



## ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

### ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΣΥΓΧΡΟΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ



**ΕΥΓΕΝΙΑ Θ. ΤΣΕΡΠΕ**

**ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗΤΡΩΟΥ : 4655**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΠΑΠΑΓΡΗΓΟΡΙΟΥ ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ, ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ**  
**ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ**

**ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ : 2014**

# ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΣΥΓΧΡΟΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Αντικείμενο μελέτης αυτής της πτυχιακής εργασίας είναι οι τάσεις και οι προοπτικές της Σύγχρονης Επιχειρηματικότητας. Γίνεται μία προσπάθεια προσέγγισης της γενικής έννοιας της Επιχειρηματικότητας, κάποιων μορφών της καθώς επίσης και των εξελίξεων και διαμορφώσεων που έχουν παρουσιαστεί στο πέρασμα των χρόνων στο χώρο της. Πολύτιμοι βοηθοί σε αυτή την προσπάθεια, είναι η επιστημονική βιβλιογραφία καθώς επίσης και οι ηλεκτρονικές διευθύνσεις του διαδικτύου οι οποίες σχετίζονται με το αντικείμενο που μελετάμε.

Το πρώτο κεφάλαιο αναφέρεται στην έννοια, τα είδη, τα χαρακτηριστικά και τα πεδία εφαρμογής της Επιχειρηματικότητας. Επιπλέον γίνονται αναφορές στην ιστορικότητα και στους παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξή της.

Το δεύτερο κεφάλαιο επικεντρώνεται στην απαρίθμηση μερικών εκ των σημαντικότερων ειδών της Σύγχρονης Επιχειρηματικότητας όπου και εδώ αναφέρονται οι έννοιές τους, ιστορικά στοιχεία αλλά και φορείς και στρατηγικές που σχετίζονται με την ανάπτυξή τους.

Στο τρίτο και τελευταίο κεφάλαιο, δίνεται έμφαση στις προοπτικές της Σύγχρονης Επιχειρηματικότητας. Εκεί καταγράφονται δράσεις και πολιτικές ενίσχυσής της. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται και στο κλίμα που έχει διαμορφωθεί στην Επιχειρηματικότητα εν μέσω οικονομικής κρίσης.

## **ABSTRACT**

The subject of this thesis is the trends and prospects of Modern Entrepreneurship. It is an attempt to approach the general concept of Entrepreneurship, some types of it as well as the developments and configurations that have been presented over the years at the site of Entrepreneurship. Valuable partners in this effort are the scientific literature as well as online web addresses related to the subject under study.

The first chapter refers to the concept, types, characteristics and application areas of Entrepreneurship. In addition there are references to the historicity and the factors influencing its development.

The second chapter focuses on the enumeration of some of the most important species of Contemporary Entrepreneurship where here are also referred the meanings, historical figures, actions and strategies related to their development.

In the third and final chapter, the emphasis is given on the prospects of Modern Entrepreneurship. It indicates actions and policies to strengthen them. Special mention is also given to the climate that has been created in Entrepreneurship amid economic crisis.

## **ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ.....ΣΕΛΙΔΑ**

<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....</b>	<b>1</b>
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ .....</b>	<b>3</b>
<b>ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ .....</b>	<b>6</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....</b>	<b>7</b>
<b>1.1 Η Έννοια της Επιχειρηματικότητας .....</b>	<b>7</b>
<b>1.2 Η Ιστορία της Επιχειρηματικότητας .....</b>	<b>9</b>
<b>1.2.1 Ιστορικές Περίοδοι της Επιχειρηματικότητας .....</b>	<b>10</b>
<b>1.3 Μελέτη της Επιχειρηματικότητας .....</b>	<b>15</b>
<b>1.3.1 Εκφραστές της έννοιας της Επιχειρηματικότητας .....</b>	<b>15</b>
<b>1.4 Οι Διακρίσεις της Επιχειρηματικότητας .....</b>	<b>18</b>
<b>1.4.1 Μορφές – Είδη Επιχειρηματικότητας .....</b>	<b>18</b>
<b>1.5 Χαρακτηριστικά της Επιχειρηματικότητας .....</b>	<b>21</b>
<b>1.6 Επιχειρηματικότητα και Επιχειρηματίας .....</b>	<b>23</b>
<b>1.7 Παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη της Επιχειρηματικότητας .....</b>	<b>26</b>
<b>1.7.1 Κοινωνικοί και Γεωγραφικοί παράγοντες ανάπτυξης της Επιχειρηματικότητας .....</b>	<b>26</b>
<b>1.7.2 Πολιτιστικοί παράγοντες ανάπτυξης της Επιχειρηματικότητας .....</b>	<b>28</b>
<b>1.8 Η «Μέτρηση» της Επιχειρηματικότητας .....</b>	<b>30</b>
<b>1.8.1 Δείκτες και Φορείς Μετρήσεων .....</b>	<b>31</b>
<b>1.9 Η σημασία της Επιχειρηματικότητας για μια οικονομία: ένα νόμισμα με δύο όψεις .....</b>	<b>36</b>

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ**

<b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ .....</b>	<b>40</b>
<b>2.1 Συνειδητοποίηση της ανάγκης προσαρμογής. Οι νέες μορφές Επιχειρηματικότητας .....</b>	<b>40</b>
<b>2.2 Έννοια και Περιεχόμενο της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας .....</b>	<b>41</b>
<b>2.2.1 Μια σύντομη ιστορική αναφορά .....</b>	<b>42</b>
<b>2.2.2 Πολιτικές ανάπτυξης και στήριξης της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας σε Ευρώπη και Ελλάδα .....</b>	<b>43</b>
<b>2.2.3 Η περίπτωση του Muhammad Yunus. Ένα λαμπρό παράδειγμα προς μίμηση .....</b>	<b>46</b>
<b>2.3 Πράσινη Επιχειρηματικότητα. Έννοια και Περιεχόμενο .....</b>	<b>47</b>
<b>2.3.1 Τι είναι η Πράσινη Επιχειρηματικότητα .....</b>	<b>48</b>
<b>2.3.2 Χαρακτηριστικά και Πεδία Εφαρμογής της Πράσινης Επιχειρηματικότητας .....</b>	<b>48</b>
<b>2.3.3 Πράσινη Επιχειρηματικότητα : μια έννοια με πλούσιο παρελθόν .....</b>	<b>49</b>
<b>2.4 Δράσεις Ανάδειξης και Προώθησης του Πράσινου Επιχειρείν .....</b>	<b>50</b>
<b>2.4.1 Οργανισμοί και Προγράμματα Πράσινης Επιχειρηματικότητας</b>	<b>51</b>
<b>2.4.2 Οι Ευρωπαϊκές Πρωτοβουλίες .....</b>	<b>51</b>
<b>2.4.3 Φορείς και Πρωτοβουλίες Πράσινης Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα .....</b>	<b>52</b>
<b>2.5 Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα .....</b>	<b>55</b>
<b>2.5.1 Έννοια και Διακρίσεις του Ηλεκτρονικού Εμπορίου .....</b>	<b>56</b>
<b>2.5.2 Τα Πεδία Εφαρμογής της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας</b>	<b>58</b>

2.5.3 Τα υπέρ και τα κατά της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας ...	60
2.5.4.Τα πλεονεκτήματα της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας ....	61
2.5.5 Τα μειονεκτήματα της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας .....	63
<b>2.6 Μελέτες Περιπτώσεων Επιτυχημένης Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας .....</b>	<b>65</b>
2.6.1 Η απίστευτη περίπτωση του Kyle McDonald .....	65
2.6.2 Η περίπτωση της Google .....	66
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ .....</b>	<b>68</b>
3.1 Η Επιχειρηματικότητα στην εποχή της κρίσης .....	68
3.2 Οι Προοπτικές της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας ...	69
3.2.1 Δράσεις και Πολιτικές Ενίσχυσης της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας .....	69
3.3 Οι Προοπτικές της Πράσινης Επιχειρηματικότητας ....	71
3.3.1 Νομοθεσία και Πολιτικές για την Πράσινη Επιχειρηματικότητα	72
3.4 Οι Προοπτικές της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας .....	75
3.4.1 Δράσεις και Στρατηγικές Ανάπτυξης της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας .....	76
3.5 Οι Τάσεις του Ηλεκτρονικού Εμπορίου για το 2014 ....	80
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4:ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....</b>	<b>84</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....</b>	<b>85</b>

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Με την εκπόνηση της παρούσας πτυχιακής εργασίας, θα ήθελα να ευχαριστήσω το σύνολο των καθηγητών που μου παρείχαν όλες αυτές τις γνώσεις, οι οποίες αποτελούν πολύτιμο εφόδιο για τη ζωή μου.

Ειδικότερα, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου, κύριο Παπαγρηγορίου Αριστεΐδη για την ευκαιρία που μου έδωσε να ασχοληθώ με το θέμα αυτό καθώς επίσης και για τη βοήθεια και την καθοδήγηση που μου παρείχε προκειμένου να ολοκληρώσω την εργασία μου.

