και το έλλειμμα έπεσε μέχρι το 1999 κάτω από 3%, πετυχαίνοντας τελικά η Ελλάδα να γίνει μέλος της Οικονομικής Νομισματικής Ένωσης (ONE). Αργότερα αποκαλύφθηκε

πως οι σχετικά υψηλές επιδόσεις που παρουσιάζονταν αυτή την περίοδο οφείλονταν σε αποκρύψεις ελλειμμάτων και δανείων, πρακτική που ονομάστηκε δημιουργική λογιστική, στην υλοποίηση της οποίας βοήθησε και η τράπεζα επενδύσεων Goldman Sachs.

Το φθινόπωρο του 2004, ο τότε υπουργός οικονομικών Γιώργος Αλογοσκούφης προχώρησε σε οικονομική απογραφή κατόπιν πίεσης από την Eurostat. Η απογραφή αποκάλυψε αποκρύψεις δαπανών της προηγούμενης κυβέρνησης με αποτέλεσμα να αναθεωρηθούν τα ελλείμματα των προηγούμενων ετών προς τα πάνω. Το γεγονός αυτό οδήγησε σε μείωση της αξιοπιστίας της χώρας και σε τριετή επιτήρηση από την Ε.Ε.. Την ίδια χρονιά η Eurostat προχώρησε σε αναθεώρηση παλαιότερων ελλειμμάτων της Ελλάδας, από τα οποία προέκυπτε ότι η Ελλάδα δεν ικανοποιούσε ποτέ τα κριτήρια σύγκλισης του Μάαστριχτ αφού ακόμα και την κρίσιμη χρονιά του 1999 εξακολουθούσε να έχει έλλειμμα πάνω από 3%.

Την τριετία 2004-2007 το χρέος ως ποσοστό του ΑΕΠ μειώνεται ενώ σημειώνονται υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης με το εθνικό εισόδημα να αυξάνεται κατά 12-15 δις. τον χρόνο. Από το φθινόπωρο του 2008 όμως, λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης που ξέσπασε τότε, η ελληνική οικονομία εκτροχιάζεται και το έλλειμμα άλλα και το χρέος αρχίζουν να αυξάνονται με γρήγορους ρυθμούς.

Τον Νοέμβριο του 2010 η Eurostat προχώρησε σε αναθεώρηση των ελληνικών ελλειμμάτων των τελευταίων ετών. Σύμφωνα με τα στοιχεία αυτά το έλλειμμα του 2006 τοποθετήθηκε στο 5.7% του ΑΕΠ (12,1 δις. ευρώ), του 2007 στο 6.4% του ΑΕΠ (14,4 δις. ευρώ), του 2008 στο 9.4% του ΑΕΠ (22,3 δις. ευρώ) και του 2009 στο 15.4% του ΑΕΠ (36,1 δις. ευρώ). Αντίστοιχα αναθεωρήθηκε προς τα πάνω και το χρέος, με το χρέος του 2009 να αναθεωρείται στο 126.8% του ΑΕΠ που αντιστοιχεί σε 298 δις. Ευρώ.

Έχοντας διαμορφωθεί ένα δυσάρεστο κλίμα για την ελληνική οικονομία ο τότε πρωθυπουργός, που κυβερνούσε με μία μικρή πλειοψηφία 152 βουλευτών, εξαγγέλλει πρόωρες εκλογές για τις 4 Οκτωβρίου 2009. Για την απόφασή του αυτή κατηγορήθηκε από τους αντιπάλους του, ότι με τις εκλογές είχε σκοπό να “αποδράσει” από την πολύ δύσκολη κατάσταση που διαμορφωνόταν. Τις εκλογές κέρδισε το μεγάλο αντίπαλο κόμμα με υποσχέσεις για αυξήσεις μισθών στα όρια του πληθωρισμού συνοδευόμενες από την δήλωση “λεφτά υπάρχουν”.

Ο υπουργός οικονομικών που ανέλαβε κλήθηκε να αντιμετωπίσει μία δραματική κατάσταση. Στις 20 Οκτωβρίου του 2009 ανακοίνωσε στο ECOFIN ότι το έλλειμμα για το 2009 θα εκτιναχτεί στο 12.5% από 6% που το υπολόγιζε η προηγούμενη κυβέρνηση (τελικά το 2010 αναθεωρήθηκε στο 15.4%). Δύο μέρες μετά ο οίκος αξιολόγησης Fitch υποβάθμισε την Ελλάδα από A σε A-+.

Παρόλα αυτά η κυβέρνηση απέφυγε να προχωρήσει άμεσα σε λήψη μέτρων δημοσιονομικής εξυγίανσης, με σκοπό να καθησυχάσει τις αγορές. Στο επόμενο διάστημα προχώρησε σε εφαρμογή προεκλογικών της υποσχέσεων, όπως η καταβολή του επιδόματος αλληλεγγύης σε κοινωνικές ομάδες με χαμηλό εισόδημα. Συνεπώς σ' ένα βαθμό στις προεκλογικές υποσχέσεις της κυβέρνησης, ήταν και ο προϋπολογισμός για το 2010, που κατατέθηκε στη Βουλή στις 20 Νοεμβρίου 2009, ο οποίος περιλάμβανε αυξήσεις, στα όρια του πληθωρισμού, σε χαμηλούς μισθούς και συντάξεις. Ο προϋπολογισμός περιείχε επίσης μέτρα μείωσης δαπανών με περιστολή κρατικής σπατάλης και περικοπές σε λειτουργικές δαπάνες ενώ υπολόγιζε αύξηση εσόδων, κυρίως μέσω της αντιμετώπισης της φοροδιαφυγής.

Λίγο μετά την κατάθεση του προϋπολογισμού υπήρξε νέα αρνητική εξέλιξη που αφορούσε την πιστοληπτική ικανότητα της Ελλάδας. Στις 8 Δεκεμβρίου 2009, ο οίκος Fitch υποβάθμισε για δεύτερη φορά την ελληνική οικονομία στο επίπεδο BBB+. Με την σειρά του ο οίκος Standard and Poor's προχώρησε στις 16 Δεκεμβρίου 2009 σε υποβάθμιση της ελληνικής οικονομίας, κρίνοντας το πρόγραμμα της κυβέρνησης για τη δημοσιονομική εξυγίανση της χώρας ανεπαρκές. Ακολούθησε τρίτη υποβάθμιση της ελληνική οικονομίας, στις 23 Δεκεμβρίου 2009, αυτή την φορά από τον οίκο Moody's.

Από τα μέσα Ιανουαρίου του 2010 ξεκίνησε μία συνεχής άνοδος των spreads, που αναφερόταν συχνά στον τύπο ως “ράλι” ή “κούρσα” των spreads. Στις 21 Ιανουαρίου του 2010 το spread των 10ετών ομολόγων ξεπέρασε τις 300 μονάδες και στη συνέχεια ακολούθησε έντονα αυξητική πορεία ξεπερνώντας ακόμα και τις 1000 μονάδες τον Απρίλιο του 2010.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5.1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Έχοντας συλλέξει ένα πολυπληθές σύνολο δεδομένων, το επόμενο στάδιο είναι η επεξεργασία των διαθέσιμων αποτελεσμάτων, ώστε να προκύψουν πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με τη μελέτη που πραγματεύεται η παρούσα εργασία. Η επεξεργασία των δεδομένων βασίστηκε σε στατιστικές τεχνικές, όπως οι γραφικές τεχνικές και τα περιγραφικά μέτρα.

Οι γραφικές μέθοδοι επιχειρούν τη σύνοψη των δεδομένων είτε με Πίνακες, όπως οι Πίνακες Κατανομής Συχνοτήτων, είτε με Διαγράμματα, όπως είναι τα Ιστογράμματα. Τα Ιστογράμματα είναι η πλέον διαδεδομένη μορφή γραφικής απεικόνισης ενός πίνακα κατανομής συχνοτήτων.

Το ιστόγραμμα είναι χρήσιμο για τον έλεγχο της κατανομής που ακολουθεί μια τυχαία μεταβλητή (τ.μ.). Κύριος στόχος είναι η παρατήρηση εάν η τυχαία αυτή μεταβλητή ακολουθεί μια γνωστή κατανομή. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η διαπίστωση ότι η τ.μ. του δείγματος ακολουθεί κανονική κατανομή. Για μικρά δείγματα, με λιγότερες από 30 παρατηρήσεις, δεν αναμένεται το ιστόγραμμα να δίνει το σχήμα καμπάνας της κανονικής κατανομής ακόμα και στην περίπτωση που τα δεδομένα προέρχονται από κανονική κατανομή. Στις περιπτώσεις αυτές, είναι αποδεκτό ότι η τ.μ. ακολουθεί κανονική κατανομή όταν το ιστόγραμμα φαίνεται να διατηρεί κάποια σχετική συμμετρία με τις υψηλότερες συχνότητες να παρουσιάζονται στα κεντρικά διαστήματα τιμών.

Το *διάγραμμα διασκορπισμού (scatter plot)* αποτυπώνει γραφικά δυο μεγέθη καθώς και το πώς αυτά συνδέονται μεταξύ τους. Με τη μέθοδο αυτή δίνεται η δυνατότητα να διαπιστωθεί αν τα σημεία βρίσκονται πάνω ή κοντά σε μια ευθεία γραμμή. Η παρουσία αυτής της γραμμής σε ένα διάγραμμα διασκορπισμού εκφράζει τη γραμμική σχέση μεταξύ των παρατηρήσεων των δυο ομάδων [Κουλάκογλου, 1998].

Παρόλο που οι γραφικές μέθοδοι είναι πολύ σημαντικές, εντούτοις πολλές φορές είναι απαραίτητη η χρησιμοποίηση πιο συνοπτικών τρόπων περιγραφής των αποτελεσμάτων μιας έρευνας. Οι μέθοδοι που χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν ένα σύνολο δεδομένων,

λέγονται περιγραφικά μέτρα. Τα περιγραφικά μέτρα, ανάλογα με τον τρόπο που περιγράφουν ένα σύνολο δεδομένων, διακρίνονται σε [Μπάτζιος, 1999]:

- Μέτρα Κεντρικής Τάσης ή Θέσης
- Μέτρα Διασποράς,
- Μέτρα Ασυμμετρίας
- Μέτρα Κύρτωσης

Τα *μέτρα κεντρικής τάσης ή θέσης* ταυτοποιούν τη θέση του “κέντρου” ενός συνόλου δεδομένων, τα οποία έχουν ταξινομηθεί κατά σειρά μεγέθους. Στα μέτρα κεντρικής τάσης εντάσσεται ο αριθμητικός μέσος (ή μέση τιμή ή μέσος), που δείχνει σχετικά τις θέσεις των αριθμών στους οποίους αναφέρεται. Ο αριθμητικός μέσος έχει τα ακόλουθα πλεονεκτήματα:

- Ο μέσος υπάρχει για κάθε σύνολο στοιχείων και είναι μοναδικός.
- Κάθε τιμή του συνόλου των στοιχείων επηρεάζει την τιμή του μέσου.
- Ο μέσος χρησιμοποιείται ευρύτατα σε περαιτέρω στατιστικούς υπολογισμούς.

Αντίθετα, σημαντικό μειονέκτημα του μέσου αποτελεί το γεγονός ότι επηρεάζεται από ακραίων τιμών (ασυνήθιστα μεγάλες ή μικρές τιμές).

Τα περιγραφικά μέτρα ενός συνόλου στοιχείων, που περιέχουν πληροφόρηση σε σχέση με το βαθμό της μεταβλητότητας, την οποία εκδηλώνουν τα στοιχεία αυτά γύρω από κάποιο μέτρο θέσης, λέγονται *μέτρα διασποράς ή διακύμανσης*. Στα *μέτρα διασποράς* ανήκουν το εύρος, η διακύμανση, η τυπική απόκλιση και ο συντελεστής μεταβολής. Το εύρος, R , ενός συνόλου στοιχείων αποτελεί το απλούστερο μέτρο διασποράς. Είναι η απόσταση μεταξύ της μέγιστης και της ελάχιστης τιμής του συνόλου αυτού.

Παρόλο που το εύρος υπολογίζεται πολύ εύκολα, χρησιμοποιεί μόνο τις δύο ακραίες τιμές και ως εκ τούτου δεν αξιοποιεί όλη την πληροφόρηση που περιέχουν τα στοιχεία. Παράλληλα, επηρεάζεται από τις δύο ακραίες τιμές και τελικά δεν δίνει την πραγματική εικόνα της διασποράς των στοιχείων.

Η Διακύμανση (S^2) είναι ένα ακόμη μέτρο διασποράς το οποίο βασίζεται στην έννοια της απόστασης μιας παρατήρησης από τον αριθμητικό μέσο των παρατηρήσεων. Ξεπερνά το πρόβλημα του μηδενικού αθροίσματος αποκλίσεων χρησιμοποιώντας όχι απόλυτες τιμές, αλλά τα τετράγωνα των αποκλίσεων τα οποία έχουν πάντοτε μη αρνητικές τιμές.

Η διακύμανση αποτελεί ένα πολύ σημαντικό μέτρο διασποράς, όμως είναι δύσκολο να ερμηνευτεί καθώς εκφράζεται στα τετράγωνα των μονάδων των παρατηρήσεων.

Παρόλο που η διακύμανση ενός συνόλου στοιχείων αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα μέτρα διασποράς, όμως, αυτή εκφράζεται σε μονάδες οι οποίες αντιστοιχούν στις πραγματικές μονάδες μέτρησης των στοιχείων, υψωμένες στο τετράγωνο. Για την αντιμετώπιση αυτού του προβλήματος και τη χρησιμοποίηση περιγραφικών μέτρων τα οποία θα εκφράζονται στις ίδιες μονάδες μέτρησης με τα στοιχεία στα οποία αναφέρονται, ορίζεται η τυπική απόκλιση (standard deviation, S) που ορίζεται ως η θετική τετραγωνική ρίζα της διακύμανσης.

Όσο περισσότερη είναι η μεταβλητότητα των τιμών ενός συνόλου στοιχείων, γύρω από το μέσο του συνόλου αυτού, τόσο μεγαλύτερη είναι η τυπική απόκλισή του. Αντίθετα, χαμηλή τιμή της τυπικής απόκλισης, δηλώνει μεγάλη συγκέντρωση των στοιχείων του συνόλου γύρω από τον αριθμητικό μέσο.

Στην περίπτωση σύγκρισης της διασποράς των στοιχείων δύο συνόλων, τότε η σύγκριση των δύο τυπικών αποκλίσεων είναι πιθανό να οδηγήσει σε εσφαλμένα συμπεράσματα. Αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι οι δυο μεταβλητές που εμπλέκονται, μετρώνται σε διαφορετικές μονάδες. Συνεπώς, η ερμηνεία του συγκεκριμένου μέτρου διασποράς εξαρτάται από τις μονάδες μέτρησης των στοιχείων. Η επίδραση των μονάδων μέτρησης αντιμετωπίζεται με την τυποποίηση του μέτρου διασποράς στη βάση κάποιας ποσότητας που είναι αντιπροσωπευτική των μονάδων μέτρησης, όπως ο μέσος. Ειδικότερα, όταν το μέτρο διασποράς είναι η τυπική απόκλιση και το μέτρο θέσης είναι ο αριθμητικός μέσος, η τυποποίηση αυτής της τιμής λέγεται *συντελεστής μεταβολής (CV)* και εκφράζει την τυπική απόκλιση ως ποσοστό του αριθμητικού μέσου.