Αφιερώνω την εργασία αυτή στη μητέρα μου, στον αδελφό μου και στον Γιάννη, οι οποίοι υπήρξαν ένθερμοι υποστηρικτές της προσπάθειάς μου από την έναρξη μέχρι και την ολοκλήρωσή της. Τέλος, αφιερώνω την πτυχιακή στη μνήμη του πατέρα μου.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στα πλαίσια συγγραφής αυτής της πτυχιακής εργασίας, θα ασχοληθούμε με τις τάσεις και τις προοπτικές της Σύγχρονης Επιχειρηματικότητας.

Διαπιστώνουμε πως τα τελευταία χρόνια, ο όρος «Επιχειρηματικότητα» και ότι αυτός περικλείει, ακούγεται και χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο. Αυτό το γεγονός αποτελεί ένδειξη της σπουδαιότητας και της αναγκαιότητάς της στην οικονομία μίας χώρας.

Αρχικά θα γίνει προσπάθεια να προσεγγίσουμε αλλά και να συμβάλλουμε στην αποσαφήνιση του όρου «Επιχειρηματικότητα».

Εν συνεχεία, στα κεφάλαια που θα ακολουθήσουν, θα ασχοληθούμε με τα είδη Επιχειρηματικότητας, με τα χαρακτηριστικά, την σημαντικότητά της, τους παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξή της και με τις μεθόδους μέτρησής της.

Επιπλέον, θα αναφερθούμε και στις τάσεις που επικρατούν στον τομέα της Επιχειρηματικότητας, σε κάποιες νέες μορφές της, σε πολιτικές, στρατηγικές και οργανισμούς σχετικούς με την ανάπτυξη της.

Τέλος, θα επικεντρωθούμε στις προοπτικές της Επιχειρηματικότητας ειδικά στην περίοδο της οικονομικής κρίσης που διανύει τόσο η Ελλάδα όσο και άλλες χώρες.

## 1.1 Η Έννοια της Επιχειρηματικότητας

Αναμφίβολα, ένας ικανοποιητικός αριθμός ατόμων θα έχει ακούσει την λέξη «Επιχειρηματικότητα». Το ερώτημα όμως που τίθεται είναι κατά πόσο τα άτομα αυτά έχουν κατανοήσει και είναι σε θέση να εξηγήσουν την έννοιά της.

Κάνοντας μία απλή αναζήτηση (είτε στο διαδίκτυο, είτε στα διάφορα λεξικά), με έκπληξη θα διαπιστώσουμε την πληθώρα των αποτελεσμάτων και ερμηνειών που θα λάβουμε. Αυτό συμβαίνει γιατί η Επιχειρηματικότητα αποτελεί μία **πολυδιάστατη** και **αμφιλεγόμενη** έννοια, η οποία δίχασε και προβλημάτισε επιστήμονες από τον ακαδημαϊκό και επιχειρηματικό κλάδο.



Η λέξη «**Επιχειρηματικότητα**»<sup>1</sup>, πηγάζει από το ρήμα «επιχειρώ», που σημαίνει δρω έχοντας συγκεκριμένο στόχο και περιλαμβάνει το σύνολο όλων εκείνων των δραστηριοτήτων που απαιτούνται για την κινητοποίηση των πόρων με σκοπό τη διάθεση προϊόντων και υπηρεσιών στις αγορές και που σε όλη αυτή τη διαδικασία κινητοποίησης, το τελικό αποτέλεσμα είναι αμφίβολο.

Η έννοια της Επιχειρηματικότητας έχει τις ρίζες της στις επιστήμες της οικονομικής θεωρίας και της κοινωνιολογίας. Ο σχεδιασμός, η οργάνωση, η ανάπτυξη και η θεμελίωση μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας, αποτελεί αντικείμενο ενδιαφέροντος και μελέτης επιστημόνων, κυρίως από το χώρο του μάνατζμεντ. Στη σύγχρονη εκδοχή της, συνδυάζει στοιχεία από την ψυχολογία, τη διοίκηση και τη βιομηχανική γεωγραφία<sup>2</sup>.

Δύο ορισμοί που φαίνεται να καλύπτουν με απλό αλλά ουσιαστικό τρόπο την έννοια της Επιχειρηματικότητας, δίνονται παρακάτω :

- Ο πρώτος ορισμός ο οποίος έχει δοθεί από την **Πράσινη Βίβλο** για την Επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη, αναφέρει την **Επιχειρηματικότητα**<sup>3</sup> κυρίως σαν **νοοτροπία**. Περιλαμβάνει την ανάπτυξη δραστηριοτήτων ενός ατόμου (είτε ενεργεί αυτόνομα είτε ως μέλος ενός οργανισμού), στο να αναγνωρίζει τις ευκαιρίες και να τις εκμεταλλεύεται προκειμένου να έχει οικονομικό όφελος.

- Σύμφωνα με ένα δεύτερο ορισμό, **Επιχειρηματικότητα**<sup>4</sup>, είναι ο τρόπος με τον οποίο ένα άτομο ή μια ομάδα ατόμων που ασχολούνται ή επιθυμούν να ασχοληθούν με τον επιχειρηματικό κλάδο, μπορούν να μετουσιώσουν τους παραγωγικούς συντελεστές (εργασία, γη, κεφάλαιο) καθώς επίσης και τις πληροφορίες, το χρόνο και την ευφυΐα που διαθέτουν, σε οικονομικά αποτελέσματα.

---

<sup>1</sup> Λεωνίδας Α. Ζαμπετάκης : Σημειώσεις από τις διαλέξεις του διατμηματικού μαθήματος επιλογής «Επιχειρηματικότητα και Περιβάλλον», σελ.7, Α.Τ.Ε.Ι Κρήτης, Ηράκλειο, Μάρτιος 2005.

<sup>2</sup> Δρ.Κατερίνα Κεδράκα : Η Επιχειρηματικότητα «ανοίγει» επαγγελματικές προοπτικές στους νέους, Γραφείο Διασύνδεσης, Σπουδών και Σταδιοδρομίας, Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης, 2008.

<sup>3</sup> (ο.π. : σελ. 7).

<sup>4</sup> Π. Κυριαζόπουλος – Λ. Βρυζίδης : Εισαγωγή στην Επιχειρηματικότητα, σελ. 17, Σύγχρονη Εκδοτική, 2008.

Και στους δύο ορισμούς παρατηρούμε πως δίνεται έμφαση τόσο στους φυσικούς πόρους που μπορεί να έχει στη διάθεση του όποιος ενδιαφέρεται να ασκήσει Επιχειρηματικότητα, όσο και στα ατομικά προσόντα που διαθέτει. Υπάρχει δηλαδή μια αλληλεξάρτηση υλικών και πνευματικών αγαθών.

Παρότι πολλοί μελετητές της οικονομικής επιστήμης, αναλύουν τον όρο της Επιχειρηματικότητας λαμβάνοντας υπόψη μόνο τους οικονομικούς πόρους, (αγνοώντας έτσι τον ανθρώπινο παράγοντα), στα κεφάλαια που θα ακολουθήσουν, θα διαπιστώσουμε πως για να υπάρξει πετυχημένη εφαρμογή της Επιχειρηματικότητας, απαιτείται συνδυασμός και των δύο.

Επιπρόσθετα, αποδεικνύεται εμφανώς η πολύπλευρη φύση της Επιχειρηματικότητας. Η Επιχειρηματικότητα δεν αποτελεί μία στείρα έννοια. Είναι τρόπος σκέψης και δράσης.

## **1.2 Η Ιστορία της Επιχειρηματικότητας**

Όπως είδαμε, παραπάνω έγινε μια προσέγγιση αποσαφήνισης του όρου της Επιχειρηματικότητας. Πώς και πότε όμως προέκυψε η Επιχειρηματικότητα;

Την απάντηση σε αυτό το ερώτημα θα ήταν εξαιρετικά χρήσιμο και ωφέλιμο να την δώσουμε, ανατρέχοντας στο παρελθόν. Η διαδικασία αυτή, θα μας βοηθήσει να εξάγουμε χρήσιμα συμπεράσματα για την Επιχειρηματικότητα, σχετικά με την θέση που κατείχε στην κοινωνία, τους τομείς στους οποίους εφαρμόστηκε και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα που απορρέουν από την εφαρμογή της.

Θα μπορούσαμε να πούμε πως η Επιχειρηματικότητα «γεννήθηκε» από τη στιγμή που ο προϊστορικός άνθρωπος άρχισε να θέτει σε λειτουργία και να εξελίσει τις νοητικές του ικανότητες. Όταν για παράδειγμα, ο προϊστορικός άνθρωπος δημιούργησε τα πρώτα του εργαλεία, εφάρμοσε εν αγνοία του μια μορφή Επιχειρηματικότητας και αυτό συνέβη γιατί προέβη σε μία καινοτομία για την εποχή του και όπως θα δούμε στα κεφάλαια που θα ακολουθήσουν, η καινοτομία αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό της Επιχειρηματικότητας.

Ωστόσο, επειδή δεν υπάρχει κάποια επίσημη ιστορική αναφορά που να συνδέει τον προϊστορικό άνθρωπο με την Επιχειρηματικότητα, η ιστορική

αναδρομή που θα επιχειρήσουμε, θα γίνει σύμφωνα με καταγεγραμμένα ιστορικά και επιστημονικά στοιχεία και γεγονότα. Παρακάτω παρουσιάζονται και αναλύονται ορισμένες από τις πιο χαρακτηριστικές περιόδους κατά τις οποίες η συμβολή και ο ρόλος της Επιχειρηματικότητας υπήρξαν ουσιαστικές όσων αφορά στην εξέλιξη της οικονομικής ζωής των κοινωνιών.

### **1.2.1 Ιστορικές Περίοδοι της Επιχειρηματικότητας**

#### **◆ Η Επιχειρηματικότητα κατά την αρχαιότητα**

Από την Αρχαία Ελλάδα και το ισχυρό επινοητικό πνεύμα των Ελλήνων που εκφραζόταν από τον πολυμήχανο Οδυσσέα<sup>5</sup>, μέχρι την αρχαία Αίγυπτο και την Κίνα, η Επιχειρηματικότητα κατείχε εξέχοντα ρόλο στην πρόοδο και την ευημερία των πολιτισμών αυτών. Τότε η Επιχειρηματικότητα εκφραζόταν κυρίως με τη μορφή των χερσαίων και θαλάσσιων εξερευνήσεων. Συγκεκριμένα, στην αρχαία Αίγυπτο κατά την περίοδο βασιλείας της Χατσεψούτ, οι χερσαίες αποστολές στην Ασία και την Αφρική, έδωσαν ώθηση στο εμπόριο του χρυσού, του ελεφαντοστού αλλά και των μπαχαρικών. Στον Μινωικό πολιτισμό, οι θαλάσσιες εξερευνήσεις συνέβαλαν στη διάνοιξη νέων αγορών όπως ήταν αυτή του κρασιού, του ελαιόλαδου και των κεραμικών. Στην Κίνα κατά την διάρκεια της δυναστείας Σουνγκ, οι χερσαίες εξερευνητικές αποστολές, επεκτάθηκαν μέχρι την Αφρική και την Εγγύς Ανατολή με σκοπό την αναζήτηση ελεφαντοστού, κέρατος ρινόκερου, πολύτιμων λίθων και μαργαριταριών<sup>6</sup>.

Ιδιαίτερη μνεία ωστόσο γίνεται για την επιχειρηματική δραστηριότητα και κουλτούρα που ανέπτυξαν οι Αρχαίοι Έλληνες. Συγκεκριμένα, σε κείμενα που έχουν διασωθεί, συγγραφείς και φιλόσοφοι όπως ο Πλάτωνας, ο Ξενοφώντας και ο Δημοσθένης, αναφέρονται εκτενώς και δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στο ρόλο και τη χρησιμότητα της Επιχειρηματικότητας και στα θετικά αποτελέσματα που αυτή μπορεί να επιφέρει όχι μόνο στην οικονομική ζωή μιας κοινωνίας αλλά και σε

---

<sup>5</sup> <http://www.tetras-consult.gr/resources/Resources/Papers%20in%20Greek/Entrepreneurship%20today.pdf>, Στέφανος Μιχιώτης 2006, σελ.2, (τελευταία πρόσβαση 20/5/14).

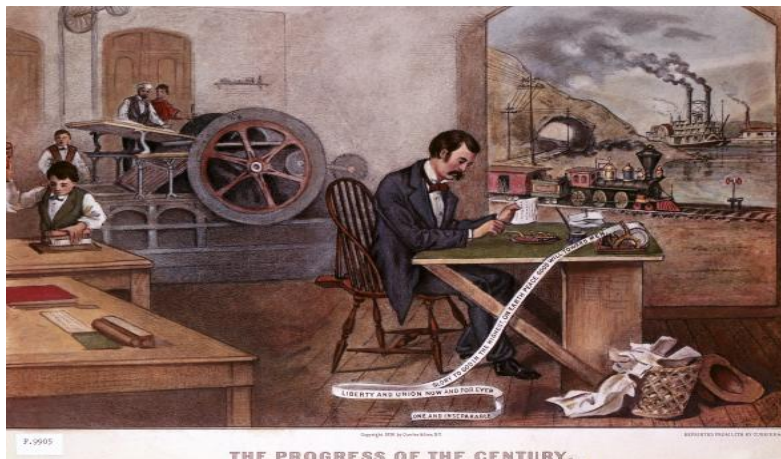
<sup>6</sup> Πάνος Μουρδουκούτας, Στράτος Παπαδημητρίου, Αντώνης Ιωαννίδης, Επιχειρηματικότητα : Θεσμοί και Πολιτικές, σελ.14, Κλειδάριθμος 2004.

επιμέρους τομείς όπως είναι οι τέχνες και ο πολιτισμός. Επιπλέον το περιεχόμενο της έννοιας που της προσέδιδαν επικεντρωνόταν κυρίως σε δύο άξονες :

1. Στην ανακάλυψη και υλοποίηση κερδοφόρων ευκαιριών.
2. Στη σύλληψη της καινούργιας ιδέας, η οποία θα συντελούσε στη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης<sup>7</sup>.

#### ◆ Επιχειρηματικότητα και Βιομηχανική Επανάσταση<sup>8</sup>

Η Βιομηχανική Επανάσταση αποτέλεσε κομβικό ιστορικό σημείο για την πορεία της ανθρωπότητας και ως εκ τούτου και της Επιχειρηματικότητας, καθώς κατά τη διάρκειά της, πραγματοποιήθηκαν σπουδαίες ανακαλύψεις και εφευρέσεις, οι οποίες άλλαξαν ριζικά τις συνθήκες που επικρατούσαν μέχρι τότε σε ζωτικούς τομείς της κοινωνίας.



**Εικόνα 1: Η Βιομηχανική Επανάσταση**

Η πρώτη φάση της Βιομηχανικής Επανάστασης (1750-1870), χαρακτηρίστηκε ως η εποχή του άνθρακα και του σιδήρου. Η δημιουργία του σιδηρόδρομου και του ατμόπλοιου και η χρήση τους στις μεταφορές, είναι πλέον γεγονός.

Η Επιχειρηματικότητα έκανε γενικότερα αισθητή την παρουσία της σε ποικίλους τομείς της κοινωνίας. Στην Αγγλία, η κλωστική μηχανή του Arkeright, η ατμομηχανή των Watt και Boulton, ο μηχανοκίνητος αργαλειός του Cartright και η

<sup>7</sup> [http://kbourletidis.blogspot.com/2010/05/blog-post\\_28.html](http://kbourletidis.blogspot.com/2010/05/blog-post_28.html) (τελευταία πρόσβαση 20/5/14).

<sup>8</sup> <http://img.pathfinder.gr/clubs/files/47254/1.doc> (τελευταία πρόσβαση 20/5/14).

πρώτη μηχανή βαφής του Perkins, εκσυγχρόνισαν τη γεωργία και την κλωστοϋφαντουργία. Η Γερμανία, ανέπτυξε την χημική της βιομηχανία χάρη στη συμβολή των Carl Duisburg και Frederick Bayer. Η συμβολή επίσης των Siemens, Thyssen και Krupp στην ανάπτυξη του τομέα βαρέων μετάλλων και των μηχανολογικών και καταναλωτικών προϊόντων, είναι αξιοσημείωτη. Στην Αμερική, ο Whitney με την δημιουργία της εκκοκκιστικής μηχανής βαμβακιού και ο Singer με τη ραπτομηχανή, τόνωσαν και εξέλιξαν την κλωστοϋφαντουργία. Σπουδαία εξέλιξη σημείωσε και η βιομηχανία παραγωγής όπλων με την δημιουργία του περιστροφικού από τον Colt<sup>9</sup>.

Κατά τις τελευταίες δεκαετίες του 19<sup>ου</sup> αιώνα, (και οι οποίες αποτελούν την δεύτερη φάση της Βιομηχανικής Επανάστασης), η κοινωνικοοικονομική ζωή της ανθρωπότητας, σημαδεύεται από ακόμα μεγαλύτερα επιτεύγματα. Η Επιχειρηματικότητα εκφράζεται σε αυτή τη φάση με την χρησιμοποίηση νέων πηγών ενέργειας (ηλεκτρισμός, πετρέλαιο) και με την εφαρμογή της επιστημονικής γνώσης στη βιομηχανία<sup>10</sup>. Έτσι για παράδειγμα, έχουμε την εφεύρεση του τηλεφώνου από τον Alexander Graham Bell, του ηλεκτρικού λαμπτήρα από τον Thomas Edison<sup>11</sup> καθώς επίσης και την κατασκευή του αεροπλάνου και του αυτοκινήτου με κυριότερους εκπροσώπους τους αδελφούς Wright<sup>12</sup> και τον Karl Benz<sup>13</sup> αντίστοιχα.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως κατά την περίοδο της Βιομηχανικής Επανάστασης, η έννοια της Επιχειρηματικότητας ως οικονομικής δραστηριότητας, κάνει την εμφάνισή της και η επιχειρηματική κουλτούρα παίρνει νέα μορφή. Αποτέλεσμα των διεργασιών αυτών, είναι η σύσταση μετοχικών και ατομικών εταιρειών και συνασπισμών (καρτέλ, τραστ), η παγκοσμιοποίηση των εμπορικών

---

<sup>9</sup> Πάνος Μουρδουκούτας, Στράτος Παπαδημητρίου, Αντώνης Ιωαννίδης : Επιχειρηματικότητα : Θεσμοί και Πολιτικές, σελ. 15, Κλειδάριθμος 2004.