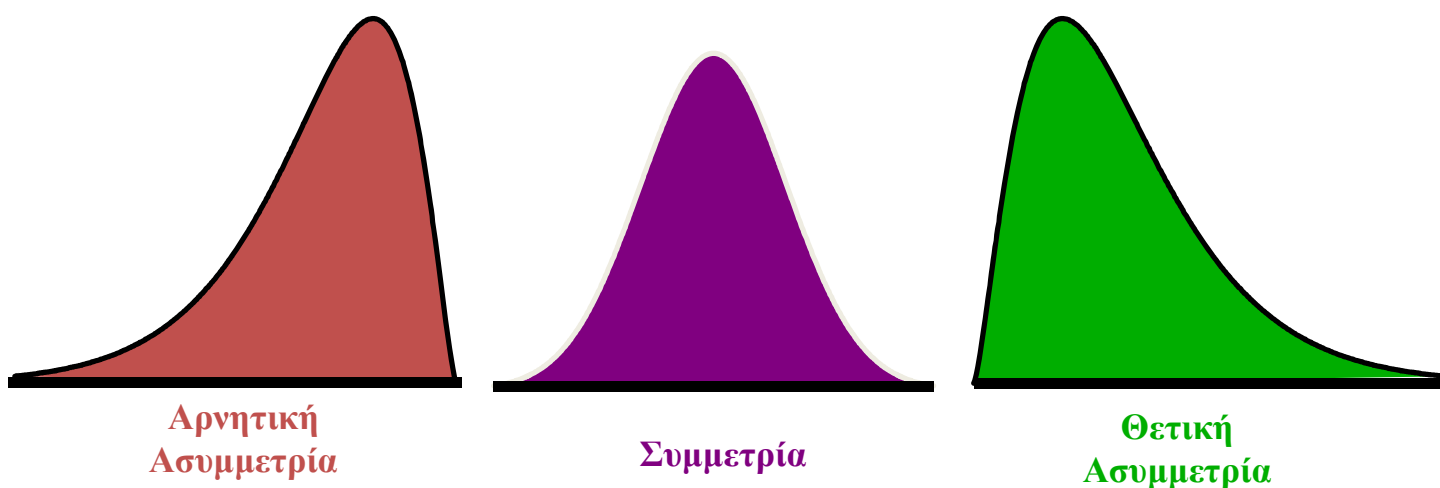
Ο συντελεστής μεταβολής είναι μέτρο διασποράς απαλλαγμένος από τις μονάδες μέτρησης των στοιχείων στα οποία αναφέρεται και συνήθως εκφράζεται σε ποσοστά επί %.

Χρησιμοποιείται για τη σύγκριση δύο ή περισσότερων συνόλων στοιχείων, των οποίων οι τιμές εκφράζονται σε διαφορετικές μονάδες μέτρησης. Ακόμη, χρησιμοποιείται στις περιπτώσεις όπου, αν και οι μονάδες μέτρησης είναι ίδιες, εντούτοις διαφέρουν σημαντικά σε σχέση με το μέγεθος. Σοβαρό μειονέκτημα του συντελεστή μεταβολής είναι δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί όταν ο αριθμητικός μέσος βρίσκεται κοντά στο μηδέν.

Τα μέτρα κεντρικής τάσης και διασποράς ενός συνόλου παρατηρήσεων μπορούν να περιγράψουν το διαθέσιμο δείγμα. Η βελτίωση της περιγραφής του συνόλου των παρατηρήσεων μπορεί να επιτευχθεί προσδιορίζοντας ένα μέτρο ασυμμετρίας, που θα

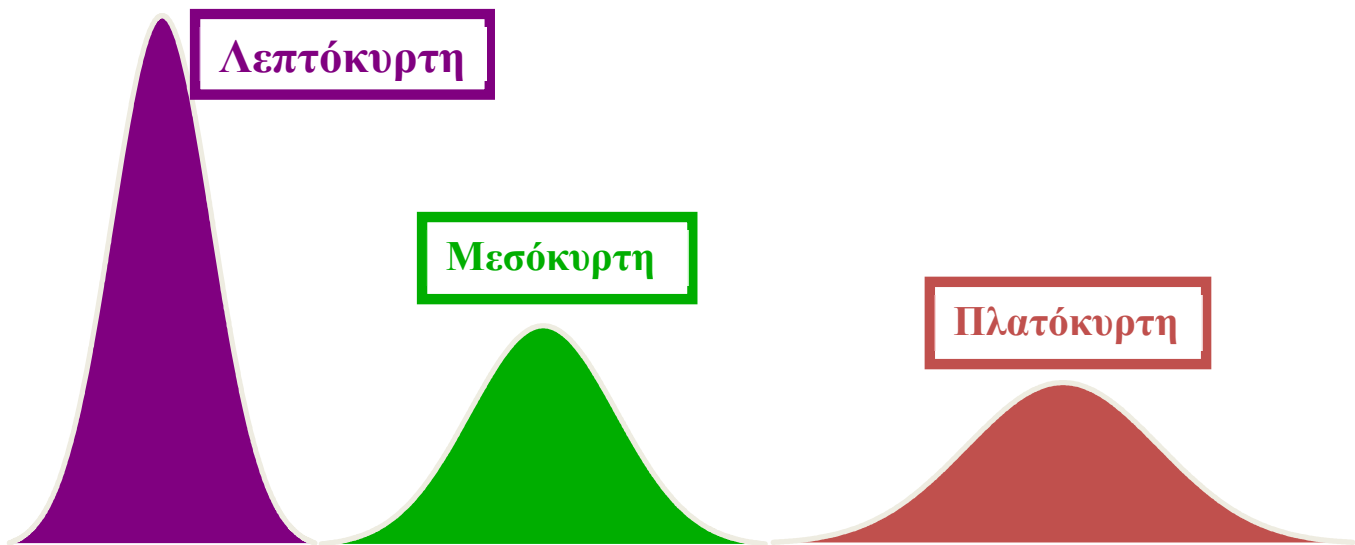
παρουσιάζει το πόσο και προς ποια κατεύθυνση αποκλίνει η κατανομή των διαθέσιμων δεδομένων από την πλήρως συμμετρική κατανομή. Η συμμετρική κατανομή είναι αυτή η οποία έχει ομαλή κωδωνοειδή μορφή.

Η ασυμμετρία μπορεί να είναι θετική ή αρνητική. Ειδικότερα, θετικά ασυμμετρική (ή ασύμμετρη δεξιά) είναι μια κατανομή όταν παρουσιάζει εξόγκωση προς τα αριστερά και επιμήκυνση του άκρου της που αντιστοιχεί στις μεγαλύτερες τιμές του χαρακτηριστικού. Αυτό σημαίνει ότι η πλειοψηφία των παρατηρήσεων έχει μικρές τιμές ενώ είναι πολύ λιγότερες οι παρατηρήσεις με μεγάλες τιμές. Από την άλλη πλευρά, στην αρνητική ασυμμετρία (ή ασύμμετρη αριστερά) το εξόγκωμα είναι μετατοπισμένο προς τα δεξιά και η επιμήκυνση του άκρου της που αντιστοιχεί στις μικρότερες τιμές του χαρακτηριστικού. Σε αυτή την περίπτωση, η πλειοψηφία των παρατηρήσεων έχει μεγάλες τιμές. Το Σχήμα 5.1 αποτυπώνει τις τρεις κατανομές με διαφορετικό βαθμό “ασυμμετρίας”.



Σχήμα 5.1: Διαφορετικοί βαθμοί ασυμμετρίας

Ο βαθμός κατά τον οποίο τα στοιχεία μιας κατανομής τείνουν να είναι συγκεντρωμένα στο κέντρο της κατανομής αναφέρεται ως *κύρτωση* της κατανομής. Με άλλα λόγια, ο όρος κύρτωση υποδηλώνει την οξύτητα που έχει η κορυφή μιας κατανομής παρατηρήσεων. Στο Σχήμα 5.2 απεικονίζονται τρεις κατανομές με διαφορετική κύρτωση. Ανάλογα με το βαθμό κύρτωσης, μια κατανομή χαρακτηρίζεται ως λεπτόκυρτη, μεσόκυρτη ή πλατύκυρτη.



Σχήμα 5.2: Διαφορετικοί βαθμοί κύρτωσης

Η κύρτωση αναφέρεται στην οξύτητα που έχει η κορυφή μιας κατανομής παρατηρήσεων.

Κατά τη μελέτη ενός προβλήματος χρειάζεται να προσδιοριστεί η σχέση μεταξύ των μεταβλητών. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της συσχέτισης η οποία είναι η μέθοδος που χρησιμοποιείται για τη μέτρηση του βαθμού εξάρτησης, δηλαδή της φοράς και της έντασης της συμμεταβλητότητας μεταξύ των μεταβλητών. Στην περίπτωση δυο μεταβλητών πρόκειται για απλή συσχέτιση, ενώ η ύπαρξη περισσότερων μεταβλητών καλείται πολλαπλή συσχέτιση.

Ο συντελεστής συσχέτισης είναι μια στατιστική ποσότητα που μετράει τη σχέση μεταξύ δυο μεταβλητών. Ο συντελεστής συσχέτισης προσδιορίζει πόσο ισχυρή είναι η συμμεταβλητότητα δυο μεταβλητών με τον υπολογισμό μιας τιμής. Οι συσχετίσεις διαφέρουν σε σχέση με το μέγεθος και την ένδειξή τους (θετική ή αρνητική). Το μέγεθος της συσχέτισης φαίνεται από την απόστασή του από το μηδέν και υποδεικνύει την ισχύ της σχέσης μεταξύ δυο συνόλων. Ένας συντελεστής συσχέτισης που πλησιάζει το ένα υποδεικνύει μια δυνατή σχέση. Η ένδειξη μιας συσχέτισης (+ ή -) υποδεικνύει το είδος της σχέσης μεταξύ δυο μεταβλητών.

Από τους πιο γνωστούς συντελεστές συσχέτισης είναι ο συντελεστής συσχέτισης του Pearson r και ο συντελεστής συσχέτισης του Spearman.

Επίσης, οι συντελεστές συσχέτισης που θα χρησιμοποιηθούν πρέπει να σχετίζονται με μια πιθανότητα εμφάνισης ενός συγκεκριμένου αποτελέσματος, η οποία συγκρίνεται με το 5%. Η συγκεκριμένη προϋπόθεση εξασφαλίζει ότι θα υπάρχει στατιστικά σημαντικό εύρημα, το οποίο δηλώνει μη-τυχαίες διαφορές και άρα διαπιστώνεται η ύπαρξη σχέσης μεταξύ των μεταβλητών. Σε αντίθετη περίπτωση, δηλαδή εφόσον η πιθανότητα είναι μεγαλύτερη του 5% προκύπτει ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση. Αξίζει να σημειωθεί ότι αντί της τιμής του 5% μπορεί να χρησιμοποιηθεί η τιμή 1%, αυξάνοντας την αυστηρότητα του κριτηρίου και την αξιοπιστία του αποτελέσματος.

Ο παραμετρικός συντελεστής συσχέτισης *Pearson (r)* αποτελεί μέτρο του βαθμού της συσχέτισης δυο μεταβλητών. Η εφαρμογή της μεθόδου αυτής στη διερεύνηση της στατιστικής συσχέτισης μεταξύ δύο μεταβλητών προϋποθέτει ότι η συλλογή των παρατηρήσεων έγινε τυχαία και για τις δύο μεταβλητές και ότι η κατανομή συχνοτήτων των τιμών καθεμίας είναι κανονική. Αν οι δύο μεταβλητές δεν κατανέμονται κανονικά ο παραμετρικός συντελεστής *Pearson* δεν μπορεί να εφαρμοστεί και χρησιμοποιείται ο μη-παραμετρικός συντελεστής συσχέτισης *Spearman* [Τριχόπουλος, 2001].

Ο παραμετρικός συντελεστής συσχέτισης *Pearson* υπολογίζεται από τον τύπο:

$$r_{XY} = \frac{n \cdot \sum (X - \bar{X}) \cdot (Y - \bar{Y})}{\sqrt{\sum (X - \bar{X})^2 \cdot \sum (Y - \bar{Y})^2}} \quad (1)$$

όπου *X* και *Y* είναι οι τιμές των μεταβλητών, *X* και *Y* είναι οι αντίστοιχες μέσες τιμές και Σ το σύμβολο της αλγεβρικής άθροισης.

Το εύρος που μπορεί να πάρει ο *r* είναι από -1 έως και +1. Το πρώτο μέγεθος δείχνει μια τέλεια αρνητική (αντιστρόφως ανάλογη) σχέση, ενώ το δεύτερο μια τέλεια θετική (ευθέως ανάλογη) σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών. Το μηδέν αντιπροσωπεύει μηδενική σχέση μεταξύ δύο μεταβλητών. Η συσχέτιση είναι ένα μέγεθος και μπορεί να αποδοθεί περιγραφικά η τιμή του χρησιμοποιώντας τον οδηγό που ο Evans (1996) προτείνει για την απόλυτη τιμή του *r*:

- 0.00-0.20 Μηδενική σχέση
- 0.21-0.40 Μικρή σχέση
- 0.41-0.60 Μέτρια σχέση
- 0.61-0.80 Δυνατή σχέση
- > 0.81 Εξαιρετικά δυνατή σχέση

Ο τύπος που υπολογίζει το συντελεστή είναι:

Ο μη παραμετρικός συντελεστής συσχέτισης του Spearman (ρ) αποτελεί μέτρο της συσχέτισης δύο διατάξιμων ή ποσοτικών χαρακτηριστικών. Σε αντιδιαστολή με τον παραμετρικό συντελεστή συσχέτισης του Pearson, ο οποίος εφαρμόζεται μόνο σε ποσοτικά χαρακτηριστικά και προϋποθέτει κανονική κατανομή συχνοτήτων, ο συντελεστής συσχέτισης του Spearman εφαρμόζεται τόσο σε διαβαθμιζόμενα όσο και σε ποιοτικά χαρακτηριστικά και σε κατανομές συχνοτήτων οποιασδήποτε μορφής.

Ο συντελεστής συσχέτισης του Spearman, όπως και ο παραμετρικός συντελεστής συσχέτισης, μπορεί να λάβει τιμές από -1 μέχρι και +1. Ο παραμετρικός συντελεστής συσχέτισης του Pearson και ο μη-παραμετρικός συντελεστής συσχέτισης του Spearman είναι εννοιολογικά αντίστοιχοι. Όταν και οι δυο συντελεστές είναι εφαρμόσιμοι, ο παραμετρικός συντελεστής διαθέτει μεγαλύτερη ισχύ τεκμηρίωσης ενδεχόμενης συσχέτισης [Τριχόπουλος, 2001].

Ο συντελεστής συσχέτισης του Spearman υπολογίζεται από τη σχέση:

$$\rho = 1 - \frac{6 \cdot \sum d^2}{n \cdot (n^2 - 1)} \quad (2)$$

όπου d οι διαφορές των αντίστοιχων τιμών, $d_i = X_i - Y_i$ και n είναι ο αριθμός των παρατηρήσεων.

Ο περιγραφικός χαρακτηρισμός της συσχέτισης σύμφωνα με το συντελεστή Spearman είναι:

- 0.00-0.20 Μηδενική σχέση
- 0.21-0.40 Μικρή σχέση
- 0.41-0.60 Μέτρια σχέση
- 0.61-0.80 Δυνατή σχέση
- > 0.81 Εξαιρετικά δυνατή σχέση

Το t-test χρησιμοποιείται για τη σύγκριση των μέσων όρων δυο συνόλων τιμών που διαφέρουν ως προς ένα χαρακτηριστικό. Για τη χρήση του t-test η εξαρτημένη μεταβλητή

είναι ποσοτική (ή το αποτέλεσμα μιας κλίμακας Likert) ενώ η ανεξάρτητη είναι ποιοτική με δυο μόνο τιμές. Η διατύπωση των υποθέσεων έχει την εξής μορφή:

Μηδενική υπόθεση (H0): Οι μέσοι όροι των δυο ομάδων δεν διαφέρουν μεταξύ τους.

Εναλλακτική υπόθεση (H1): Οι μέσοι όροι διαφέρουν μεταξύ τους.

Η ανάλυση της διακύμανσης (ANalysis Of VAriance – ANOVA) είναι μία στατιστική μέθοδος με την οποία η μεταβλητότητα που υπάρχει σ' ένα σύνολο δεδομένων διασπάται στις επιμέρους συνιστώσες της με στόχο την κατανόηση της σημαντικότητας των διαφορετικών πηγών προέλευσής της. Στη μέθοδο ANOVA η παρατηρούμενη διακύμανση μιας συγκεκριμένης μεταβλητής είναι χωρισμένη σε συνιστώσες που αποδίδονται σε διαφορετικές πηγές διακύμανσης. Στην απλούστερη μορφή της, η ANOVA παρέχει μια στατιστική δοκιμή του κατά πόσον ή όχι οι αριθμητικοί μέσοι των διαφόρων ομάδων είναι ίσοι και επομένως γενικεύει το t-test για περισσότερες από δύο ομάδες. Η μέθοδος ANOVA είναι παρόμοια με πολλαπλές δοκιμές t δύο δειγμάτων, αλλά είναι λιγότερο συντηρητική (αποτελέσματα σε λιγότερο σφάλμα τύπου I) και ως εκ τούτου κατάλληλη για ένα ευρύ φάσμα πρακτικών προβλημάτων.

6. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Το κεφάλαιο αυτό παρουσιάζει τα δημογραφικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα που συνθέτουν το προφίλ κάθε επιχείρησης καθώς και των επιχειρηματιών όπως προέκυψαν από τη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων.