<sup>10</sup> <http://img.pathfinder.gr/clubs/files/47254/1.doc> (τελευταία πρόσβαση 20/5/14).

<sup>11</sup> Πάνος Μουρδουκούτας, Στράτος Παπαδημητρίου, Αντώνης Ιωαννίδης : Επιχειρηματικότητα : Θεσμοί και Πολιτικές, σελ. 15, Κλειδάριθμος 2004.

<sup>12</sup> <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%B5%CF%81%CE%BF%CF%80%CE%BB%CE%A%CE%BD%CE%BF> (τελευταία πρόσβαση 20/5/14).

<sup>13</sup> <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CF%85%CF%84%CE%BF%CE%BA%CE%AF%CE%B%CE%B7%CF%84%CE%BF> (τελευταία πρόσβαση 20/5/14).

συναλλαγών καθώς επίσης και η έντονη επενδυτική δραστηριότητα των τραπεζών και των λοιπών χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων<sup>14</sup>.

#### ♦ Η περίοδος 1950 - 1990

Η περίοδος αυτή χαρακτηρίζεται από μια στροφή στην έννοια και στο περιεχόμενο της Επιχειρηματικότητας καθώς επίσης και στην πρακτική εφαρμογή της. Ήδη από το 1950 περίπου, παρατηρείται η έναρξη της διδασκαλίας της Επιχειρηματικότητας στα πανεπιστήμια, με πρωτοπόρο το Χάρβαρντ<sup>15</sup>. Επιχειρείται επίσης και η μελέτη της από την επιστήμη της ψυχολογίας, προκειμένου να βρεθούν τα χαρακτηριστικά εκείνα, που συνθέτουν την προσωπικότητα των ανθρώπων που ασχολούνται με την Επιχειρηματικότητα<sup>16</sup>.

Η ίδρυση της **Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας**<sup>17</sup> το 1957, με πρώτες συμμετέχουσες χώρες το Βέλγιο, το Λουξεμβούργο, τη Γαλλία, τη Δυτική Γερμανία την Ιταλία και την Ολλανδία και η περαιτέρω διεύρυνσή της με την προσθήκη ολοένα και περισσότερων κρατών, αποτέλεσε ένα γεγονός-ορόσημο για την ανάπτυξη της Διεθνούς Επιχειρηματικότητας καθώς με αυτό τον τρόπο, έλαβαν χώρα διάφορες δραστηριότητες οικονομικής κυρίως φύσεως. Ενδεικτικά, αναφέρουμε τις εξής :

1. Κατάργηση των εσωτερικών συνόρων των χωρών. Κάτι τέτοιο είχε ως αποτέλεσμα την ελεύθερη διακίνηση ανθρώπων, αγαθών, υπηρεσιών, εργασιών και κεφαλαίων.
2. Υιοθέτηση κοινής εμπορικής πολιτικής προς τις τρίτες χώρες.
3. Υιοθέτηση κοινής πολιτικής στους τομείς της γεωργίας, αλιείας, ενέργειας και κατόπιν σε όλους τους τομείς που εμπεριείχαν το οικονομικό στοιχείο.
4. Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του βιομηχανικού κλάδου.

---

<sup>14</sup> <http://christosb.blogspot.com/2007/05/blog-post.html> (τελευταία πρόσβαση 22/5/14).

<sup>15</sup> [http://library.tee.gr/digital/m2104/m2104\\_papagiannakis.pdf](http://library.tee.gr/digital/m2104/m2104_papagiannakis.pdf) (τελευταία πρόσβαση 22/5/14).

<sup>16</sup> Πετράκης Π., Μπουρλετίδης Κ., Βασίλαρος Β., Σταματίου Θ., Παύλου Γ., Ευθυμιόπουλος Α., Καλαντζής Φ., : Επιχειρηματικότητα, σελ.14-15, ΥΠΕΠΘ 2003.

<sup>17</sup> <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CF%8D%CE%BB%CE%B7:%CE%9A%CF%8D%CF%81%CE%B9%CE%B1> , Αναζήτηση : Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα (τελευταία πρόσβαση 22/5/14).

5. Ενίσχυση της οικονομικής συνοχής με την εφαρμογή διάφορων κοινοτικών προγραμμάτων.

Ένα ακόμα γεγονός που συνέβαλλε στην ανάπτυξη της Διεθνούς Επιχειρηματικότητας, είναι η εφαρμογή των κανόνων **Διοίκησης Ολικής Ποιότητας** από τις επιχειρήσεις, για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους. Την αρχή την έκαναν επιχειρήσεις των ΗΠΑ περίπου το 1960. Ακολούθησαν οι Ιάπωνες οι οποίοι κατάφεραν να αξιοποιήσουν στο έπακρο το περιεχόμενο και τις αρχές που διέπουν την **Δ.Ο.Π** και η επιτυχία τους αυτή να αποτελέσει πρότυπο και για άλλες επιχειρήσεις του Δυτικού Κόσμου. Η βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων και των υπηρεσιών, οδήγησε στην κερδοφορία αλλά και στην εντατικοποίηση του ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων, τόσο στις εγχώριες όσο και στις διεθνείς αγορές<sup>18</sup>.

Γύρω στο 1970 συντελέστηκε ίσως η πιο καθοριστική μεταστροφή όσων αφορά στους τομείς εφαρμογής της Επιχειρηματικότητας. Η τεχνολογική «έκρηξη» που σημειώθηκε με πιο χαρακτηριστικό επίτευγμα τη δημιουργία του ηλεκτρονικού υπολογιστή και του διαδικτύου, θα σήμαινε την έναρξη μιας νέας εποχής, η οποία θα αποτελούσε σημείο αναφοράς και για τις δεκαετίες που θα ακολουθούσαν. Όπως θα δούμε αναλυτικότερα και σε επόμενα κεφάλαια, το διαδίκτυο συνέβαλε στην περαιτέρω ανάπτυξη του ευρύτερου επιχειρηματικού και οικονομικού τομέα παγκοσμίως. Κατά την ίδια χρονική περίοδο, χαρακτηριστική ήταν η εισαγωγή της έννοιας της καινοτομίας και η σύνδεσή της με αυτήν της Επιχειρηματικότητας<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup> Πετράκης Π., Μπουρλετίδης Κ., Βασίλαρος Β., Σταματίου Θ., Παύλου Γ., Ευθυμιόπουλος Α., Καλαντζής Φ., : Επιχειρηματικότητα, σελ.392, 396, 408 ΥΠΕΠΘ 2003.

<sup>19</sup> Π.Κυριαζόπουλος : Η σύγχρονη επιχείρηση στο ξεκίνημα του 21<sup>ου</sup> αιώνα, σελ. 277, 281-282, Σύγχρονη Εκδοτική 2000.

## 1.3 Μελέτη της Επιχειρηματικότητας

Στις παραπάνω παραγράφους επιχειρήθηκε αρχικά μια ιστορική ανασκόπηση της Επιχειρηματικότητας, ούτως ώστε να τονιστεί η σπουδαιότητα και ο καθοριστικός ρόλος που αυτή διαδραμάτισε για την ανθρωπότητα ήδη από την στιγμή της «γέννησής» της. Εξίσου σημαντικό είναι να δούμε πώς η Επιχειρηματικότητα από το (αρχικό) πρακτικό της επίπεδο, μετεξελίχθηκε και μετουσιώθηκε και σε ένα πιο θεωρητικό επίπεδο.

Στις παραγράφους που ακολουθούν, θα αναφερθούμε σε μερικές από τις προσωπικότητες εκείνες, οι οποίες με τις γνώσεις που διέθεταν, προσπάθησαν και κατάφεραν να αποσαφηνίσουν την έννοια της Επιχειρηματικότητας, θέτοντας έτσι τις βάσεις που θα επέτρεπαν τη δημιουργία ενός πλαισίου, εντός του οποίου θα μπορούσαν να διατυπωθούν θεωρίες και απόψεις για την επιχειρηματική δραστηριότητα.

### 1.3.1 Εκφραστές της έννοιας της Επιχειρηματικότητας

Οι αρχικές προσπάθειες για την εννοιολογική ερμηνεία της Επιχειρηματικότητας, διενεργήθηκαν από τους εκπροσώπους της κλασσικής σχολής, Adam Smith και Richard Cantillon μέσω των συγγραφικών τους έργων<sup>20</sup>. Ο μὲν Smith με το «Πλούτος των Εθνών» (Wealth of Nations), ο δε Cantillon με το «Δοκίμιο για τη Φύση του Εμπορίου εν Γένει» (Essay on the Nature of Trade in General) - το οποίο χαρακτηρίστηκε από τον συνάδελφό του οικονομολόγο William Stanley Jevons ως «η βάση της πολιτικής οικονομίας».

Συνεχιστές αυτής της προσπάθειας, υπήρξαν οι Carl Menger, Israel Kirzner και Ludwig von Mises<sup>21</sup>, οι οποίοι αποτελούσαν εξέχοντα μέλη της λεγόμενης αυστριακής σχολής Επιχειρηματικότητας. Σε γενικές γραμμές η σημασία που προσέδιδαν στην Επιχειρηματικότητα ήταν πως επρόκειτο για την δραστηριοποίηση ορισμένων ανθρώπων, οι οποίοι με τις γνώσεις και τις

---

<sup>20</sup> <http://en.wikipedia.org/wiki/Entrepreneurship> (τελευταία πρόσβαση 22/5/14).

<sup>21</sup> Σταύρος Ιωαννίδης : Επιχείρηση και Επιχειρηματικότητα, σελ.37-39, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 2001.



πληροφορίες που κατέχουν για την αγορά, είναι σε θέση να αξιοποιήσουν οποιαδήποτε μεταβολή παρουσιάζεται στην οικονομία, με απώτερο σκοπό την επίτευξη κέρδους<sup>22</sup>.

Οι Frank Knight και Peter Drucker, συνέδεσαν την Επιχειρηματικότητα, με την ανάληψη ρίσκου από την μεριά του επιχειρηματία και με την πρόθεσή του να αφιερώσει χρόνο και κεφάλαιο για την επίτευξη μιας αβέβαιης οικονομικής δραστηριότητας<sup>23</sup>.

Ενδιαφέρουσες θεωρίες για την Επιχειρηματικότητα, εκφράστηκαν και από ένα άλλο οικονομικό ρεύμα, την Νεοκλασική Σχολή. Κυριότεροι εκφραστές της ήταν οι Alfred Marshall και Leon Walras<sup>24</sup>, οι οποίοι υποστήριζαν πως βαθύτερο κίνητρο του επιχειρηματία και οδηγός του στη διαδικασία λήψης των αποφάσεών του, είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους με όσο το δυνατόν χαμηλότερο κόστος.

Ξεχωριστή μνεία αξίζει να κάνουμε στον σημαντικότερο ίσως εκφραστή της αυστριακής σχολής, Joseph Schumpeter, ο οποίος θεωρείται πως προσέδωσε μια πιο συνεκτική μορφή στην έννοια της Επιχειρηματικότητας. Ο ίδιος, προσανατολίστηκε κυρίως στην προσέγγιση του φαινομένου της οικονομικής ανάπτυξης. Υποστήριζε πως η οικονομική ανάπτυξη γενικότερα σε ένα οικονομικό σύστημα και ειδικότερα στις επιχειρήσεις, επιτυγχάνεται από τα άτομα που εφαρμόζουν την Επιχειρηματικότητα. Και λέγοντας «Επιχειρηματικότητα», ο Schumpeter εννοούσε κυρίως τις προσπάθειες των ατόμων αυτών στο να εισάγουν καινοτομίες, είτε πρόκειται για νέες τεχνολογικές μεθόδους στην παραγωγική διαδικασία, είτε για νέα προϊόντα, είτε τέλος για νέες μορφές επιχειρησιακής οργάνωσης. Με την σύνδεση Καινοτομίας - Επιχειρηματικότητας, ο Schumpeter συνέβαλλε επιπλέον και στην κατανόηση της τεχνολογικής εξέλιξης<sup>25</sup>.

Όλοι αυτοί οι εκπρόσωποι της οικονομικής επιστήμης που ασχολήθηκαν με τη μελέτη της Επιχειρηματικότητας, συνέβαλαν - άλλοι λιγότερο και άλλοι περισσότερο - στην θεωρητική αποτύπωση και ανάλυση της Επιχειρηματικότητας. Παρότι ο καθένας τους ξεχωριστά, ανέπτυξε διαφορετικές θεωρίες και αντιλήψεις σχετικά με το περιεχόμενό της, ωστόσο κοινό όραμα όλων τους, ήταν να θέσουν

---

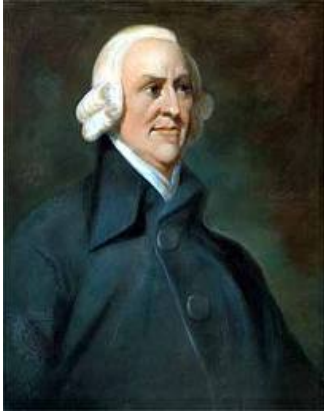
<sup>22</sup>Πετράκης Π., Μπουρλετίδης Κ., Βασίλαρος Β., Σταματίου Θ., Παύλου Γ., Ευθυμιόπουλος Α., Καλαντζής Φ., : Επιχειρηματικότητα, σελ.173, ΥΠΕΠΘ 2003.

<sup>23</sup><http://en.wikipedia.org/wiki/Entrepreneurship> (τελευταία πρόσβαση 22/5/14).

<sup>24</sup> (ο.π. : σελ.173).

<sup>25</sup> Σταύρος Ιωαννίδης : Επιχείρηση και Επιχειρηματικότητα, σελ.27-29, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 2001.

τις βάσεις που θα επέτρεπαν την κατανόησή της από όσο το δυνατόν περισσότερους ανθρώπους.



**Εικόνα 2 - Adam Smith**



**Εικόνα 3 - Richard Cantillon**

**Εικόνες 2 και 3 : Οι «προτεργάτες» της έννοιας της Επιχειρηματικότητας.**



**Εικόνα 4 - Joseph Schumpeter : Ένας από τους σημαντικότερους θεμελιωτές της θεωρίας της Επιχειρηματικότητας.**

## 1.4 Οι Διακρίσεις της Επιχειρηματικότητας

Όπως είδαμε παραπάνω, οι προσπάθειες και οι μελέτες για την αποκρυστάλλωση της έννοιας της Επιχειρηματικότητας, υπήρξαν έντονες, διεξοδικές και διαχρονικές και διενεργήθηκαν από μια πλειάδα αξιόλογων εκφραστών της οικονομικής επιστήμης. Οι προσπάθειες αυτές εκτός από την αποσαφήνιση του όρου «Επιχειρηματικότητα» που προσέφεραν, οδήγησαν και στην διάκρισή της σε επιμέρους μορφές και είδη.

### 1.4.1 Μορφές – Είδη Επιχειρηματικότητας

Είναι λογικό και φυσικό επόμενο, πως από τη στιγμή που τόσοι άνθρωποι ασχολήθηκαν με τη θεωρία της Επιχειρηματικότητας, ανάλογες να υπήρξαν και οι διακρίσεις της σε κατηγορίες και υποκατηγορίες. Ωστόσο, εμείς θα αναφερθούμε στις πιο χαρακτηριστικές και ευρύτερα διαδεδομένες στους οικονομικούς και επιχειρηματικούς κύκλους :

- 1. Ενδοεπιχειρηματικότητα ή Εσωστρεφής Επιχειρηματικότητα<sup>26</sup> :** αναφέρεται στην ικανότητα που διαθέτουν τα μέλη μιας επιχείρησης στο να διαμορφώνουν τα αποτελέσματα που προκύπτουν από την εφαρμογή της Επιχειρηματικότητας μέσα στο ίδιο το περιβάλλον του οργανισμού.
- 2. Εξωστρεφής Επιχειρηματικότητα<sup>27</sup> :** Εξωστρεφής Επιχειρηματικότητα ασκείται, όταν μια επιχείρηση ενεργεί κατά τέτοιο τρόπο, που να αποβλέπει στην ανακάλυψη ευκαιριών - στις αγορές εισροών και εκροών - οι οποίες θα της αποφέρουν κέρδη.

---

<sup>26</sup> Σταύρος Ιωαννίδης : Επιχείρηση και Επιχειρηματικότητα, σελ.70, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 2001.

<sup>27</sup> (ο.π. : σελ.70).

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

3. **Επιχειρηματικότητα Ανάγκης<sup>28</sup>** : πρόκειται για ένα είδος Επιχειρηματικότητας με μη ανταγωνιστικό χαρακτήρα, αφού ο μόνος λόγος που δραστηριοποιείται ο επιχειρηματίας, είναι απλά και μόνο για να διατηρήσει τη βιωσιμότητα της επιχείρησής του, χωρίς να έχει περαιτέρω βλέψεις για διεθνή επέκτασή της.
  
4. **Επιχειρηματικότητα Ευκαιρίας<sup>29</sup>** : περιλαμβάνει όλες εκείνες τις δραστηριότητες στις οποίες προβαίνει ένας επιχειρηματίας, προκειμένου να εκμεταλλευτεί μια επιχειρηματική ευκαιρία. Επιχειρήσεις που εφαρμόζουν αυτή την μορφή Επιχειρηματικότητας, έχουν τη δυνατότητα να εισάγουν καινοτομίες και να δημιουργήσουν ανταγωνιστικά προϊόντα στη διεθνή και παγκόσμια αγορά.
  