6.1. ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ

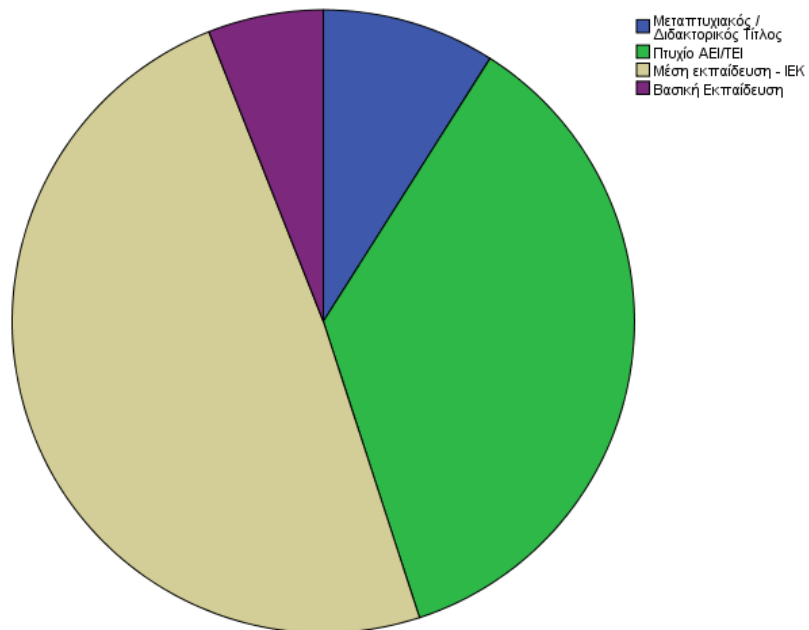
Πίνακας 6.1: Αριθμός απασχολούμενων

ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
1 – 9	93
10 – 49	4
50 – 249	0
250 και επάνω	3

Ο Πίνακας 6.1 παρουσιάζει το πλήθος των επιχειρήσεων βάσει του αριθμού απασχολούμενων. Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων απασχολεί από 1 έως και 9 άτομα, 4 επιχειρήσεις έχουν 10-49 εργαζόμενους, ενώ σε 4 από τις συνολικά 100 εταιρείες εργάζονται πάνω από 250 άτομα. Αξίζει να σημειωθεί ότι στην παρούσα έρευνα δεν υπήρξαν επιχειρήσεις στις οποίες να εργάζονται 50-249 άτομα. Γενικά, οι περισσότερες εταιρείες που συμμετείχαν είναι πολύ μικρές.

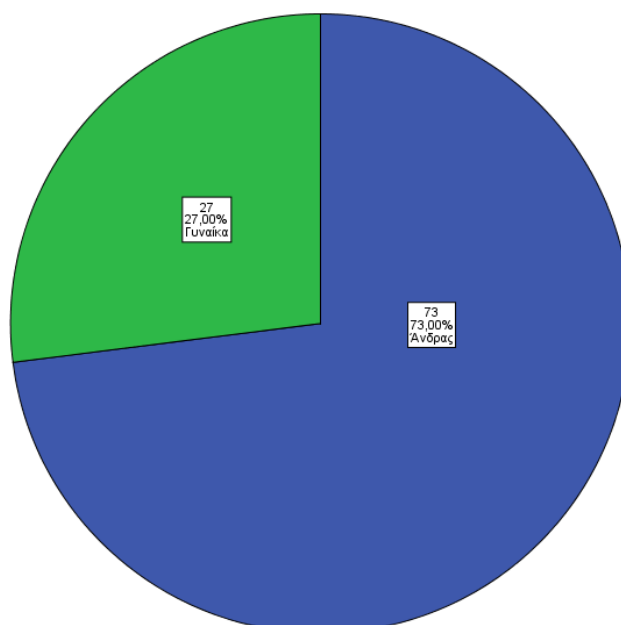
6.2. ΣΠΟΥΔΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

Το Σχήμα 6.1 αποτυπώνει το επίπεδο σπουδών του κάθε επιχειρηματία. Από το γράφημα προκύπτει ότι οι περισσότεροι κάτοχοι των επιχειρήσεων είναι απόφοιτοι μέσης εκπαίδευσης – ΙΕΚ και ακολουθούν οι απόφοιτοι πτυχίων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (ΑΕΙ/ΤΕΙ). Ο αριθμός των επιχειρηματιών που είναι κάτοχοι μεταπτυχιακών/διδακτορικών τίτλων καθώς και βασικής εκπαίδευσης είναι πολύ μικρότερος.



Σχήμα 6.1: Σπουδές επιχειρηματία

6.3. ΦΥΛΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

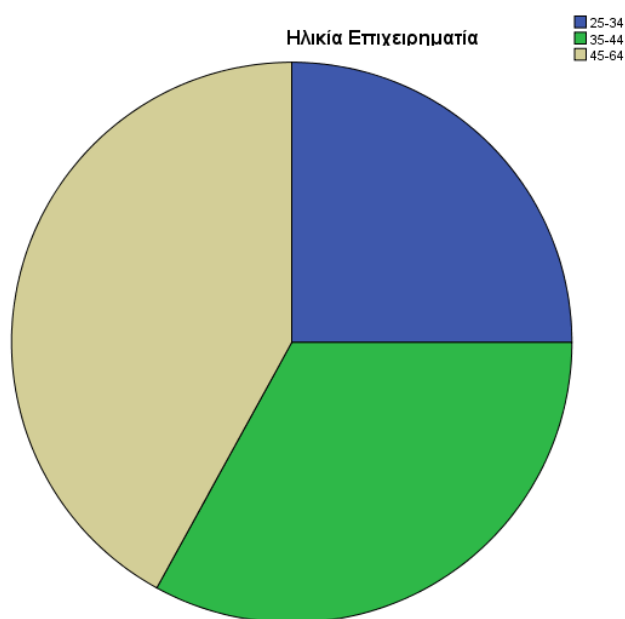


Σχήμα 6.2: Φύλο επιχειρηματία

Το Σχήμα 6.2 προβάλλει με γραφικό τρόπο το φύλλο των επιχειρηματιών. Η πλειοψηφία των επιχειρηματιών (73%) είναι άνδρες με αποτέλεσμα η αναλογία να είναι μια γυναίκα σε κάθε τρεις άνδρες επιχειρηματίες.

6.4. ΗΛΙΚΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

Το Σχήμα 6.3 παρουσιάζει γραφικά την ηλικία των επιχειρηματιών. Η πλειοψηφία



Σχήμα 6.3: Ηλικία επιχειρηματία

Πίνακας 6.2: Ηλικιακή κατανομή επιχειρηματιών

ΗΛΙΚΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ
18 – 24	0
25 – 34	25
35 – 44	33
45 – 64	42
ΣΥΝΟΛΟ	100

Ο Πίνακας 6.2 παρουσιάζει το πλήθος των επιχειρηματιών ανά ηλικιακή ομάδα. Η πλειοψηφία των επιχειρηματιών ανήκουν στην ομάδα 45 – 64 ετών, ακολουθούν εκείνοι που

είναι από 35 – 44 ετών και οι λιγότεροι είναι οι επιχειρηματίες των 25 – 34 ετών. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι δεν υπάρχουν επιχειρηματίες της ηλικιακής ομάδας 18 – 24 ετών. Η ερμηνεία των αποτελεσμάτων αυτών δείχνει ότι οι νέοι δεν τολμούν να προβούν στη δημιουργία μιας επιχείρησης, ενώ οι επιχειρήσεις που συστάθηκαν εδώ και χρόνια είναι αυτές που συνεχίζουν να παραμένουν ενεργές. Επιπρόσθετα, οι περισσότεροι νέοι άνθρωποι προτιμούν να συνεχίσουν τις σπουδές τους ή να εργαστούν σε μια άλλη χώρα, αφήνοντας την Ελλάδα. Ακόμη, η απουσία νέων επιχειρηματιών θα μπορούσε να συνδυαστεί με την απουσία επενδύσεων σε σύγχρονους τεχνολογικούς τομείς στην Ελλάδα.

6.5. ΚΛΑΔΟΣ ΚΥΡΙΑΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Στην υποκεφάλαιο αυτό εξετάζεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείται η κάθε επιχείρηση.

Πίνακας 6.3: Κλάδος κύριας δραστηριότητας

ΚΛΑΔΟΣ ΚΥΡΙΑΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΝΑ ΚΛΑΔΟ
1. Πρωτογενής παραγωγή	11
2. Μεταποίηση	27
3. Εμπόριο	53
4. Υπηρεσίες	34
5. Τουρισμός	1

Ο Πίνακας 6.3 παρουσιάζει το πλήθος των επιχειρήσεων ανά κλάδο δραστηριότητας. Οι περισσότερες επιχειρήσεις ανήκουν στον κλάδο του εμπορίου. Στη συνέχεια ακολουθούν οι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών με τον κλάδο της μεταποίησης να βρίσκεται στην τρίτη (3η) θέση. Η πρωτογενής παραγωγή και ο τουρισμός βρίσκονται στο τέλος της κατάταξης.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι ο κλάδος του εμπορίου μπορεί να συνδυαστεί με τους άλλους κλάδους δραστηριοτήτων. Για το σκοπό αυτό δημιουργήθηκε ο Πίνακας 6.4 που συνοψίζει τα αποτελέσματα έχοντας συνδυάσει τους κλάδους σύμφωνα με τις απαντήσεις των επιχειρηματιών.

Πίνακας 6.4: Συνδυασμός κλάδων δραστηριότητας

ΚΛΑΔΟΣ ΚΥΡΙΑΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΝΑ ΚΛΑΔΟ
1. Πρωτογενής παραγωγή	7
Πρωτογενής παραγωγή – Μεταποίηση	1
2. Πρωτογενής παραγωγή – Μεταποίηση - Εμπόριο	2
3. Πρωτογενής παραγωγή – Εμπόριο	1
4. Μεταποίηση	15
5. Μεταποίηση – Εμπόριο	9
6. Εμπόριο	30
7. Εμπόριο – Υπηρεσίες	11
8. Υπηρεσίες	23
9. Τουρισμός	1
ΣΥΝΟΛΟ	100

Τα αποτελέσματα του Πίνακα 6.4 δείχνουν ότι ο κλάδος του Εμπορίου συγκεντρώνει το μεγαλύτερο πλήθος επιχειρήσεων. Είκοσι τρεις από τις επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στον κλάδο των υπηρεσιών, ενώ δεκαπέντε από αυτές ανήκουν μόνο στον κλάδο της μεταποίησης.

6.6. ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Πίνακας 6.5: Νομική μορφή επιχείρησης

ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΝΑ ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ
1. Ατομική επιχείρηση	65
2. ΟΕ (Ομόρρυθμη Εταιρεία)	23
3. ΕΕ (Ετερόρρυθμη Εταιρεία)	0
4. ΕΠΕ	6
5. Α.Ε.	6
6. Άλλη μορφή	0
ΣΥΝΟΛΟ	100

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα απάντησαν ότι έχουν ατομική επιχείρηση. Οι Ομόρρυθμες Εταιρείες ανέρχονται σε 23, ενώ 6 επιχειρήσεις είναι Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ) και 6 είναι Ανώνυμες Εταιρείες (Α.Ε).

Συνεπώς, προκύπτει ότι οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες είναι αυτό-απασχολούμενοι ή επιχειρήσεις τους είναι οικογενειακές.

6.7. ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Πίνακας 6.6: Εξαγωγική δραστηριότητα της επιχείρησης

ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
1. Καθόλου	62
2. 0,01% - 5%	28
3. 5% - 10%	4
4. 11% - 25%	3
5. 26% - 50%	3
6. Επάνω από 50%	0
ΣΥΝΟΛΟ	100

Η πλειοψηφία (62%) των επιχειρήσεων δεν έχουν εξαγωγική δραστηριότητα. Μόνον το 38% έχουν πωλήσεις στο εξωτερικό. Μάλιστα σημαντικό εξαγωγικό κύκλο έχει μόνο το 3% των επιχειρήσεων. Επομένως, οι περισσότεροι επιχειρηματίες που συμμετείχαν στην έρευνα στοχεύουν στην ελληνική αγορά. Ένα χρήσιμο συμπέρασμα που μπορεί να εξαχθεί είναι ότι επιχειρήσεις με εξαγωγές προϊόντων τους, ενδεχομένως, θα επηρεαστούν λιγότερο από την κρίση καθώς θα έχουν εγκαθιδρύσει καλές εμπορικές σχέσεις με άλλες χώρες. Ειδικότερα, η επίδραση της κρίσης στην ελληνική αγορά θα είναι αντιστρόφως ανάλογη του ποσοστού των πωλήσεων της επιχείρησης στο εξωτερικό.

6.8. ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ



Από το Σχήμα 6.4 προκύπτει ότι το 75% των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα δεν εφαρμόζει κάποιο σύστημα πιστοποίησης ποιότητας (π.χ. ISO 9000). Με άλλα λόγια μόνο μια στις τέσσερις επιχειρήσεις έχει υιοθετήσει σύστημα πιστοποίησης ποιότητας.

6.9. ΧΡΗΣΗ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ

Πίνακας 6.7: Χρήση λογισμικού

ΧΡΗΣΗ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ ΓΙΑ:	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΣΥΝΟΛΟ
1. Γραμματειακή Υποστήριξη	48	52	100
2. Λογιστήριο	71	29	100
3. Πωλήσεις – Διαχείριση Προμηθευτών	77	23	100
4. Αγορές – Διαχείριση Προμηθευτών	62	38	100
5. Αποθήκη	39	61	100
6. Παραγωγή	31	69	100

Ο Πίνακας 6.7 παρουσιάζει τη χρήση λογισμικού σε διάφορα σημαντικά στάδια μιας επιχείρησης. Αναφορικά με τη γραμματειακή υποστήριξη, λίγο περισσότερες από το 50% των επιχειρήσεων χρησιμοποιούν λογισμικό. Σημαντικά είναι τα ποσοστά των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν λογισμικό για το λογιστήριο, τις πωλήσεις – διαχείριση προμηθευτών και αγορές – διαχείριση προμηθευτών, φτάνοντας περίπου το 70%. Για τη διαχείριση της αποθήκης και της παραγωγικής διαδικασίας δεν έχει δοθεί ανάλογο βάρος στη χρήση κατάλληλου λογισμικού.

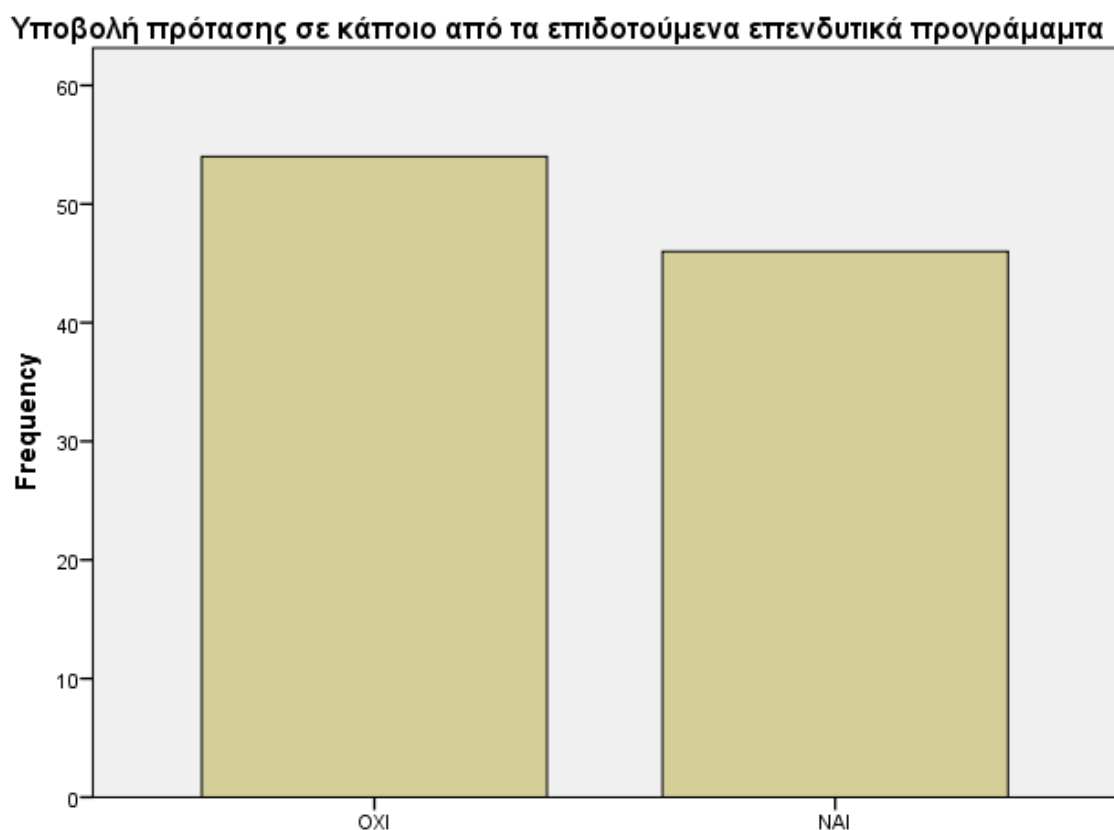
6.10. ΧΡΗΣΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Πίνακας 6.8: Χρήση Διαδικτύου

ΧΡΗΣΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΓΙΑ:	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΣΥΝΟΛΟ
1. Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (email)	70	30	100
2. Διαδικτυακό τόπο (website) της επιχείρησης	51	49	100
3. Ηλεκτρονικές συναλλαγές με προμηθευτές	53	47	100
4. Ηλεκτρονικές συναλλαγές με πελάτες	67	33	100
5. Ηλεκτρονικές συναλλαγές με τις τράπεζες	63	37	100
6. Ηλεκτρονικές συναλλαγές με δημόσιους φορείς	43	57	100

Ο Πίνακας 6.8 παρουσιάζει τη χρήση του Διαδικτύου σε διάφορους τομείς μιας επιχείρησης. Τα μικρότερα ποσοστά συγκεντρώνουν οι ηλεκτρονικές συναλλαγές με δημόσιους φορείς και ο διαδικτυακός τόπος της επιχείρησης. Κυρίαρχες θέσεις σε μια επιχείρηση κατέχουν το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (70%), οι ηλεκτρονικές συναλλαγές με πελάτες (67%) και με τις τράπεζες (63%). Από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων προκύπτει ότι εν γένει οι επιχειρήσεις έχουν μια καλή σχέση με το Διαδίκτυο και το χρησιμοποιούν σε σημαντικό βαθμό.

6.11. ΥΠΟΒΟΛΗ ΠΡΟΤΑΣΗΣ ΣΕ ΚΑΠΟΙΟ ΑΠΟ ΤΑ ΕΠΙΔΟΤΟΥΜΕΝΑ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ



Σχήμα 6.5: Υποβολή πρότασης σε κάποιο από τα επιδοτούμενα επενδυτικά προγράμματα

Πίνακας 6.9: Υποβολή πρότασης σε επιδοτούμενο επενδυτικό πρόγραμμα

		ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
		ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΣΥΝΟΛΟ
1.	Υποβολή πρότασης σε επιδοτούμενο επενδυτικό πρόγραμμα	46%	54%	100%

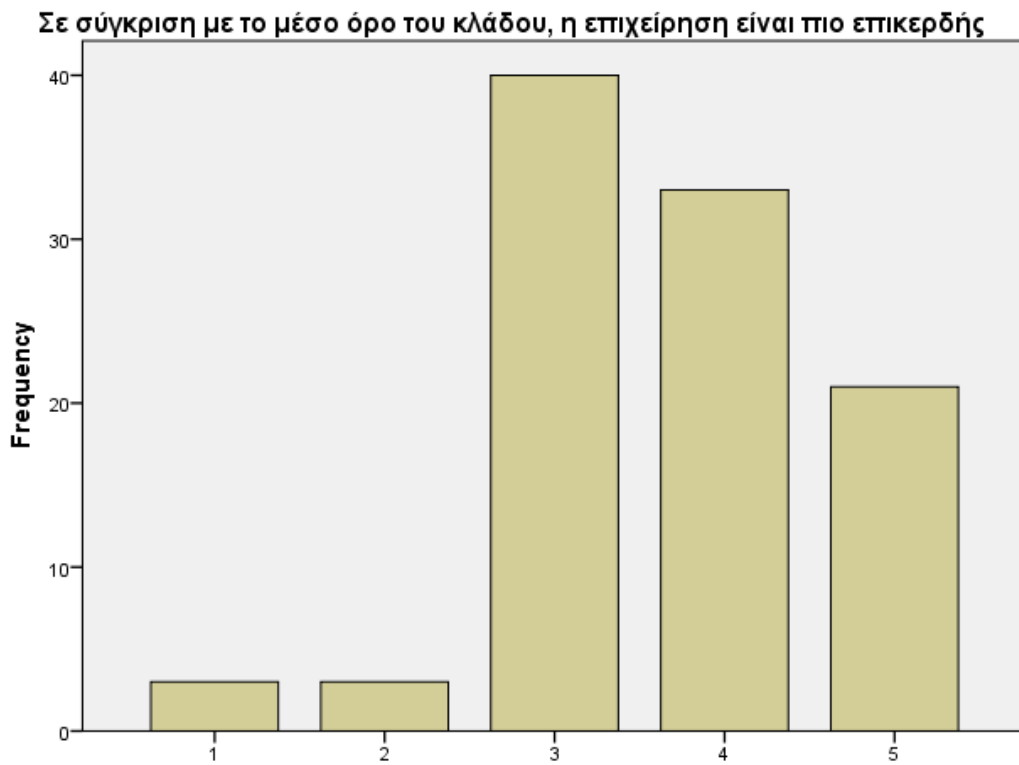
Ο Πίνακας 6.9 παρουσιάζει αριθμητικά τα γραφικά αποτελέσματα του Σχήματος 6.13. Το 46% των επιχειρηματιών έχει υποβάλει πρόταση σε επιδοτούμενο επενδυτικό πρόγραμμα (π.χ. ΕΣΠΑ, Αναπτυξιακός Νόμος, Horizon). Αυτό μπορεί να οφείλεται είτε σε έλλειψη κατάλληλων συμβούλων είτε σε γραφειοκρατικούς παράγοντες είτε επειδή πιστεύουν ότι οι επενδύσεις από αυτά τα προγράμματα έχουν συγκεκριμένους αποδέκτες.

7. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

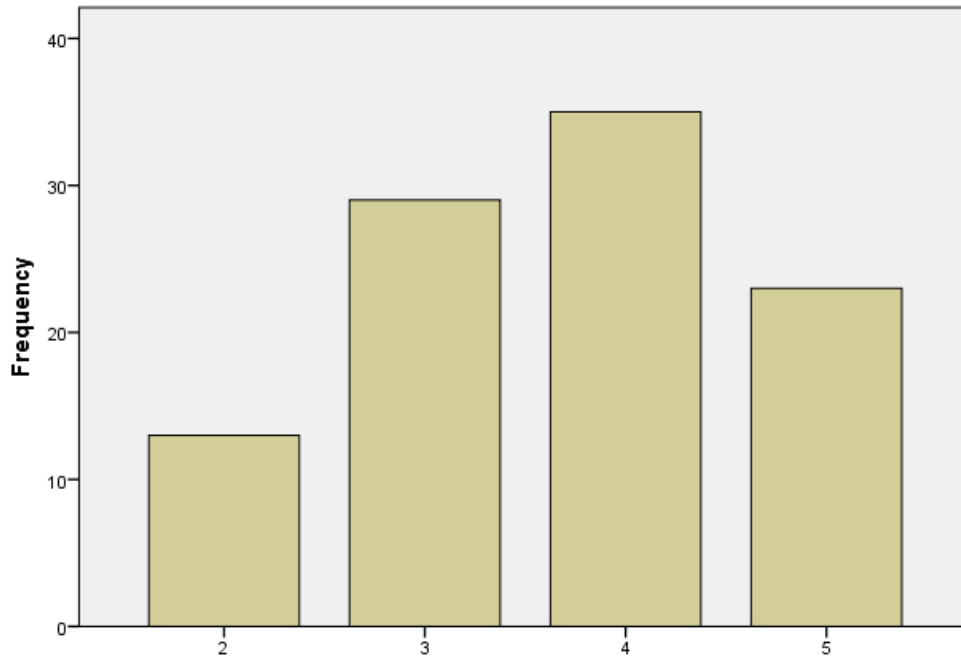
Το κεφάλαιο αυτό εξετάζει τα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας καθώς και το βαθμό που συνεισέφεραν στο διάστημα της χρηματο-οικονομικής κρίσης στην αγορά.

Σε αυτή την ομάδα ερωτήσεων, υπάρχουν απαντήσεις σε μια πενταβάθμια κλίμακα Likert (1=Διαφωνώ Απόλυτα, 2=Μάλλον Διαφωνώ, 3=Ούτε Συμφωνώ Ούτε Διαφωνώ, 4=Μάλλον Συμφωνώ 5=Συμφωνώ Απόλυτα).

7.1. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

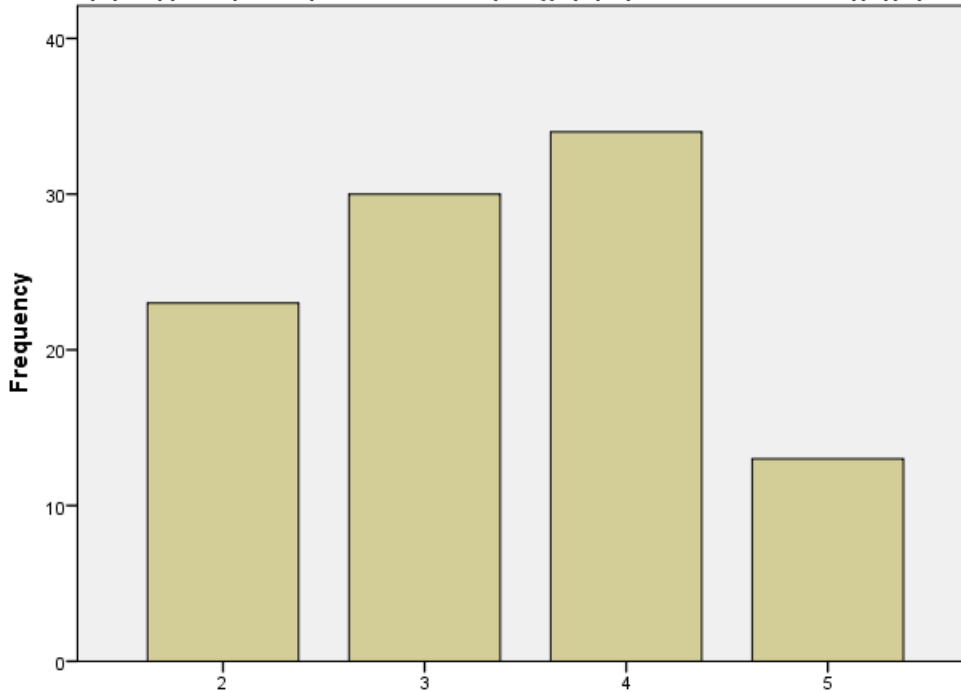


Σε σύγκριση με το μέσο όρο του κλάδου, η επιχείρηση έχει ένα μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς



Σχήμα 7.2: Σε σύγκριση με το μέσο όρο του κλάδου, η επιχείρηση έχει ένα μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς

Σε σύγκριση με το μέσο όρο του κλάδου, η επιχείρηση αναπτύσσεται πιο γρήγορα

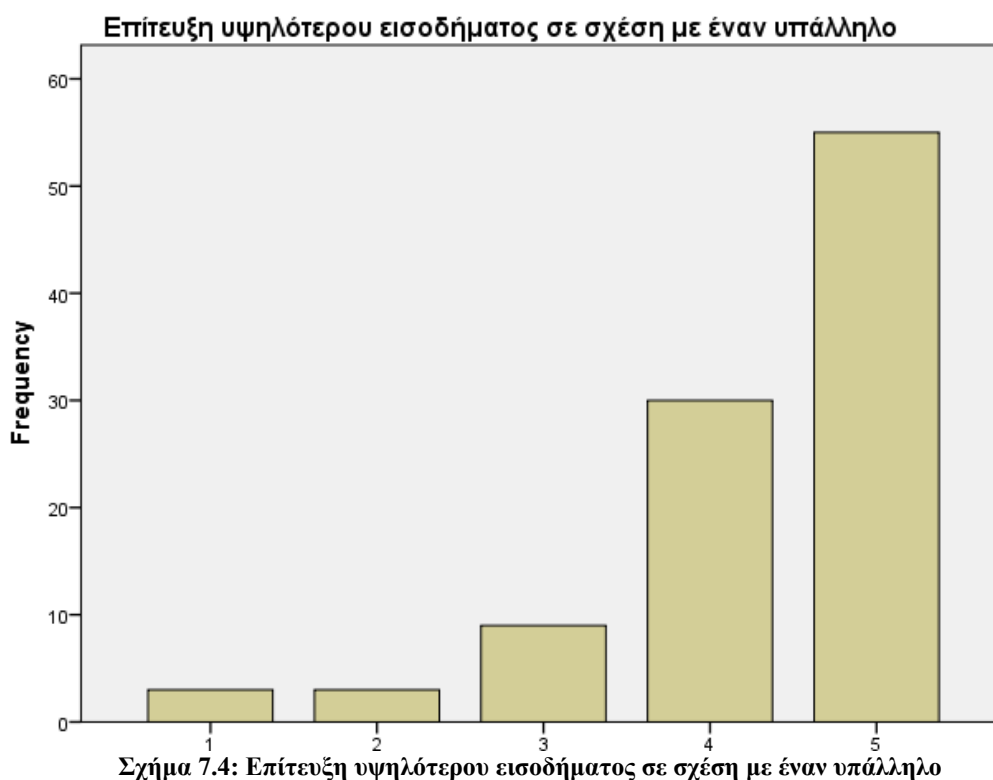


Σχήμα 7.3: Σε σύγκριση με το μέσο όρο του κλάδου, η επιχείρηση αναπτύσσεται πιο γρήγορα

Πίνακας 7.1: Αξιολόγηση της απόδοσης της επιχείρησης

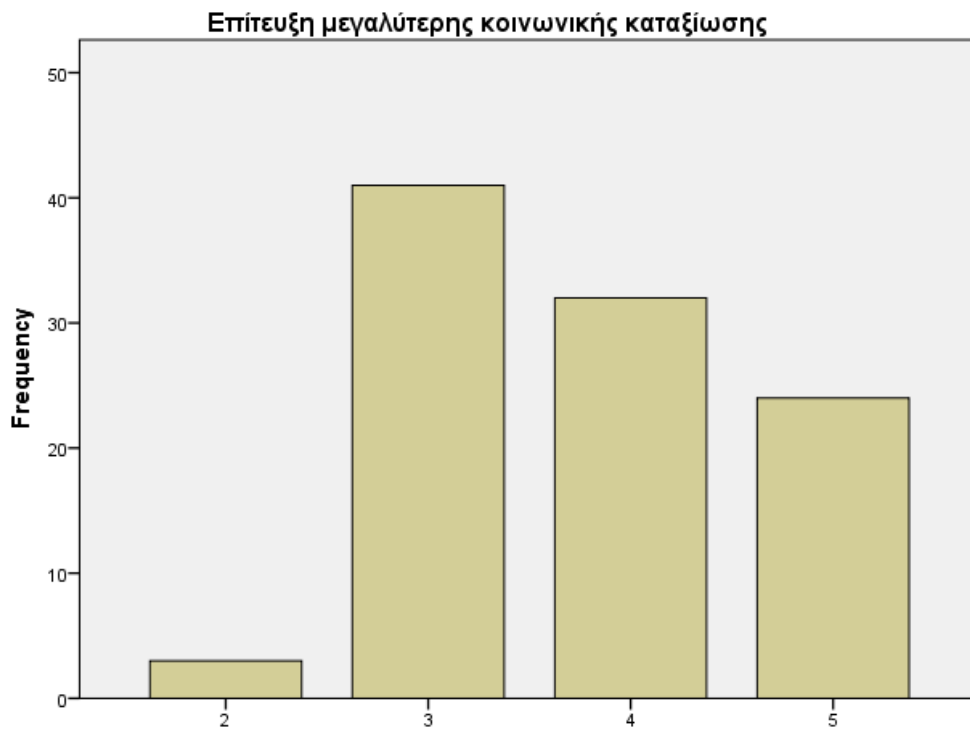
ΣΕ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΤΟ ΜΕΣΟ ΟΡΟ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ,:	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ					ΣΥΝΟΛΟ
	1	2	3	4	5	
1. Η επιχείρηση είναι πιο επικερδής	3%	3%	40%	33%	21%	100%
2. Η επιχείρηση έχει ένα μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς	0	13%	29%	35%	23%	100%
3. Η επιχείρηση αναπτύσσεται πιο γρήγορα	0	23%	30%	34%	13%	100%