5. **Επιχειρηματικότητα Υψηλών Δυνατοτήτων<sup>30</sup>** : αναφέρεται στις επιχειρηματικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται από τους επιχειρηματίες και οι οποίες δεν περιορίζονται στα στενά εθνικά πλαίσια αλλά επεκτείνονται στις διεθνείς αγορές. Είναι εύλογο κάθε χώρα να επιθυμεί την αύξηση αυτής της μορφής Επιχειρηματικότητας, καθώς με το να βελτιστοποιείται η ποιότητα του επιχειρηματικού της περιβάλλοντος, συντελείται γενικότερη ανάπτυξη.

---

<sup>28</sup> Διπλωματική εργασία «Νέες Προκλήσεις για την Ανάπτυξη Διεθνούς Επιχειρηματικότητας και Στρατηγική Ανταπόκριση των Ελληνικών Επιχειρήσεων», της μεταπτυχιακής φοιτήτριας Σαμαρτζή Άρτεμις, σελ.13, Πανεπιστήμιο Πατρών-Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Ακαδημαϊκό Έτος : 2007-2008.

<sup>29</sup> (ο.π. : σελ.14).

<sup>30</sup> (ο.π. : σελ.14).

**6. Επιχειρηματικότητα Αρχικών Σταδίων<sup>31</sup>** : πρόκειται για μια από τις βασικές μορφές Επιχειρηματικότητας και εφαρμόζεται από δύο κατηγορίες ατόμων : τους επίδοξους επιχειρηματίες και τους νέους επιχειρηματίες. Κοινή πρόθεση των επιχειρηματιών αυτών, είναι να προβούν δυναμικά στην ίδρυση μιας νέας επιχείρησης και να αναπτύξουν γενικότερα καινοτόμες και ανταγωνιστικές επιχειρηματικές δραστηριότητες.

**7. Η Τομεακή Διάκριση της Επιχειρηματικότητας<sup>32</sup>** σύμφωνα με την οποία όλες οι επιχειρηματικές δραστηριότητες, κατηγοριοποιούνται σε τέσσερις τομείς. Ο πρώτος τομέας περιλαμβάνει Γεωργία, Ορυχεία, Δάση και Αλιεία. Ο δεύτερος περιλαμβάνει Κατασκευές, Μεταφορές, Μεταποίηση και Διανομές Χονδρικής. Στον τρίτο τομέα περιλαμβάνονται Υπηρεσίες προς Επιχειρήσεις και στον τέταρτο όλες οι δραστηριότητες που έχουν ως πελάτες τους φυσικά πρόσωπα (π.χ υπηρεσίες υγείας και εκπαίδευσης, κοινωνικές υπηρεσίες, λιανική, ψυχαγωγία, εστιατόρια, ξενοδοχεία, κ.ο.κ).

Θα μπορούσαμε να αναφέρουμε ακόμα περισσότερα είδη Επιχειρηματικότητας. Αυτό όμως είναι αδύνατο γιατί η έννοιά της δεν είναι στατική. Καθώς οι ανάγκες και οι δομές της κοινωνίας και κατ' επέκταση της οικονομίας, μεταλλάσσονται διαρκώς, ολοένα και περισσότερες νέες μορφές Επιχειρηματικότητας εμφανίζονται στο προσκήνιο.

---

<sup>31</sup> Σταύρος Ιωαννίδης, Άγγελος Τσακανίκας, Στελίνα Χατζηχρήστου, Ευαγγελία Βαλαβανιώτη : Η Επιχειρηματικότητα στα πρόθυρα της κρίσης. Η έρευνα του GEM 2008-2009, σελ.134, IOBE 2009.

<sup>32</sup> Σταύρος Ιωαννίδης, Άγγελος Τσακανίκας, Τάκης Πολίτης : Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2004-2005, σελ.5, IOBE 2005.

## 1.5 Χαρακτηριστικά της Επιχειρηματικότητας

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

- **Έλεγχος**<sup>33</sup> : όταν ο επιχειρηματίας ασκεί αποτελεσματικό έλεγχο στον τρόπο που θα χρησιμοποιηθούν οι πόροι που διαθέτει τότε μπορεί ευκολότερα να κάνει μια εκτίμηση σχετικά με την σπουδαιότητα ή μη των πόρων αυτών και αναλόγως να καταστρώσει τα απαραίτητα επιχειρηματικά σχέδια.
- **Υπευθυνότητα**<sup>34</sup> : οι επιχειρηματίες αναλαμβάνουν πλήρως την ευθύνη για τα θετικά ή αρνητικά αποτελέσματα που ενδέχεται να έχουν οι επιχειρηματικές τους δραστηριότητες μέσα στο περιβάλλον του οργανισμού.
- **Εγρήγορση**<sup>35</sup> : σύμφωνα με τον Kirzner, η εγρήγορση αποτελεί βασική προϋπόθεση για την επιτυχημένη εφαρμογή Επιχειρηματικότητας. Εγρήγορση για έναν επιχειρηματία, σημαίνει ικανότητα να ανακαλύπτει τις «κρυμμένες» ευκαιρίες σε τομείς και δραστηριότητες που φαινομενικά για τους ανταγωνιστές του μπορεί να φαντάζονται ασήμαντα.
- **Οικονομική Ανάπτυξη**<sup>36</sup> : περιλαμβάνει κάθε οικονομική και επιχειρηματική δραστηριότητα που αποβλέπει και συμβάλλει στην δημιουργία ενός κλίματος ευημερίας και προόδου, τόσο σε ατομικό επίπεδο (με την αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος), όσο και στο σύνολο της κοινωνίας (αύξηση του Α.Ε.Π). Η επίτευξη αυτή, ευνοεί και την βελτίωση της ποιότητας σε τομείς υψίστης κοινωνικής σημασίας, όπως είναι η υγεία, η εκπαίδευση και ο πολιτισμός.

---

<sup>33</sup> Σταύρος Ιωαννίδης : Επιχείρηση και Επιχειρηματικότητα, σελ.26, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 2001.

<sup>34</sup> (ο.π.: σελ.26).

<sup>35</sup> (ο.π.: σελ.39).

<sup>36</sup> Πετράκης Π., Μπουρλετίδης Κ., Βασίλαρος Β., Σταματίου Θ., Παύλου Γ., Ευθυμίουπουλος Α., Καλαντζής Φ. : Επιχειρηματικότητα, σελ.21-22, ΥΠΕΠΘ 2003.

- **Αβεβαιότητα**<sup>37</sup> : ο όρος αναφέρεται στα απρόβλεπτα γεγονότα που λαμβάνουν χώρα εντός του επιχειρησιακού περιβάλλοντος και που μπορεί να έχουν θετικό ή αρνητικό αντίκτυπο για την επιχείρηση και τον επιχειρηματία. Εκφράζει το αίσθημα αμφιβολίας του επιχειρηματία αναφορικά με την έκβαση των επιχειρηματικών του δράσεων.
- **Καινοτομία**<sup>38</sup> : σαν καινοτομία νοείται η διαδικασία κατά την οποία οι ιδέες μέσα σε μια επιχείρηση μετατρέπονται σε προϊόντα και υπηρεσίες που στόχο έχουν να βελτιώσουν τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας και να δημιουργήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων επιχειρήσεων. Αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο, πως η καινοτομία μπορεί να οδηγήσει στη βελτίωση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας αλλά αυτό δεν συνοδεύεται πάντα από την αντίστοιχη εμπορική επιτυχία.
- **Ηγεσία**<sup>39</sup> : είναι η ικανότητα ενός ατόμου να επηρεάζει, να στηρίζει και να κατευθύνει άλλα άτομα, ούτως ώστε αυτά να εργαστούν πρόθυμα και αποδοτικά για την επίτευξη ενός κοινού σκοπού. Υπάρχουν δύο τύποι ηγεσίας, η ανεπίσημη και η επίσημη. **Ανεπίσημη** ηγεσία ασκείται μέσα σε μια επιχείρηση από ένα άτομο, το οποίο δεν αποτελεί στέλεχος της. Αντίθετα, η **επίσημη** ηγεσία εφαρμόζεται από στελέχη της επιχείρησης.

---

<sup>37</sup> (ο.π.: σελ.35, 36, 48).

<sup>38</sup> (ο.π.: σελ.59-60).

<sup>39</sup> (ο.π.: σελ.285-286).

## 1.6 Επιχειρηματικότητα και Επιχειρηματίας

Η Επιχειρηματικότητα από μόνη της δεν εγγυάται την ανοδική πορεία και τη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης. Η επιτυχημένη εφαρμογή της Επιχειρηματικότητας, συνδέεται στενά με το άτομο το οποίο προβαίνει σε επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Υπάρχουν κάποια ποιοτικά χαρακτηριστικά τα οποία συνθέτουν την προσωπικότητα ενός επιχειρηματία και τον καθιστούν ικανό και επιτυχημένο. Έχοντας ως εφόδιο τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αναπτύσσοντας τα μέσω της κατάλληλης εκπαίδευσης, θα μπορέσει πιο γρήγορα και αποτελεσματικά, να πραγματοποιήσει τους στόχους που έχει θέσει για την επιχείρησή του. Έτσι λοιπόν αναφέρουμε τα εξής<sup>40</sup> :

### 1. Η επιθυμία για επίτευξη υψηλών στόχων

Είναι γεγονός ότι οι άνθρωποι οι οποίοι διακατέχονται από την επιθυμία για επίτευξη υψηλών στόχων, προσανατολίζονται σε επαγγελματικές επιλογές που θα αναδείξουν άμεσα το έργο τους. Μια τέτοια επιλογή είναι και η Επιχειρηματικότητα.