7.2. ΛΟΓΟΙ ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

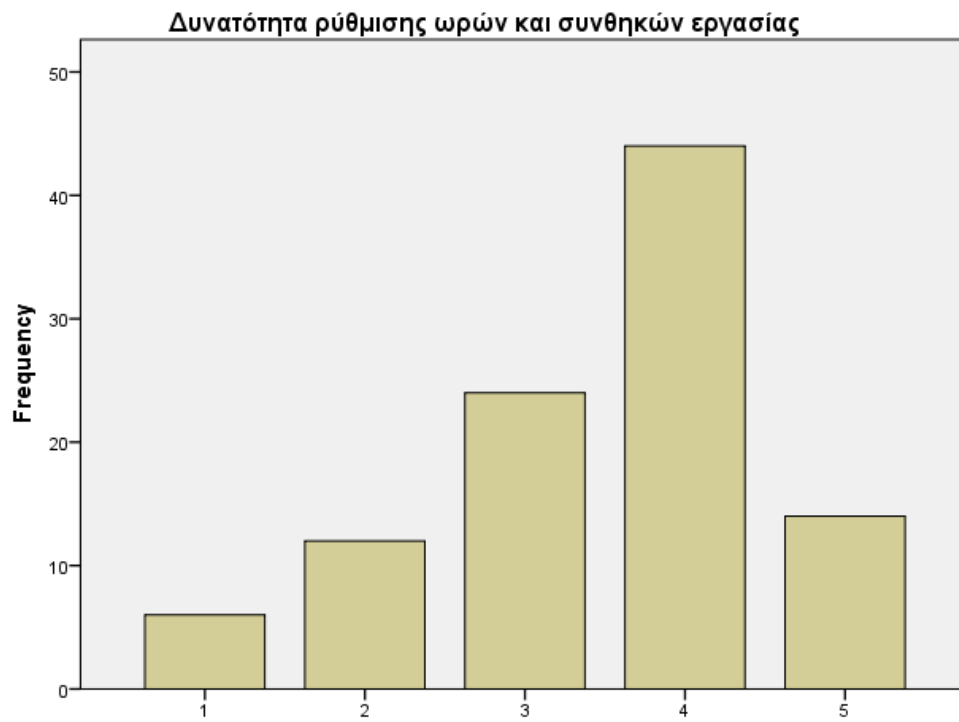




Σχήμα 7.5: Καλύτερη αξιοποίηση των προσόντων και των γνώσεων



Σχήμα 7.6: Επίτευξη μεγαλύτερης κοινωνικής καταξίωσης



Σχήμα 7.7: Δυνατότητα ρύθμισης ωρών και συνθηκών εργασίας



Σχήμα 7.8: Είναι η μόνη διαθέσιμη εναλλακτική για απασχόληση

Ο Πίνακας 7.2 συνοψίζει τα αποτελέσματα των Σχημάτων 7.4 έως και 7.8.

Πίνακας 7.2: Λόγοι άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας

ΛΟΓΟΙ ΑΣΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ/ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ					
	1	2	3	4	5	ΣΥΝΟΛΟ
1. Επίτευξη υψηλότερου εισοδήματος σε σχέση με έναν υπάλληλο	3%	3%	9%	30%	55%	100%
2. Καλύτερη αξιοποίηση των προσόντων και των γνώσεων	0	6%	11%	50%	33%	100%
3. Επίτευξη μεγαλύτερης κοινωνικής καταξίωσης	0	3%	41%	32%	24%	100%
4. Δυνατότητα ρύθμισης ωρών και συνθηκών εργασίας	6%	12%	24%	44%	14%	100%
5. Είναι η μόνη διαθέσιμη εναλλακτική για απασχόληση	3%	20%	33%	13%	31%	100%

Από τα αποτελέσματα των γραφημάτων και του Πίνακα 7.2 εξάγονται χρήσιμα συμπεράσματα. Η πλειοψηφία (4: 30%, 5: 55%) των επιχειρηματιών επέλεξαν την ίδρυση επιχείρησης για την επίτευξη υψηλότερου εισοδήματος σε σχέση με το να ήταν υπάλληλοι. Η καλύτερη αξιοποίηση των προσόντων και των γνώσεων είναι ακόμη μια αιτία που αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για τη δημιουργία επιχείρησης. Ειδικότερα, το 88% των ερωτηθέντων απάντησε θετικά στην παράμετρο αυτή. Η επίτευξη μεγαλύτερης κοινωνικής καταξίωσης δεν αποτελεί συντελεστή για την ίδρυση επιχείρησης. Η δυνατότητα ρύθμισης ωρών και συνθηκών εργασίας αποτελεί τον τρίτο σημαντικότερο συντελεστή (58%) που έλαβαν οι ερωτηθέντες για τη σύσταση της επιχείρησής τους. Από τα στοιχεία του Πίνακα 6.10, προκύπτει ότι η ίδρυση επιχείρησης δεν αποτελεί τη μόνη εναλλακτική για απασχόληση, καθώς θετικά απάντησε το 44% των ερωτηθέντων και αρνητικά ή ουδέτερα το 56%.

7.3. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΜΠΟΔΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Πίνακας 7.3: Παράγοντες που αποτελούν τροχοπέδη για την επιχειρηματική δραστηριότητα

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ – ΤΡΟΧΟΠΕΔΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ/ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ					
	1	2	3	4	5	ΣΥΝΟΛΟ
1. Η έλλειψη κεφαλαίων για νέες επενδύσεις	0	0	6%	34%	60%	100%
2. Η γραφειοκρατία των επιδοτούμενων επενδυτικών προγραμμάτων	0	0	11%	20%	69%	100%
3. Το πρόβλημα της ρευστότητας στην αγορά	0	0	6%	37%	57%	100%
4. Η δυσκολία στη λήψη δανείων	6%	3%	10%	32%	49%	100%
5. Γενικά η οικονομική κρίση	0	0	23%	13%	64%	100%
6. Η γραφειοκρατία των Δημόσιων Υπηρεσιών	0	3%	24%	27%	46%	100%
7. Η έλλειψη συνεργάσιμων προμηθευτών	12%	28%	46%	14%	0	100%
8. Η έλλειψη ικανών υπαλλήλων	26%	28%	24%	19%	3%	100%

Οι κύριοι λόγοι που εμποδίζουν την επιχειρηματικότητα είναι η έλλειψη κεφαλαίων για νέες επενδύσεις και το πρόβλημα της ρευστότητας στην αγορά, συγκεντρώνοντας ο κάθε παράγοντας το 94% των απαντήσεων. Αμέσως επόμενος παράγοντας που αποτελεί τροχοπέδη της επιχειρηματικότητας είναι η γραφειοκρατία των επιδοτούμενων επενδυτικών προγραμμάτων (89%) ακολουθώντας η δυσκολία στη λήψη δανείων (81%). Γενικά η οικονομική κρίση και η γραφειοκρατία των Δημοσίων Υπηρεσιών συγκεντρώνουν παρόμοια ποσοστά, 77% και 73%, αντίστοιχα. Η έλλειψη συνεργάσιμων προμηθευτών και ικανών υπαλλήλων δεν αποτελούν ανασταλτικούς παράγοντες για την επιχειρηματικότητα.

7.4. ΕΥΝΟΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Πίνακας 7.4: Ευνοϊκοί παράγοντες ανάπτυξης της επιχειρηματικής δραστηριότητας

	ΕΥΝΟΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ/ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ					ΣΥΝΟΛΟ
		1	2	3	4	5	
1.	Η ικανότητα του επιχειρηματία στη λήψη αποφάσεων	6%	0	3%	20%	71%	100%
2.	Η ικανότητα του επιχειρηματία στη διαχείριση κινδύνου	6%	0	2%	54%	38%	100%
3.	Η ικανότητα της επιχείρησης να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους πελάτες σχετικά με τις ανάγκες τους	6%	0	0	60%	34%	100%
4.	Η ικανότητα της επιχείρησης να συνεργάζεται αρμονικά με τους προμηθευτές της	0	6%	26%	49%	19%	100%
5.	Τα προσόντα και οι δεξιότητες του απασχολούμενου προσωπικού	6%	0	20%	59%	15%	100%
6.	Η ικανότητα της επιχείρησης να παράγει σε σχέση με τους ανταγωνιστές παρόμοια προϊόντα με χαμηλότερο κόστος	0	15%	27%	36%	22%	100%
7.	Η ικανότητα της επιχείρησης να παράγει σε σχέση με τους ανταγωνιστές καλύτερα προϊόντα για τους πελάτες	0	0	27%	36%	37%	100%

Εδώ εξετάζονται οι παράγοντες που συνεισφέρουν ώστε μια επιχείρηση να μπορέσει να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις της κατά τη διάρκεια της κρίσης. Από τους σημαντικότερους λόγους είναι:

- Η ικανότητα της επιχείρησης να επικοινωνεί αποτελεσματικά με τους πελάτες σχετικά με τις ανάγκες τους (94%),
- Η ικανότητα του επιχειρηματία στη διαχείριση κινδύνου (92%),
- Η ικανότητα του επιχειρηματία στη λήψη αποφάσεων (91%).

Οι αμέσως επόμενοι λόγοι είναι:

- Τα προσόντα και οι δεξιότητες του απασχολούμενου προσωπικού (74%),
- Η ικανότητα της επιχείρησης να παράγει σε σχέση με τους ανταγωνιστές καλύτερα προϊόντα για τους πελάτες (73%).

Στο τέλος της κατάταξης βρίσκονται η ικανότητα της επιχείρησης να συνεργάζεται αρμονικά με τους προμηθευτές της (68%) και η ικανότητά της να παράγει σε σχέση με τους ανταγωνιστές παρόμοια προϊόντα με χαμηλότερο κόστος (58%).

7.5. ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΗΣ ΘΕΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Πίνακας 7.5: Ενέργειες βελτίωσης της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης

	ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΗΣ ΘΕΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ/ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ					ΣΥΝΟΛΟ
		1	2	3	4	5	
1.	Βελτίωση των στρατηγικών προώθησης των προϊόντων στους πελάτες	0	6%	6%	44%	44%	100%
2.	Επέκταση σε νέες αγορές	0	6%	15%	28%	51%	100%
3.	Αξιοποίηση των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων	0	7%	22%	26%	45%	100%
4.	Μείωση του κόστους παραγωγής	0	10%	36%	34%	20%	100%
5.	Επένδυση σε νέες τεχνολογίες	7%	0	18%	43%	32%	100%
6.	Μεγαλύτερη εστίαση στην καινοτομία	0	3%	31%	43%	23%	100%
7.	Βελτίωση των σχέσεων με προμηθευτές	0	11%	46%	29%	14%	100%
8.	Μείωση των περιθωρίων κέρδους της επιχείρησης	9%	15%	17%	53%	6%	100%
9.	Βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων της επιχείρησης	0	6%	6%	26%	62%	100%
10.	Βελτίωση της εκπαίδευσης - κατάρτισης του προσωπικού	0	6%	19%	25%	50%	100%

Ο Πίνακας 7.5 συνοψίζει τις απαντήσεις που δόθηκαν στα πλαίσια της παρούσας μελέτης αναφορικά με τα στοιχεία εκείνα που θα μπορούσαν να βελτιωθούν ώστε οι επιχειρήσεις να ανταποκριθούν στις σημερινές απαιτήσεις της αγοράς. Η βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων της επιχείρησης και των στρατηγικών προώθησή τους στους πελάτες είναι οι κύριοι παράγοντες που πιστεύουν οι επιχειρηματίες ότι θα τους βοηθήσουν. Με μικρή διαφορά ακολουθούν η επέκταση σε νέες αγορές (79%), η επένδυση σε νέες τεχνολογίας (75%), η βελτίωση της εκπαίδευσης – κατάρτισης του προσωπικού (75%) και

η αξιοποίηση των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων (71%). Η μεγαλύτερη εστίαση στην καινοτομία αποτελεί τον έβδομο παράγοντα που θα μπορούσε να συνεισφέρει στην ικανοποίηση των απαιτήσεων ώστε μια επιχείρηση να ανταποκριθεί στις σύγχρονες καταστάσεις της αγοράς, ακολουθώντας η μείωση του περιθωρίου κέρδους (59%) και του κόστους παραγωγής (54%). Η βελτίωση των σχέσεων με τους προμηθευτές βρίσκεται στην τελευταία θέση από τους δέκα μελετώμενους παράγοντες συγκεντρώνοντας την αποδοχή μόνο του 43% των επιχειρηματιών.

7.6. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΔΥΣΧΑΙΡΑΙΝΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ

Πίνακας 7.6: Παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων δράσεων

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΔΥΣΧΕΡΑΙΝΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ/ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ					
	1	2	3	4	5	ΣΥΝΟΛΟ
1. Η έλλειψη χρηματοδότησης νέων επενδύσεων	0	0	6%	37%	57%	100%
2. Ο υψηλός κίνδυνος αποτυχίας	3%	3%	33%	26%	35%	100%
3. Η έλλειψη των απαραίτητων υποδομών	3%	3%	33%	31%	30%	100%
4. Το υψηλό κόστος καινοτομίας	0	26%	20%	44%	10%	100%
5. Η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού	7%	22%	21%	28%	22%	100%
6. Η δυσκολία εξεύρεσης εταίρων συνεργασίας	17%	22%	11%	43%	7%	100%
7. Η αβεβαιότητα της ζήτησης για τα καινοτόμα αγαθά ή υπηρεσίες	14%	12%	36%	35%	3%	100%
8. Η έλλειψη πληροφόρησης για τις ανάγκες των πελατών	0	22%	28%	26%	24%	100%

Ο Πίνακας 7.6 συνοψίζει τα αποτελέσματα σχετικά με τους παράγοντες που μπορεί να θέσουν σε κίνδυνο την επιχειρηματικότητα. Η έλλειψη χρηματοδότησης νέων επενδύσεων (94%) αποτελεί το σημαντικότερο λόγο περιστολής της επιχειρηματικότητας. Ο υψηλός κίνδυνος αποτυχίας και η έλλειψη των απαραίτητων υποδομών βρίσκονται στη δεύτερη θέση. Το υψηλό κόστος καινοτομίας (54%), η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού (50%), η δυσκολία εύρεσης εταίρων συνεργασίας (50%) και η έλλειψη πληροφόρησης για τις ανάγκες

των πελατών (50%) κατατάσσονται από τους συμμετέχοντες στην έρευνα στην τρίτη θέση των παραγόντων επικινδυνότητας. Η πλειοψηφία των επιχειρηματιών που ανταποκρίθηκαν στην παρούσα μελέτη δηλώνει ότι η αβεβαιότητα της ζήτησης για καινοτόμα αγαθά ή υπηρεσίες δεν είναι τόσο σημαντικός λόγος που μπορεί να απειλήσει την επιχειρηματικότητα.

7.7. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ

Πίνακας 7.7: Παράγοντες που συμβάλλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων

	ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ/ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ					ΣΥΝΟΛΟ
		1	2	3	4	5	
1.	Η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών	0	12%	24%	23%	41%	100%
2.	Το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις απαιτήσεις	6%	0	32%	11%	51%	100%
3.	Η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων	0	6%	4%	45%	45%	100%
4.	Η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις	0	12%	37%	38%	13%	100%
5.	Η συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις	3%	11%	32%	31%	23%	100%
6.	Η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού	0	0	21%	34%	45%	100%
7.	Ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο	0	21%	16%	23%	40%	100%
8.	Η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό	0	3%	22%	52%	23%	100%

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του Πίνακα 7.7, οι επιχειρηματίες ισχυρίζονται ότι η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων (90%) είναι καθοριστικός παράγοντας. Η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού (79%) και η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό κατατάσσονται στη δεύτερη θέση. Η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών (64%), ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο (63%) και το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις απαιτήσεις (62%) βρίσκονται στην τρίτη θέση των απαιτήσεων. Στις χαμηλότερες απαντήσεις βρίσκονται η συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις (54%) και η

συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις (51%).

7.8. ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Πίνακας 7.8: Αναμενόμενα αποτελέσματα καινοτομίας

ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ/ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ					
	1	2	3	4	5	ΣΥΝΟΛΟ
1. Αύξηση της γκάμας προϊόντων ή υπηρεσιών	0	6%	11%	38%	45%	100%
2. Είσοδος σε νέες αγορές	0	3%	12%	39%	46%	100%
3. Αύξηση του μεριδίου της αγοράς	0	3%	12%	38%	47%	100%
4. Βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων ή των υπηρεσιών	0	9%	13%	39%	39%	100%
5. Βελτίωση της ευελιξίας της παραγωγής ή της παροχής υπηρεσιών	0	3%	19%	37%	41%	100%
6. Μείωση του συνολικού κόστους ανά παραγόμενη μονάδα	0	3%	35%	44%	18%	100%

Το ερώτημα αυτό εστιάζει στους τρόπους με τους οποίους θα αντιμετωπίσουν την κρίση οι επιχειρηματίες και θα διατηρήσουν ή θα αυξήσουν το μερίδιο που έχουν στην αγορά. Στους πρώτους τρόπους αντιμετώπισης είναι η είσοδος σε νέες αγορές (85%), η αύξηση του μεριδίου της αγοράς (85%) και η αύξηση της γκάμας προϊόντων και υπηρεσιών (83%). Η βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων ή των υπηρεσιών (78%), της ευελιξίας της παραγωγής ή της παροχής υπηρεσιών (78%) τοποθετούνται στη δεύτερη θέση. Η μείωση του συνολικού κόστους ανά παραγόμενη μονάδα βρίσκεται σύμφωνα ή σχεδόν σύμφωνα το 62% των επιχειρηματιών που συμμετείχαν στην έρευνα, καταλαμβάνοντας την τελευταία θέση από τους οκτώ παράγοντες.

7.9. ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Πίνακας 7.9: Πηγές πληροφοριών για τις καινοτόμες επιχειρήσεις

ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ/ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ					
	1	2	3	4	5	ΣΥΝΟΛΟ
1. Εσωτερικές πηγές	4%	15%	40%	34%	7%	100%
2. Προμηθευτές	0	25%	31%	30%	14%	100%
3. Πελάτες	0	9%	38%	34%	19%	100%
4. Ανταγωνιστές	10%	12%	45%	19%	14%	100%
5. Σύμβουλοι	9%	6%	21%	12%	52%	100%
6. Πανεπιστήμια -ΤΕΙ	8%	18%	21%	28%	25%	100%
7. Ερευνητικά Ιδρύματα	8%	9%	26%	24%	33%	100%
8. Συνέδρια- Εκθέσεις	4%	0	8%	51%	37%	100%
9. Επιστημονικά Περιοδικά	11%	6%	17%	39%	27%	100%
10. Επιμελητήριο	16%	13%	22%	36%	13%	100%

Ο Πίνακας 7.9 συνοψίζει τα αποτελέσματα για τους τρόπους ανάδειξης των επιχειρήσεων. Τα συνέδρια – εκθέσεις συγκεντρώνουν τη μεγαλύτερη αποδοχή των ερωτηθέντων με ποσοστό 88%. Τα επιστημονικά περιοδικά (66%) και οι σύμβουλοι (64%) καταλαμβάνουν τη δεύτερη θέση. Τα ερευνητικά ιδρύματα (57%), τα τριτοβάθμια ιδρύματα (ΑΕΙ, ΤΕΙ) (53%) και οι πελάτες (53%) είναι στην τρίτη θέση. Το Επιμελητήριο (49%), οι προμηθευτές (44%), οι εσωτερικές πηγές (41%) και οι ανταγωνιστές (33%) δεν χαιρούν θετικής αποδοχής από τους επιχειρηματίες της έρευνας.

7.10. ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Πίνακας 7.10: Πτυχές που επηρέασε η κρίση

ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ:	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΣΥΝΟΛΟ
1. Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο παράγονται τα προϊόντα/υπηρεσίες;	56%	44%	100%
2. Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο που τα προϊόντα διατίθενται στην αγορά ;	50%	50%	100%
3. Η επιχείρηση αναδιοργάνωσε τον τρόπο λειτουργίας της;	77%	23%	100%
4. Έχει αλλάξει σημαντικά ο τρόπος με τον οποίο συνεργάζεται η επιχείρηση με άλλες επιχειρήσεις και τους προμηθευτές της;	71%	29%	100%
5. Τα προϊόντα / υπηρεσίες σας θεωρούνται από τους πελάτες ως κάτι σημαντικά διαφορετικό;	44%	56%	100%

Ο Πίνακας 7.10 παρουσιάζει τις πτυχές που επηρεάστηκαν από την κρίση. Το 56% των ερωτηθέντων συμφωνεί ότι έχουν υπάρξει αλλαγές στον τρόπο παραγωγής των προϊόντων/υπηρεσιών, ενώ μόνο το 50% αναγνωρίζει της αλλαγές στον τρόπο διάθεσης των προϊόντων στην αγορά. Το 77% των επιχειρηματιών αναδιοργάνωσε τον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησής τους και το 71% έχει αλλάξει σημαντικά τον τρόπο συνεργασίας της επιχείρησής τους με άλλες επιχειρήσεις και τους προμηθευτές της. Το 56% των συμμετεχόντων στην έρευνα πιστεύει ότι οι πελάτες τους δεν θεωρούν σαν κάτι σημαντικά διαφορετικό τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχει η επιχείρησή τους,

8. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Το κεφάλαιο αυτό διερευνά την ύπαρξη συσχετισμών μεταξύ ζητημάτων που μελετάει το ερωτηματολόγιο.

8.1. ΗΛΙΚΙΑ – ΦΥΛΟ

Πίνακας 8.1: t-test ηλικίας και φύλου

	Leveren's Test for Equality of Variances		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
	F	Sig.					
Φύλο	0,032	0,857	7,034	98	0,000	1,045	0,149

Σύμφωνα με τον Πίνακα 8.1, το φύλο και η ηλικία των ερωτηθέντων δεν συσχετίζονται

8.2. ΦΥΛΟ – ΣΠΟΥΔΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

Πίνακας 8.2: t-test σπουδών επιχειρηματία και φύλου

	Leveren's Test for Equality of Variances		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
	F	Sig.					
Φύλο	0,077	0,782	1,224	98	0,224	0,205	0,167

Το επίπεδο γνώσεων και το φύλο των ερωτηθέντων δεν συσχετίζονται.

8.3. ΗΛΙΚΙΑ – ΣΠΟΥΔΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.3. Ανάλυση διακύμανσης (analysis of variance – anova) μεταξύ ηλικίας και σπουδών επιχειρηματία

	df	Mean Square	F	Sig.
Ηλικία	2	1,442	2,687	0,073

Ο Πίνακας 8.3 παρουσιάζει τα αποτελέσματα από την ανάλυση ANOVA, που εξετάζει τη μεταβλητότητα που υπάρχει σ' ένα σύνολο δεδομένων όταν διασπαστεί στις επιμέρους συνιστώσες του με στόχο την κατανόηση της σημαντικότητας των διαφορετικών πηγών προέλευσής της.

Αναλύοντας τα δεδομένα του παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι η ηλικία και το επίπεδο γνώσεων παρουσιάζουν τιμή 0,0735 και ως εκ τούτου δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση.

8.4. ΦΥΛΟ – ΛΟΓΟΙ ΑΣΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Ο Πίνακας 8.4 προβάλλει τα αποτελέσματα από τη διερεύνηση κατά πόσον το φύλο επηρέασε τις απαντήσεις για τους λόγους άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας (εξετάζεται η κάθε διάσταση ξεχωριστά). Η μεταβλητή φύλο λαμβάνει μόνο δύο διαφορετικές τιμές, συνεπώς μπορεί να γίνει εφαρμογή του t-test.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.4. t-test φύλου και λόγων άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας

		Leveren's Test for Equality of Variances		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
		F	Sig.					
1.	Επίτευξη υψηλότερου εισοδήματος σε σχέση με έναν υπάλληλο	12,597	0,001	5,009	98	0,000	0,983	0,196
2.	Καλύτερη αξιοποίηση των προσόντων και των γνώσεων	5,552	0,020	4,029	98	0,000	0,695	0,173
3.	Επίτευξη μεγαλύτερης κοινωνικής καταξίωσης	15,837	0,000	1,543	98	0,126	0,294	15,837
4.	Δυνατότητα ρύθμισης ωρών και συνθηκών εργασίας	5,385	0,022	1,261	98	0,210	0,302	0,240
5.	Είναι η μόνη διαθέσιμη εναλλακτική για απασχόληση	4,689	0,033	2,127	98	0,036	0,570	0,268

Από τα αποτελέσματα του Πίνακα 8.4 προκύπτει ότι το φύλο επηρεάζει τους λόγους άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας.

8.5. ΣΠΟΥΔΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ – ΛΟΓΟΙ ΑΣΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Ο Πίνακας 8.5 προβάλλει τα αποτελέσματα από τη διερεύνηση κατά πόσον οι σπουδές του επιχειρηματία επηρέασαν τις απαντήσεις για τους λόγους άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας (εξετάζεται η κάθε διάσταση ξεχωριστά). Η μεταβλητή σπουδές επιχειρηματίας λαμβάνει πάνω από δύο διαφορετικές τιμές, συνεπώς μπορεί να γίνει εφαρμογή ανάλυσης διακύμανσης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.5. Ανάλυση διακύμανσης (analysis of variance – anova) μεταξύ σπουδών επιχειρηματία και λόγων άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας

		df	Mean Square	F	Sig.
1.	Επίτευξη υψηλότερου εισοδήματος σε σχέση με έναν υπάλληλο	3	1,975	2,168	0,097
2.	Καλύτερη αξιοποίηση των προσόντων και των γνώσεων	3	1,304	1,984	0,122
3.	Επίτευξη μεγαλύτερης κοινωνικής καταξίωσης	3	1,519	2,171	0,096
4.	Δυνατότητα ρύθμισης ωρών και συνθηκών εργασίας	3	0,511	0,440	0,725
5.	Είναι η μόνη διαθέσιμη εναλλακτική για απασχόληση	3	2,054	1,420	0,242

Τα αποτελέσματα του Πίνακα 8.5 δείχνουν ότι δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των σπουδών του επιχειρηματία και των λόγων άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας.

8.6. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΔΡΑΣΕΩΝ – ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Οι Πίνακες 8.6 – 8.11 Πίνακας 8.5 προβάλλει τα αποτελέσματα από τη διερεύνηση κατά πόσον οι παράγοντες που συμβάλλουν στην επίτευξη δράσεων επηρεάζουν τα αναμενόμενα αποτελέσματα καινοτομίας (εξετάζεται η κάθε διάσταση ξεχωριστά). Οι μεταβλητές παράγοντες που συμβάλλουν στην επίτευξη δράσεων και τα αναμενόμενα αποτελέσματα καινοτομίας λαμβάνουν πάνω από δύο διαφορετικές τιμές, συνεπώς χρειάζεται να γίνει εφαρμογή ανάλυσης διακύμανσης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.6. Ανάλυση διακύμανσης (analysis of variance – anova) μεταξύ παραγόντων που συμβάλλουν στην επίτευξη δράσεων και αύξηση της γκάμας προϊόντων ή υπηρεσιών

		df	Mean Square	F	Sig.
1.	Η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών	3	12,107	15,256	0,000
2.	Το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις απαιτήσεις	3	14,682	15,164	0,000
3.	Η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων	3	0,575	0,879	0,455
4.	Η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις	3	3,256	4,795	0,004
5.	Η συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις	3	5,679	5,864	0,001
6.	Η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού	3	2,299	4,137	0,008
7.	Ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο	3	1,501	1,090	0,357
8.	Η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό	3	4,167	9,040	0,00

Τα αποτελέσματα του Πίνακα 8.6 δείχνουν ότι η αύξηση της γκάμας προϊόντων ή υπηρεσιών δεν επηρεάζεται από τη δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων και τον έντονο ανταγωνισμό στον κλάδο, ενώ επηρεάζεται από όλους τους άλλους παράγοντες.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.7. Ανάλυση διακύμανσης (analysis of variance – anova) μεταξύ παραγόντων που συμβάλλουν στην επίτευξη δράσεων και την είσοδο σε νέες αγορές

		df	Mean Square	F	Sig.
1.	Η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών	3	5,830	5,890	0,001
2.	Το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις απαιτήσεις	3	8,440	7,256	0,000
3.	Η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων	3	1,862	3,030	0,033
4.	Η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις	3	3,893	5,907	0,001
5.	Η συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις	3	11,971	15,511	0,000
6.	Η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού	3	1,970	3,481	0,019
7.	Ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο	3	3,498	2,659	0,053
8.	Η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό	3	5,171	12,039	0,000

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του Πίνακα 8.7 προκύπτει ότι η είσοδος σε νέες αγορές επηρεάζεται από τους παράγοντες που συμβάλλουν στην επίτευξη δράσεων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.8. Ανάλυση διακύμανσης (analysis of variance – anova) μεταξύ παραγόντων που συμβάλλουν στην επίτευξη δράσεων και την αύξηση του μεριδίου της αγοράς

		df	Mean Square	F	Sig.
1.	Η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών	3	6,733	7,002	0,000
2.	Το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις απαιτήσεις	3	19,577	24,015	0,000
3.	Η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων	3	7,491	17,074	0,000
4.	Η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις	3	5,416	8,856	0,000
5.	Η συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις	3	14,511	20,959	0,000
6.	Η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού	3	6,276	14,548	0,000
7.	Ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο	3	1,462	1,060	0,370
8.	Η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό	3	8,834	28,035	0,000

Από τον Πίνακα 8.8 προκύπτει ότι η αύξηση του μεριδίου της αγοράς επηρεάζεται από όλους τους παράγοντες που συμβάλλουν στην επίτευξη δράσεων εκτός από τον έντονο ανταγωνισμό στον κλάδο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.9. Ανάλυση διακύμανσης (analysis of variance – anova) μεταξύ παραγόντων που συμβάλλουν στην επίτευξη δράσεων και τη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων ή των υπηρεσιών

		df	Mean Square	F	Sig.
1.	Η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών	3	9,538	10,913	0,000
2.	Το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις απαιτήσεις	3	36,911	134,957	0,000
3.	Η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων	3	3,496	6,203	0,001
4.	Η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις	3	6,132	10,407	0,000
5.	Η συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις	3	4,376	4,337	0,007
6.	Η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού	3	3,037	5,703	0,001
7.	Ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο	3	4,082	3,148	0,029
8.	Η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό	3	5,361	12,656	0,000

Από τον Πίνακα 8.9 προκύπτει ότι η βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων ή των υπηρεσιών επηρεάζεται από όλους τους παράγοντες που συμβάλλουν στην επίτευξη δράσεων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.10. Ανάλυση διακύμανσης (analysis of variance – anova) μεταξύ παραγόντων που συμβάλλουν στην επίτευξη δράσεων και τη βελτίωση της ευελιξίας παραγωγής ή της παροχής υπηρεσιών

		df	Mean Square	F	Sig.
1.	Η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών	3	5,146	5,089	0,003
2.	Το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις απαιτήσεις	3	14,767	15,294	0,000
3.	Η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων	3	3,219	5,626	0,001
4.	Η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις	3	10,551	23,390	0,000
5.	Η συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις	3	13,194	17,987	0,000
6.	Η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού	3	6,487	15,272	0,000
7.	Ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο	3	0,498	0,353	0,787
8.	Η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό	3	10,458	39,563	0,000

Από τον Πίνακα 8.10 προκύπτει ότι η βελτίωση της ευελιξίας παραγωγής ή της παροχής υπηρεσιών επηρεάζεται από όλους τους παράγοντες που συμβάλλουν στην επίτευξη δράσεων εκτός από τον έντονο ανταγωνισμό στον κλάδο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.11. Ανάλυση διακύμανσης (analysis of variance – anova) μεταξύ παραγόντων που συμβάλλουν στην επίτευξη δράσεων και τη μείωση του συνολικού κόστους ανά παραγόμενη μονάδα

		df	Mean Square	F	Sig.
1.	Η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών	3	6,262	6,415	0,001
2.	Το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις απαιτήσεις	3	4,405	3,417	0,020
3.	Η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων	3	2,003	3,282	0,024
4.	Η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις	3	4,430	6,897	0,000
5.	Η συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις	3	14,294	20,445	0,000
6.	Η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού	3	4,603	9,517	0,000
7.	Ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο	3	0,964	0,691	0,560
8.	Η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό	3	11,665	51,479	0,000

Από τον Πίνακα 8.11 προκύπτει ότι η τη μείωση του συνολικού κόστους ανά παραγόμενη μονάδα επηρεάζεται από όλους τους παράγοντες που συμβάλλουν στην επίτευξη δράσεων εκτός από τον έντονο ανταγωνισμό στον κλάδο.

Συνοψίζοντας, από τα στοιχεία των Πινάκων 8.6 έως και 8.11 προκύπτει ότι όλα τα αναμενόμενα αποτελέσματα καινοτομίας επηρεάζονται από τους παράγοντες που συμβάλλουν στην επίτευξη δράσεων εκτός από τον έντονο ανταγωνισμό στον κλάδο.