Οι επιχειρηματίες με ανεπτυγμένο το αίσθημα επίτευξης υψηλών στόχων, χαρακτηρίζονται από κάποιες κοινές συμπεριφορές :

- Αναλαμβάνουν την ευθύνη για τις αποφάσεις που λαμβάνουν.
- Αναλαμβάνουν δράσεις που εμπεριέχουν ρίσκο και βασίζονται στην ικανότητά τους να τις διαχειριστούν.
- Εφαρμόζουν κάποιο είδος καινοτομίας.
- Έχουν την ικανότητα να προβλέπουν τις μελλοντικές ευκαιρίες και να προσπαθούν εκ των προτέρων να προσδιορίσουν τα αποτελέσματα των προσπαθειών τους.

Η ανάγκη για επίτευξη υψηλών στόχων, ωθεί τον επιχειρηματία στην πραγματοποίηση δύσκολων εγχειρημάτων, στο να ηγηθεί μιας ομάδας ανθρώπων και στο να αξιοποιήσει τις ιδέες και τους διαθέσιμους πόρους του. Για να πετύχει

---

<sup>40</sup> (ο.π.: σελ.128-135).



τους στόχους του, θα πρέπει οι κινήσεις του να είναι γρήγορες και να διαφέρουν από τις κινήσεις των ανταγωνιστών του. Είναι ικανός να ξεπερνάει τα εμπόδια που ανακύπτουν, θέτοντας υψηλές προδιαγραφές.

## **2. Η δημιουργικότητα**

Ως δημιουργικότητα ορίζεται η ικανότητα αλλά και η διάθεση για συνεχή δημιουργία πρωτότυπων ιδεών και πρακτικών. Η δημιουργικότητα αποτελεί έναν από τους βασικούς παράγοντες που μπορεί να οδηγήσει τον επιχειρηματία είτε στο να παράγει κάποιο καινούργιο προϊόν ωφέλιμο για την αγορά, είτε στο να υιοθετήσει μια νέα μέθοδο που θα βελτιώσει την παραγωγική διαδικασία της επιχείρησής του. Με άλλα λόγια, δημιουργικότητα σημαίνει ότι ο επιχειρηματίας δεν επαναπαύεται σε μια τυποποιημένη διαδικασία αλλά αναζητάει διαρκώς νεωτερισμούς που αργότερα θα τον κάνουν να υπερτερεί απέναντι στους ανταγωνιστές του.

## **3. Η ικανότητα αυτοελέγχου**

Το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό πηγάζει από το αίσθημα αυτοπεποίθησης που διακατέχει τον επιχειρηματία και που τον κάνει να πιστεύει πως η επιτυχία εξαρτάται από τις δικές του εσωτερικές δυνάμεις. Βασιζόμενος σε αυτές τις δυνάμεις, θεωρεί πως στα πλαίσια των δραστηριοτήτων του, μπορεί να έχει τον απόλυτο έλεγχο και πως δεν επηρεάζεται από την πιθανότητα να παρουσιαστούν δυσμενείς συνθήκες στην προσπάθεια που καταβάλλει για την πραγματοποίηση των στόχων του.

#### **4. Η τάση για ανάληψη κινδύνων**

Η Επιχειρηματικότητα εμπεριέχει το στοιχείο του κινδύνου. Ο επιχειρηματίας αναπτύσσει τις δραστηριότητές του μέσα σε ένα αβέβαιο περιβάλλον όπου οι πιθανότητες επιτυχίας και αποτυχίας είναι μοιρασμένες.

Η τάση ανάληψης κινδύνων, επηρεάζεται από το γενικότερο πλαίσιο μέσα στο οποίο κινείται ο επιχειρηματίας. Είναι δηλαδή συνηθέστερο να λάβει κάποιος μια ρισοκίνδυνη απόφαση αν αισθάνεται πιο ανταγωνιστικός ή ειδικός στο να διαχειριστεί μια κατάσταση υψηλού επιχειρηματικού κινδύνου.

#### **5. Το αίσθημα της ανεξαρτησίας**

Ένας από τους λόγους που οδηγούν κάποιον στο να δημιουργήσει τη δική του επιχείρηση είναι και η επιθυμία του να είναι αφεντικό του εαυτού του και να επωμίζεται την ευθύνη για τις πράξεις του. Υπάρχουν στοιχεία που συνδέουν την ανεξαρτησία με το χαρακτηριστικό της ικανότητας αυτοελέγχου χωρίς αυτό να σημαίνει πως ισχύει απόλυτα.. Η ανάγκη για ανεξαρτησία μπορεί να σημαίνει διαφορετικά πράγματα για τον κάθε επιχειρηματία ξεχωριστά.

Τα προαναφερθέντα προσωπικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία, είναι και εκείνα που τον διαφοροποιούν από τους υπόλοιπους ανθρώπους. Ωστόσο ο χαρακτήρας τους δεν είναι δεσμευτικός και κατά συνέπεια Επιχειρηματικότητα μπορεί να εφαρμοσθεί και από κάποιον που ενδεχομένως δεν διαθέτει αυτά τα στοιχεία.

## **1.7 Παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη της Επιχειρηματικότητας<sup>41</sup>**

Στην προηγούμενη ενότητα, παρουσιάστηκαν τα στοιχεία που απαρτίζουν την προσωπικότητα του επιχειρηματία και τα οποία συντελούν στο να στεφθούν οι επιχειρηματικές του δραστηριότητες με επιτυχία. Η σημαντικότητα των στοιχείων αυτών είναι αδιαμφισβήτητη. Όπως όμως θα δούμε στην επόμενη ενότητα, εξίσου σημαντικοί είναι και οι διάφοροι παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν και κινητοποιούν τα άτομα στο να ασχοληθούν με επιχειρηματικές δραστηριότητες.

### **1.7.1 Κοινωνικοί και Γεωγραφικοί παράγοντες ανάπτυξης της Επιχειρηματικότητας**

Η επίδραση των κοινωνικών παραγόντων παίζει ιδιαίτερο ρόλο στο κατά πόσο θα ξεκινήσει κάποιος τη δική του επιχείρηση, τι είδος επιχείρησης θα ξεκινήσει και πόσο επιτυχημένη θα είναι η προσπάθειά του. Στους κοινωνικούς παράγοντες, θα πρέπει να εντάξουμε την επίδραση του οικογενειακού περιβάλλοντος, το επάγγελμα των γονέων, το επίπεδο εκπαίδευσης του επιχειρηματία και της κοινωνίας γενικότερα, το πολιτιστικό περιβάλλον μέσα στο οποίο έχει μεγαλώσει ο επιχειρηματίας, την εθνικότητά του, ακόμη και ορισμένους γεωγραφικούς παράγοντες. Αναλυτικότερα:

#### **(α) Το οικογενειακό περιβάλλον**

Επικρατεί η άποψη ότι οι επιχειρηματίες τείνουν να προέρχονται από οικογένειες που έχουν μια παράδοση στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Κάποιος ο οποίος έχει μεγαλώσει σε ένα οικογενειακό περιβάλλον επιχειρηματιών, σκέφτεται και αποφασίζει επιχειρηματικά, με γνώμονα την εμπειρία του, η οποία ουσιαστικά έχει αποκτηθεί από συσσωρευμένη οικογενειακή εμπειρία.

---

<sup>41</sup> (ο.π.: σελ.151-156).

## **(β) Γεωγραφικοί παράγοντες**

Δεν είναι όλες οι περιοχές μιας χώρας εξίσου κατάλληλες και ευνοϊκές για τη δημιουργία και εκμετάλλευση επιχειρηματικών ευκαιριών.

Σε κάθε περιοχή, οι επιχειρήσεις και οι επιχειρηματίες τείνουν να αναπτύσσουν ένα συγκεκριμένο είδος παραγωγικής δραστηριότητας, το οποίο εξαρτάται μεταξύ άλλων, από τους παραγωγικούς συντελεστές και από τους διαθέσιμους πόρους της περιοχής, ιδιαίτερα τους φυσικούς.

Επίσης, περιφέρειες που καταφέρνουν να χρηματοδοτηθούν και να δημιουργήσουν τις κατάλληλες υποδομές, βελτιώνουν σε σημαντικό βαθμό τις συνθήκες κάτω από τις οποίες θα αναπτύξουν την Επιχειρηματικότητα στην περιοχή δραστηριοποίησης τους.

## **(γ) Η εθνικότητα**

Ένας εξαιρετικά σημαντικός παράγοντας για την ανάπτυξη επιχειρηματικής δράσης μέσα στα πλαίσια της κοινωνίας, είναι και η εθνικότητα του επιχειρηματία.