8.7. ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ - ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΔΡΑΣΕΩΝ

Οι Πίνακες 8.12 – 8.19 προβάλλουν τα αποτελέσματα από τη διερεύνηση κατά πόσον οι παράγοντες που συμβάλλουν στην επίτευξη δράσεων επηρεάζουν την επίτευξη καινοτομίας από την επιχείρηση (εξετάζεται η κάθε διάσταση ξεχωριστά). Η μεταβλητή παράγοντες που

συμβάλλουν στην επίτευξη δράσεων λαμβάνει πάνω από δύο διαφορετικές τιμές, συνεπώς χρειάζεται να γίνει εφαρμογή ανάλυσης διακύμανσης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.12. Ανάλυση διακύμανσης (analysis of variance – anova) μεταξύ επίτευξης καινοτομίας από την επιχείρηση και την ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών

		df	Mean Square	F	Sig.
1.	Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο παράγονται τα προϊόντα/υπηρεσίες;	3	1,155	5,236	0,002
2.	Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο που τα προϊόντα διατίθενται στην αγορά;	3	0,556	2,286	0,084
3.	Η επιχείρηση αναδιοργάνωσε τον τρόπο λειτουργίας της;	3	0,595	3,590	0,016
4.	Έχει αλλάξει σημαντικά ο τρόπος με τον οποίο συνεργάζεται η επιχείρηση με άλλες επιχειρήσεις και τους προμηθευτές της;	3	1,555	9,377	0,000
5.	Τα προϊόντα / υπηρεσίες σας θεωρούνται από τους πελάτες ως κάτι σημαντικά διαφορετικό;	3	1,756	8,701	0,000

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του Πίνακα 8.12 προκύπτει ότι επίτευξη καινοτομίας εκτός από την παράμετρο «υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο που τα προϊόντα διατίθενται στην αγορά» επηρεάζεται από την ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.13. Ανάλυση διακύμανσης (analysis of variance – anova) μεταξύ επίτευξης καινοτομίας από την επιχείρηση και το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις απαιτήσεις

		df	Mean Square	F	Sig.
1.	Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο παράγονται τα προϊόντα/υπηρεσίες;	3	0,743	3,185	0,027
2.	Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο που τα προϊόντα διατίθενται στην αγορά;	3	1,442	6,695	0,000
3.	Η επιχείρηση αναδιοργάνωσε τον τρόπο λειτουργίας της;	3	0,528	3,140	0,029
4.	Έχει αλλάξει σημαντικά ο τρόπος με τον οποίο συνεργάζεται η επιχείρηση με άλλες επιχειρήσεις και τους προμηθευτές της;	3	1,363	7,926	0,000
5.	Τα προϊόντα / υπηρεσίες σας θεωρούνται από τους πελάτες ως κάτι σημαντικά διαφορετικό;	3	1,106	4,979	0,000

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Πίνακα 8.13 προκύπτει ότι επίτευξη καινοτομίας επηρεάζεται από το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις απαιτήσεις.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.14. Ανάλυση διακύμανσης (analysis of variance – anova) μεταξύ επίτευξης καινοτομίας από την επιχείρηση και η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων

		df	Mean Square	F	Sig.
1.	Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο παράγονται τα προϊόντα/υπηρεσίες;	3	1,665	8,138	0,000
2.	Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο που τα προϊόντα διατίθενται στην αγορά;	3	1,874	9,284	0,000
3.	Η επιχείρηση αναδιοργάνωσε τον τρόπο λειτουργίας της;	3	1,355	9,535	0,000
4.	Έχει αλλάξει σημαντικά ο τρόπος με τον οποίο συνεργάζεται η επιχείρηση με άλλες επιχειρήσεις και τους προμηθευτές της;	3	2,315	16,289	0,000
5.	Τα προϊόντα / υπηρεσίες σας θεωρούνται από τους πελάτες ως κάτι σημαντικά διαφορετικό;	3	1,265	5,827	0,001

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του Πίνακα 8.14 προκύπτει ότι επίτευξη καινοτομίας επηρεάζεται από τη δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.15. Ανάλυση διακύμανσης (analysis of variance – anova) μεταξύ επίτευξης καινοτομίας από την επιχείρηση και η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις

		df	Mean Square	F	Sig.
1.	Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο παράγονται τα προϊόντα/υπηρεσίες;	3	1,259	5,794	0,001
2.	Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο που τα προϊόντα διατίθενται στην αγορά;	3	0,017	0,067	0,977
3.	Η επιχείρηση αναδιοργάνωσε τον τρόπο λειτουργίας της;	3	0,622	3,771	0,013
4.	Έχει αλλάξει σημαντικά ο τρόπος με τον οποίο συνεργάζεται η επιχείρηση με άλλες επιχειρήσεις και τους προμηθευτές της;	3	2,582	19,303	0,000
5.	Τα προϊόντα / υπηρεσίες σας θεωρούνται από τους πελάτες ως κάτι σημαντικά διαφορετικό;	3	1,906	9,673	0,000

Βάση του Πίνακα 8.15, ο μόνος παράγοντας επίτευξης καινοτομίας από την επιχείρηση που δεν εξαρτάται από τη συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν

καινοτόμες δράσεις είναι «Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο που τα προϊόντα διατίθενται στην αγορά;».

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.16. Ανάλυση διακύμανσης (analysis of variance – anova) μεταξύ επίτευξης καινοτομίας από την επιχείρηση και η συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις

		df	Mean Square	F	Sig.
1.	Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο παράγονται τα προϊόντα/υπηρεσίες;	4	0,930	4,224	0,003
2.	Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο που τα προϊόντα διατίθενται στην αγορά;	4	1,534	7,727	0,000
3.	Η επιχείρηση αναδιοργάνωσε τον τρόπο λειτουργίας της;	4	0,532	3,242	0,015
4.	Έχει αλλάξει σημαντικά ο τρόπος με τον οποίο συνεργάζεται η επιχείρηση με άλλες επιχειρήσεις και τους προμηθευτές της;	4	1,252	7,632	0,000
5.	Τα προϊόντα / υπηρεσίες σας θεωρούνται από τους πελάτες ως κάτι σημαντικά διαφορετικό;	4	1,248	6,036	0,000

Ο Πίνακας 8.16 δείχνει ότι η επίτευξη καινοτομίας επηρεάζεται από τη συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.17. Ανάλυση διακύμανσης (analysis of variance – anova) μεταξύ επίτευξης καινοτομίας από την επιχείρηση και η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού

		df	Mean Square	F	Sig.
1.	Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο παράγονται τα προϊόντα/υπηρεσίες;	2	0,224	0,900	0,410
2.	Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο που τα προϊόντα διατίθενται στην αγορά;	2	1,520	6,715	0,002
3.	Η επιχείρηση αναδιοργάνωσε τον τρόπο λειτουργίας της;	2	1,307	8,395	0,000
4.	Έχει αλλάξει σημαντικά ο τρόπος με τον οποίο συνεργάζεται η επιχείρηση με άλλες επιχειρήσεις και τους προμηθευτές της;	2	3,461	24,560	0,000
5.	Τα προϊόντα / υπηρεσίες σας θεωρούνται από τους πελάτες ως κάτι σημαντικά διαφορετικό;	2	0,053	0,208	0,812

Ο Πίνακας 8.17 παρουσιάζει διαφοροποιημένα αποτελέσματα σε σχέση με τους Πίνακες 8.12 – 8.16 καθώς οι ερωτήσεις «Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο παράγονται τα προϊόντα/υπηρεσίες;» και «Τα προϊόντα / υπηρεσίες σας θεωρούνται από

τους πελάτες ως κάτι σημαντικά διαφορετικό;» δεν επηρεάζονται από τη συνεχή επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού. Αντιθέτως, οι υπόλοιπες ερωτήσεις εξαρτώνται από την επιμόρφωση του προσωπικού.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.18. Ανάλυση διακύμανσης (analysis of variance – anova) μεταξύ επίτευξης καινοτομίας από την επιχείρηση και ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο

		df	Mean Square	F	Sig.
1.	Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο παράγονται τα προϊόντα/υπηρεσίες;	3	0,450	1,855	0,142
2.	Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο που τα προϊόντα διατίθενται στην αγορά;	3	0,198	0,777	0,509
3.	Η επιχείρηση αναδιοργάνωσε τον τρόπο λειτουργίας της;	3	1,331	9,313	0,000
4.	Έχει αλλάξει σημαντικά ο τρόπος με τον οποίο συνεργάζεται η επιχείρηση με άλλες επιχειρήσεις και τους προμηθευτές της;	3	1,434	8,449	0,000
5.	Τα προϊόντα / υπηρεσίες σας θεωρούνται από τους πελάτες ως κάτι σημαντικά διαφορετικό;	3	0,472	1,950	0,127

Σύμφωνα με τον Πίνακα 8.18 μόνον οι ερωτήσεις «Η επιχείρηση αναδιοργάνωσε τον τρόπο λειτουργίας της;» και «Έχει αλλάξει σημαντικά ο τρόπος με τον οποίο συνεργάζεται η επιχείρηση με άλλες επιχειρήσεις και τους προμηθευτές της;» επηρεάζονται από τον έντονο ανταγωνισμό στον κλάδο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.19. Ανάλυση διακύμανσης (analysis of variance – anova) μεταξύ επίτευξης καινοτομίας από την επιχείρηση και η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό

		df	Mean Square	F	Sig.
1.	Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο παράγονται τα προϊόντα/υπηρεσίες;	3	0,326	1,322	0,272
2.	Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο που τα προϊόντα διατίθενται στην αγορά;	3	1,072	4,722	0,004
3.	Η επιχείρηση αναδιοργάνωσε τον τρόπο λειτουργίας της;	3	0,193	1,081	0,361
4.	Έχει αλλάξει σημαντικά ο τρόπος με τον οποίο συνεργάζεται η επιχείρηση με άλλες επιχειρήσεις και τους προμηθευτές της;	3	0,971	5,274	0,002
5.	Τα προϊόντα / υπηρεσίες σας θεωρούνται από τους πελάτες ως κάτι σημαντικά διαφορετικό;	3	1,420	6,686	0,000

Ο Πίνακας 8.19 παρουσιάζει ότι οι ερωτήσεις «Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο παράγονται τα προϊόντα/υπηρεσίες;» και «Η επιχείρηση αναδιοργάνωσε τον τρόπο λειτουργίας της;» δεν επηρεάζονται από την πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό.

Οι υπόλοιπες ερωτήσεις της ομάδας «Επίτευξη καινοτομία από την Επιχείρηση» επηρεάζονται από το συγκεκριμένο παράγοντα.

8.8. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΔΡΑΣΕΩΝ – «ΕΧΕΤΕ ΥΠΟΒΑΛΕΙ ΠΡΟΤΑΣΗ ΣΕ ΚΑΠΟΙΟ ΑΠΟ ΤΑ ΕΠΙΔΟΤΟΥΜΕΝΑ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ;»

Ο Πίνακας 8.20 προβάλλει τα αποτελέσματα από τη διερεύνηση κατά πόσον οι παράγοντες που συμβάλλουν στην επίτευξη δράσεων επηρεάζουν την υποβολή πρότασης σε κάποιο από τα επιδοτούμενα επενδυτικά προγράμματα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.20. Ανάλυση διακύμανσης (analysis of variance – anova) μεταξύ παραγόντων που συμβάλλουν στην επίτευξη δράσεων – «έχετε υποβάλει πρόταση σε κάποιο από τα επιδοτούμενα επενδυτικά προγράμματα;»

		df	Mean Square	F	Sig.
1.	Η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών	1	2,437	2,169	0,144
2.	Το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις απαιτήσεις	1	0,830	0,597	0,441
3.	Η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων	1	8,652	15,158	0,000
4.	Η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις	1	4,090	5,656	0,019
5.	Η συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις	1	0,079	0,070	0,791
6.	Η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού	1	11,580	23,321	0,000
7.	Ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο	1	0,066	0,047	0,828
8.	Η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό	1	1,131	1,993	0,161

Σύμφωνα με τον Πίνακα 8.20 προκύπτει ότι

- Η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων

- Η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις
- Η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού

αποτελούν παράγοντες που ώθησαν τους επιχειρηματίες να υποβάλλουν πρόταση σε κάποιο από τα επιδοτούμενα επενδυτικά προγράμματα

9. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ


Η παρούσα μελέτη επιχείρησε να διερευνήσει την επίδραση που είχε η υφιστάμενη οικονομική κρίση στην Ελλάδα στην επιχειρηματικότητα του νομού Έβρου. Επίσης, μελετήθηκε η επιχειρηματικότητα σε συνδυασμό με καινοτόμες τεχνικές και τεχνολογίες πληροφορίας και επικοινωνίας που υιοθέτησαν οι επιχειρηματίες και ενσωματώθηκαν στην καθημερινή πρακτική των επιχειρήσεων.

Παρά την αρνητική οικονομική κατάσταση στη χώρα μας αλλά και στην Ευρωπαϊκή Ένωση, οι επιχειρηματίες που συμμετείχαν στη μελέτη μπορούν να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις της αγοράς χάρη στις ικανότητες των επιχειρηματιών για λήψη αποφάσεων και της διαχείρισης κινδύνου και των προσόντων και δεξιοτήτων του απασχολούμενου προσωπικού.

Επιπλέον, οι επιχειρηματίες διατήρησαν ή / και επέκτειναν το μερίδιο στην αγορά μέσω της βελτίωσης των προϊόντων και της επένδυσης σε νέες αγορές. Από τα αποτελέσματα της έρευνας προέκυψε ότι επιχειρηματίες είναι θετική απέναντι σε καινοτόμες δράσεις. Όμως, η δυνατότητα χρηματοδότησής τους, η γραφειοκρατία των επιδοτούμενων επενδυτικών προγραμμάτων και η ρευστότητα στην αγορά είναι οι κύριοι παράγοντες που αποτελούν τροχοπέδη για καινοτόμες επενδύσεις.

Σημαντικό στοιχείο αποτελεί η διερεύνηση της έρευνας και σε άλλες περιοχές της Ελλάδας, ώστε να μπορέσει να αποτυπωθεί πιο αντιπροσωπευτικά η κατάσταση των επιχειρήσεων σε όλη την επικράτεια.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

	<p style="text-align: center;">ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ και ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ του ΤΕΙ ΗΠΕΙΡΟΥ</p> <p style="text-align: center;">Περιοχή Ψαθάκι, Τ.Κ. 48100, ΠΡΕΒΕΖΑ Τηλ. 26820.50552, κιν. 6932.997672 Fax: 26820.50631 e-mail: sotiropoulosioan@yahoo.gr</p>
<p>Αγαπητέ/η Κύριε/α ...</p> <p>Το ερωτηματολόγιο αυτό δημιουργήθηκε στο πλαίσιο της εκπόνησης μελέτης με αντικείμενο την Επιχειρηματικότητα και την Καινοτομία στην Ήπειρο από την «ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ (ΜΟΚΕ) ΤΟΥ ΤΕΙ ΗΠΕΙΡΟΥ». Η μελέτη αυτή αποσκοπεί να συμβάλει στη γενικότερη προσπάθεια που καταβάλλουν σήμερα φορείς όπως η Περιφέρεια Ηπείρου, τα Επιμελητήρια, οι ιδιωτικές επιχειρήσεις, κλπ, για να βελτιωθεί η εξωστρέφεια και η ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων της Ηπείρου μέσω της ανάληψης καινοτόμων δράσεων.</p> <p>Στόχος του ερωτηματολογίου είναι να διερευνήσει τις απόψεις των επιχειρηματιών της Ηπείρου σχετικά με την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία στην Ήπειρο. Οι απαντήσεις σας είναι <u>απολύτως εμπιστευτικές</u> και θα χρησιμοποιηθούν <u>μόνο για τους ερευνητικούς – ακαδημαϊκούς σκοπούς του προγράμματος</u>.</p> <p>Θα μας ήταν ιδιαίτερα χρήσιμο αν αφιερώνατε λίγα λεπτά για να συμπληρώσετε το ερωτηματολόγιο. Για να είναι αξιόπιστα τα αποτελέσματα της έρευνας, είναι σημαντικό να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις.</p> <p style="text-align: right;">Με εκτίμηση</p>	

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

1. Παράγοντες που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με τους παράγοντες που εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα. (1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5
1.1	Η έλλειψη κεφαλαίων για νέες επενδύσεις					
1.2	Η γραφειοκρατία των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων					
1.3	Το πρόβλημα της ρευστότητας στην αγορά					
1.4	Η δυσκολία στη λήψη δανείων					
1.5	Γενικά η οικονομική κρίση					
1.6	Η γραφειοκρατία των Δημόσιων Υπηρεσιών					
1.7	Η έλλειψη συνεργάσιμων προμηθευτών					
1.8	Η έλλειψη ικανών υπαλλήλων					

2. Παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με τους παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας. (1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5
2.1	Η ικανότητα του επιχειρηματία στη λήψη αποφάσεων					
2.2	Η ικανότητα του επιχειρηματία στη διαχείριση κινδύνου					
2.3	Η ικανότητα της επιχείρησης να επικοινωνεί αποτελεσματικά					

		1	2	3	4	5
	με τους πελάτες σχετικά με τις ανάγκες τους					
2.4.	Η ικανότητα της επιχείρησης να συνεργάζεται αρμονικά με τους προμηθευτές της					
2.5.	Τα προσόντα και οι δεξιότητες του απασχολούμενου προσωπικού					
2.6.	Η ικανότητα της επιχείρησης να παράγει σε σχέση με τους ανταγωνιστές παρόμοια προϊόντα με χαμηλότερο κόστος					
2.7.	Η ικανότητα της επιχείρησης να παράγει σε σχέση με τους ανταγωνιστές καλύτερα προϊόντα για τους πελάτες					

3. Ενέργειες για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησής σας

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με την αναμενόμενη αποτελεσματικότητα ενεργειών για τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησής σας. (1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5
3.1	Βελτίωση των στρατηγικών προώθησης των προϊόντων στους πελάτες					
3.2	Επέκταση σε νέες αγορές					
3.3	Αξιοποίηση των Επιδοτούμενων Επενδυτικών Προγραμμάτων					
3.4	Μείωση του κόστους παραγωγής					
3.5	Επένδυση σε νέες τεχνολογίες					
3.6	Μεγαλύτερη εστίαση στην καινοτομία					
3.7	Βελτίωση των σχέσεων με προμηθευτές					
3.8	Μείωση των περιθωρίων κέρδους της επιχείρησης					

		1	2	3	4	5
3.9	Βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων της επιχείρησης					
3.10	Βελτίωση της εκπαίδευσης – κατάρτισης του προσωπικού					

4 Λόγοι για τους οποίους αναλάβετε την επιχειρηματική δραστηριότητα

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με τους λόγους για τους οποίους αναλάβετε την επιχειρηματική δραστηριότητα. (1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5
4.1	Επίτευξη υψηλότερου εισοδήματος σε σχέση με έναν υπάλληλο					
4.2	Καλύτερη αξιοποίηση των προσόντων και των γνώσεων					
4.3	Επίτευξη μεγαλύτερης κοινωνικής καταξίωσης					
4.4	Δυνατότητα ρύθμισης ωρών και συνθηκών εργασίας					
4.5	Είναι η μόνη διαθέσιμη εναλλακτική επιλογή για απασχόληση					

5. Αξιολόγηση της Απόδοσης της Επιχείρησής σας

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις σχετικά με την αξιολόγηση της απόδοσης της επιχείρησής σας. (1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5
5.1	Σε σύγκριση με το μέσο όρο του κλάδου, η επιχείρηση είναι πιο επικερδής					
5.2	Σε σύγκριση με το μέσο όρο του κλάδου, η επιχείρηση έχει ένα μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς					

		1	2	3	4	5
5.3.	Σε σύγκριση με το μέσο όρο του κλάδου, η επιχείρηση αναπτύσσεται πιο γρήγορα					

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

6. Παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων δράσεων

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με τους παράγοντες που δυσχεραίνουν την επίτευξη καινοτόμων δράσεων. (1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5
6.1	Η έλλειψη χρηματοδότησης νέων επενδύσεων					
6.2	Ο υψηλός κίνδυνος αποτυχίας					
6.3	Η έλλειψη των απαραίτητων υποδομών					
6.4	Το υψηλό κόστος καινοτομίας					
6.5	Η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού					
6.6	Η δυσκολία εξεύρεσης εταιρών συνεργασίας					
6.7	Η αβεβαιότητα της ζήτησης για τα καινοτόμα αγαθά ή υπηρεσίες					
6.8	Η έλλειψη πληροφόρησης για τις ανάγκες των πελατών					

7. Παράγοντες που συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με τους παράγοντες που συμβάλουν στην επίτευξη καινοτόμων δράσεων. (1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5
7.1	Η ύπαρξη των απαραίτητων υλικοτεχνικών υποδομών					
7.2	Το μορφωτικό επίπεδο αυτών που λαμβάνουν τις αποφάσεις					
7.3	Η δυνατότητα χρηματοδότησης νέων επενδύσεων					
7.4	Η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή προμηθευτές που επιδιώκουν καινοτόμες δράσεις					
7.5	Η συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις					
7.6	Η συνεχής επιμόρφωση του απασχολούμενου προσωπικού					
7.7	Ο έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο					
7.8	Η πεποίθηση του επιχειρηματία ότι μόνο με τις καινοτόμες δράσεις θα μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό					

8. Αναμενόμενα Αποτελέσματα Καινοτομίας

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με τα αναμενόμενα αποτελέσματα της καινοτομίας. (1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Μάλλον διαφωνώ, 3=Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=Μάλλον συμφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα)

		1	2	3	4	5
8.1	Αύξηση της γκάμας προϊόντων ή υπηρεσιών					
8.2	Είσοδος σε νέες αγορές					
8.3	Αύξηση του μεριδίου της αγοράς					
8.4	Βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων ή των υπηρεσιών					

8.5.	Βελτίωση της ευελιξίας της παραγωγής ή της παροχής					
		1	2	3	4	5
	υπηρεσιών					
8.6.	Μείωση του συνολικού κόστους ανά παραγόμενη μονάδα					

9. Πηγές Πληροφοριών για τις Καινοτόμες Επιχειρήσεις

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** το βαθμό σημαντικότητας των παρακάτω πηγών για την εύρεση πληροφοριών για καινοτόμες δράσεις. (1= Καθόλου σημαντική, 2=Λίγο σημαντική, 3=Αρκετά σημαντική 4=Πολύ σημαντική, 5= Πάρα πολύ σημαντική)

		1	2	3	4	5
9.1	Εσωτερικές πηγές					
9.2	Προμηθευτές					
9.3	Πελάτες					
9.4	Ανταγωνιστές					
9.5	Σύμβουλοι					
9.6	Πανεπιστήμια – ΤΕΙ					
9.7	Ερευνητικά Ιδρύματα					
9.8	Συνέδρια – Εκθέσεις					
9.9	Επιστημονικά Περιοδικά					
9.10	Επιμελητήριο					

10. Επίτευξη Καινοτομίας από την Επιχείρηση

Παρακαλούμε σημειώστε με **X** την απάντηση σας σχετικά με την επίτευξη ή μη καινοτόμων δράσεων από την επιχείρηση σας την τελευταία τριετία.

		ΝΑΙ	ΟΧΙ
10.1	Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο παράγονται τα προϊόντα / υπηρεσίες;		
10.2	Υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τρόπο που τα προϊόντα διατίθενται στην αγορά;		
10.3	Η επιχείρηση αναδιοργάνωσε τον τρόπο λειτουργία της;		
10.4	Έχει αλλάξει σημαντικά ο τρόπος με τον οποίο συνεργάζεται η επιχείρηση με άλλες επιχειρήσεις και τους προμηθευτές της;		
10.5	Τα προϊόντα / υπηρεσίες σας θεωρούνται από τους πελάτες ως κάτι σημαντικά διαφορετικό;		

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ: Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

11. Αριθμός απασχολουμένων:

1.	1-9	
2.	10-49	
3.	50-249	
4.	Πάνω από 250	

12. Χρήση λογισμικού για:

		ΝΑΙ	ΟΧΙ
1.	Γραμματειακή υποστήριξη		
2.	Λογιστήριο		
3.	Πωλήσεις – Διαχείριση Πελατών		
4.	Αγορές – Διαχείριση Προμηθευτών		
5.	Αποθήκη		
6.	Παραγωγή		

13. Χρήση του Διαδικτύου για:

		ΝΑΙ	ΟΧΙ
1.	Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail)		
2.	Δικτυακό τόπο (web site) της επιχείρησης		
3.	Ηλεκτρονικές συναλλαγές με προμηθευτές		
4.	Ηλεκτρονικές συναλλαγές με πελάτες		
5.	Ηλεκτρονικές συναλλαγές με τις τράπεζες		
6.	Ηλεκτρονικές συναλλαγές με δημόσιους φορείς		

16. Πωλήσεις της επιχείρησης στο εξωτερικό, επί του συνολικού κύκλου εργασιών

1.	Καθόλου	
2.	0,01% - 5%	
3.	5% - 10%	
4.	11% - 25%	
5.	26% - 50%	
6.	> 50%	

17. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει κάποιο Σύστημα Πιστοποίησης Ποιότητας; (π.χ. ISO 9000, κλπ)

1.	ΝΑΙ	
2.	ΟΧΙ	

18. Έχετε υποβάλει πρόταση σε κάποιο από τα επιδοτούμενα επενδυτικά προγράμματα; (π.χ. ΕΣΠΑ, Αναπτυξιακός Νόμος)

1.	ΝΑΙ	
2.	ΟΧΙ	

19. Σπουδές Επιχειρηματία

1.	Μεταπτυχιακός/Διδακτορικός Τίτλος	
2.	Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ	
3.	Μέση εκπαίδευση – ΙΕΚ	
4.	Βασική εκπαίδευση	

20. Φύλο Επιχειρηματία

1.	Άνδρας	
----	--------	--

2.	Γυναίκα	
----	---------	--

21. Ηλικία Επιχειρηματία

1.	18-24	
2.	25-34	
3.	35-44	
4.	55-64	

22. Νομική μορφή επιχείρησης

1.	Ατομική επιχείρηση	
2.	ΟΕ (Ομόρρυθμη Εταιρεία)	
3.	ΕΕ (Ετερόρρυθμη Εταιρεία)	
4.	ΕΠΕ	
5.	Α.Ε.	
6.	Άλλη μορφή	

23. Κλάδος κύριας δραστηριοποίησης

1.	Πρωτογενής Παραγωγή	
2.	Μεταποίηση	
3.	Εμπόριο	
4.	Υπηρεσίες	
5.	Τουρισμός	

Σας ευχαριστούμε για το χρόνο που διαθέσατε για να απαντήσετε στο παρόν ερωτηματολόγιο!

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

1. Αποστολόπουλος Ι., Ειδικά θέματα Χρηματοοικονομικής διοίκησης, εκδόσεις Σταμούλης 2005, σελ. 45-51 και 587-605.
2. Βουδούρη Ει., Η πρόκληση του επιχειρείν, εκδ. Σιδέρη, 2005.
3. Γεωργαντά Ζωή. Επιχειρηματικότητα και καινοτομίες: το management της επιχειρηματικής καινοτομίας. Θεσσαλονίκη: Ανικούλα (2003)
4. Ιωαννίδης Στ, Επιχείρηση και Επιχειρηματικότητα, Εκδ. Παπαζήση, 2001.
5. Καραγιάννης Α, Οι βάσεις της επιχειρηματικής επιτυχίας, εκδ. Interbooks.
6. Καραγιάννης Η., Καινοτομία και επιχειρηματικότητα: θεωρία-πράξη / Η.Γ.Καραγιάννης-Ι.Α.Μπακούρος. Θεσσαλονίκη : Εκδόσεις Σοφία, (2010)
7. Καρασαββίδου Ε., Τερζίδης Κ., Ευελιξία, ευέλικτη επιχείρηση, νέες μορφές απασχόλησης και ο ρόλος του Management: κριτική προσέγγιση, στη συλλογή «Κοινωνικές ανισότητες και κοινωνικός αποκλεισμός», Ίδρυμα Σάκη Καραγιωργα, 1998.
8. Καρβούνης Σ., Διαχείριση Τεχνολογίας και καινοτομίας, εκδ. Σταμούλης
9. Κομνηνός Ν., Τεχνοπόλεις και στρατηγικές ανάπτυξης στην Ευρώπη, Gutenberg, 1993.
10. Κουλάκογλου Κ., “Ψυχομετρία και Ψυχολογική Αξιολόγηση”, Εκδόσεις Παπαζήση, 1998, pp.59-122
11. ΜΠΑΜΠΙΝΙΩΤΗ Γ., ΛΕΞΙΚΟ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ. Β' έκδοση (2005).
12. Μπάτζιος Χ., Στατιστική (τεύχος Α) Εφαρμοσμένη στατιστική στην κτηνιατρική εκπαίδευση, Εκδόσεις σύγχρονη παιδεία, Θεσσαλονίκη 1999.

13. Μουρδουκούτας Π., Η επιχειρηματικότητα στη νέα οικονομία. Αθήνα: Ι. Σιδέρης, (2001).
14. Μουρδουκούτας Π., Παπαδημητρίου Σ., Ιωαννίδης Στ., Επιχειρηματικότητα: θεσμοί και πολιτική, εκδ. Κλειδάριθμος, 2004.
15. Μουρδουκούτας Π., Επιχειρηματική Στρατηγική σε μια Ημιπαγκοσμιοποιημένη Οικονομία, εκδ. Σταμούλης, 2006.
16. Ναξάκης Χ., Χλέτσος Μ., εκδ. Πατάκης, 2005.
17. Παλάσκας Θ., Ανταγωνιστικότητα - Απασχόληση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα και την ΕΕ: προοπτικές και προτάσεις, εκδ. Σιδέρη, 2003.
18. Παπαδόπουλος Ν.Γ, Η ανάπτυξη νέων προϊόντων, εκδ. Γαλαίος, 1988.
19. Παρασκευόπουλος Γ., Δημιουργική σκέψη στο σχολείο και στην οικογένεια, εκδ. Ελληνικά Γράμματα, 2004.
20. Πεπελάση Μίνογλου Ι., Επιχειρηματικότητα, στη συλλογή, επιμ. Κωστή Κ., Πετμεζά Σ., «Η ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας του 19ου αι», εκδ. Αλεξάνδρεια, 2006.
21. Πετράκης Π., Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη, εκδ. Παπαζήση, 1996.
22. Πουλούδη Ν., Ηλεκτρονικό επιχειρείν, εκδ. Σιδέρη.
23. Ραφαηλίδης Α, Τσελεκίδης Ι., Τεχνολογία, Καινοτομία, Κοινωνία της γνώσης και Ελλάδα, στη συλλογή «Σύγχρονες προσεγγίσεις της Ελληνικής οικονομίας» επιμ. Κόλλιας Χρ.,
24. Σεφερτζή Ε. (επιμ.), Καινοτομία, εκδ. Gutenberg, 1998.
25. Σπανού Ε.Γ., Γιατί δεν καινοτομούν οι ελληνικές επιχειρήσεις; περ. Επιλογή, Τ. 1ο 2007
26. Σπανός Ι., Μετασχηματίζοντας την επιχείρηση, Μελέτες περίπτωσης στο «καινοτομικό ταξίδι», εκδ. Σιδέρη.

27. Στασινόπουλος Γ, Επιχειρηματικότητα: Η ελλειμματική αναπτυξιακή παράμετρος της ελληνικής οικονομίας, στη συλλογή «Οικονομικές αλλαγές και κοινωνικές αντιθέσεις στην Ελλάδα», επιμ. Γ. Αργείτη, εκδ. Τυπωθήτω, 2005.
28. Τριχόπουλος Δ., Τζώνου Α., Κατσουγιάννη Κ., Βιοστατιστική, Επιστημονικές Εκδόσεις Παρισιανού Α.Ε., 2001
29. Χασσίδ Ι., Καραγιάννης Α., Η επιχειρηματικότητα στην ελληνική οικονομία, εκδ. Interbooks, 1999.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

30. Boden M.A., “Creativity and artificial intelligence”, Artificial Intelligence, No 103, σελ 347-356.
31. Drucker P. Innovation and Entrepreneurship, Α.Σ.Ε., Βιβλιοθήκη Management, 1990.
32. Kirzner I.M, Competition and Entrepreneurship, University of Chicago Press.
33. Knight F., Risk, Uncertainty and Profit, Boston and New York: Houghton Mifflin.
34. Kotler P., Μάρκετινγκ, Μάνατζμεντ: Ανάλυση, σχεδιασμός, υλοποίηση και έλεγχος, εκδ. Interbooks, 1971.
35. Schumpeter J.A., The theory of Economic Development: An inquiry into Profits, Capital, Interest and the Business Cycle, Oxford University Press, 1978.
36. Syrett M και Lammiman J., Επιτυχημένες καινοτομίες, εκδ. Κέρκυρα, 2004.