Υπάρχουν αρκετά δεδομένα που αποδεικνύουν ότι συγκεκριμένες εθνικότητες, παρουσιάζουν ένα πολύ μεγάλο ποσοστό αυτό-απασχόλησης και Επιχειρηματικότητας σε σχέση με άλλες. Ιδιαίτερα όταν αυτές οι εθνικότητες, δραστηριοποιούνται ως μειονότητες ή μετανάστες μέσα σε άλλες κοινωνίες, επιδεικνύουν αξιοσημείωτες επιχειρηματικές ικανότητες. Ένα πολύ καλό παράδειγμα, όσων αναφέρθηκαν παραπάνω, αποτελούν οι έλληνες μετανάστες της Αμερικής.

Ορισμένες μειονότητες νιώθουν ότι έχουν υποβληθεί κατά κάποιο τρόπο, σε ένα είδος αποκλεισμού από το υπάρχον εργασιακό ρεύμα και έτσι οδηγούνται στην αυτό-απασχόληση.

Επικρατούν επίσης, απόψεις και ερμηνείες, που θεωρούν ότι η τάση για Επιχειρηματικότητα σε ορισμένους λαούς, είναι έμφυτη και αποτέλεσμα μιας επιχειρηματικής κουλτούρας, που έχει δημιουργηθεί μέσα στους αιώνες. Δεν είναι τυχαίο ότι οι Έλληνες για παράδειγμα, δραστηριοποιούνται στο εμπόριο και στη ναυτιλία χιλιάδες χρόνια τώρα, οι λαοί της Ανατολής στο εμπόριο, κ.ο.κ.

## **1.7.2 Πολιτιστικοί παράγοντες ανάπτυξης της Επιχειρηματικότητας**

Το πολιτιστικό περιβάλλον παίζει έναν ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στη δημιουργία του επιχειρηματικού πλαισίου, εντός του οποίου διενεργούνται οι επιχειρηματικές ενέργειες. Παράγοντες όπως είναι το βιοτικό επίπεδο, το εκπαιδευτικό σύστημα, το θρησκευτικό αίσθημα, οι αξίες, τα ήθη και τα έθιμα, οι παραδόσεις, κ.τ.λ., διαμορφώνουν και χαρακτηρίζουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών και των παραγωγών.

Αναλυτικότερα :

### **(α) Το επίπεδο εκπαίδευσης**

Το εκπαιδευτικό υπόβαθρο συνιστά έναν ουσιαστικό παράγοντα διαμόρφωσης της Επιχειρηματικότητας σε μια κοινωνία. Το επίπεδο εκπαίδευσης περιλαμβάνει :

- τη γνώση που είναι απαραίτητη για την αξιολόγηση μιας νέας ευκαιρίας.
- το εάν και κατά πόσο είναι συμβατή και αρμόζουσα η εκμετάλλευση της ευκαιρίας με τα προσόντα που διαθέτει κάποιος.
- τις ιδιαίτερες γνώσεις που χρειάζονται για την υλοποίηση της επιχειρηματικής ευκαιρίας. Ένα καλό επίπεδο γνώσης, βοηθάει τον επίδοξο επιχειρηματία στο να αναλύσει εάν τα δεδομένα και οι εκτιμήσεις για την επιχειρηματική ιδέα, είναι ρεαλιστικά και αντιπροσωπευτικά της πραγματικότητας.

### **(β) Η αντίληψη της κοινωνίας για την Επιχειρηματικότητα**

Όταν η Επιχειρηματικότητα βρίσκεται ψηλά στην εκτίμηση της κοινωνίας, ευνοείται η ανάπτυξή της.

Αντίθετα, όταν οι επιχειρηματίες αντιμετωπίζονται με καχυποψία και πολλές φορές με δισταγμό, τότε ακόμα και οι πιο φιλόδοξοι και ικανοί, έρχονται σε

δίλλημα για το αν θα πρέπει να ακολουθήσουν μία επιχειρηματική καριέρα.

Υπάρχουν κοινωνίες που θεωρούν ότι η ενασχόληση με την Επιχειρηματικότητα, έρχεται σε πλήρη αντίθεση με τις βασικές αρχές και τις μεγάλες ηθικές αξίες που πρέπει να αναζητάει ο άνθρωπος.

Σημαντικό λοιπόν στοιχείο που επηρεάζει τον τρόπο σκέψης και δράσης του επιχειρηματία, είναι η κοινωνική ελκυστικότητα της απόφασής του να ασχοληθεί με την Επιχειρηματικότητα. Η κοινωνική ελκυστικότητα δεν είναι μόνο συνάρτηση της γενικότερης κοινωνικής αποδοχής της πιθανής απόφασής του αλλά και του πόσο απασχολεί τον επιχειρηματία η αποδοχή αυτή.

### **(γ) Η έννοια της προσωπικής ανταμοιβής**

Ένας παράγοντας ιδιαίτερης βαρύτητας ως προς τον τρόπο που ενεργεί και σκέφτεται ο επιχειρηματίας, ιδιαίτερα κατά την ανάληψη της επιχειρηματικής δράσης και τη δημιουργία της νέας επιχείρησης, είναι ο τρόπος που αντιλαμβάνεται την ανταμοιβή του για την προσπάθεια που καταβάλλει. Αυτός ο παράγοντας είναι άμεσα συνυφασμένος με το πολιτισμικό επίπεδο της κοινωνίας μέσα στην οποία δραστηριοποιείται ο επιχειρηματίας. Όσο περισσότερο ανεπτυγμένη είναι πολιτισμικά η κοινωνία στη οποία κινείται ο επιχειρηματίας, τόσο περισσότερο τονίζονται κάποια χαρακτηριστικά, όπως το αίσθημα της επιτυχίας, η καταξίωση και η αίσθηση της ανταμοιβής (χρηματικής και ηθικής).

Η προσωπική επιθυμία για τη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης, επηρεάζεται σημαντικά από την ενδογενή και εξωγενή προσδοκώμενη ανταμοιβή του επιχειρηματία. Η ενδογενής ανταμοιβή είναι η εσωτερική ικανοποίηση που νιώθει ο επιχειρηματίας από την επίτευξη του στόχου που έχει θέσει. Η εξωγενής ανταμοιβή έχει να κάνει με τις οικονομικές απολαβές, το κοινωνικό κύρος και την υπόληψή του.

## 1.8 Η «Μέτρηση» της Επιχειρηματικότητας

Όπως τονίστηκε σε προηγούμενη ενότητα, η Επιχειρηματικότητα από τη «γέννησή» της έως και πριν από μερικά χρόνια, ήταν δύσκολο να κατανοηθεί και να εκφραστεί σε θεωρητικό επίπεδο. Όταν τελικά αυτό το πρόβλημα βρήκε λύση, δημιουργήθηκε ένα δεύτερο, εξίσου βαρύνουσας σημασίας με το πρώτο : πώς όλα όσα περικλείει η Επιχειρηματικότητα θα έβρισκαν εφαρμογή σε πρακτικό επίπεδο. Συγκεκριμένα, ο προβληματισμός αφορούσε στο αν και με ποιους τρόπους, μπορούσε η Επιχειρηματικότητα να μετρηθεί τόσο στο επίπεδο των επιχειρήσεων μιας χώρας, όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο, στα πλαίσια συνεργασίας ανάμεσα σε επιχειρήσεις που εκπροσωπούν τον ίδιο ή και παρόμοιους κλάδους.

Κύριο μέλημα των επιστημόνων που ασχολήθηκαν σε βάθος με το αντικείμενο της Επιχειρηματικότητας, ήταν οι προσδιοριστικοί παράγοντες και οι δείκτες της Επιχειρηματικότητας, να γίνονταν αποδεκτοί σε όσο το δυνατόν περισσότερες χώρες και στον ευρύτερο επιχειρηματικό κόσμο σε παγκόσμιο επίπεδο.

Όπως είχε διαμορφωθεί η κατάσταση στον επιχειρηματικό/οικονομικό κλάδο και με τη ραγδαία ανάπτυξη που σημειώθηκε στον τεχνολογικό κυρίως τομέα, θεωρήθηκε επιβεβλημένο να οριστούν κάποιοι δείκτες μέτρησης της Επιχειρηματικότητας ούτως ώστε με τη χρήση τους να μπορούσαν να εξαχθούν χρήσιμα και ταυτόχρονα τεκμηριωμένα αποτελέσματα σχετικά με την πορεία μιας επιχείρησης αλλά και με τη θέση που καταλαμβάνει στην αγορά συγκριτικά με άλλες επιχειρήσεις.

Έτσι λοιπόν, κρίθηκε επιτακτική η ανάγκη δημιουργίας δεικτών και κριτηρίων μέτρησης της Επιχειρηματικότητας ούτως ώστε όποιος ασχολείτο (ή επιθυμούσε να ασχοληθεί με τον τομέα των επιχειρήσεων), να μπορεί οποτεδήποτε κρίνει αυτός αναγκαίο, να έχει στη διάθεση του στοιχεία και δεδομένα που θα τον ενημερώνουν και θα τον βοηθάνε να εξάγει χρήσιμα συμπεράσματα για τη θέση που καταλαμβάνει μία επιχείρηση αλλά και για την πορεία της (σε βραχυπρόθεσμο και μακροπρόθεσμο επίπεδο), στην αγορά.

### 1.8.1 Δείκτες και Φορείς Μετρήσεων

Στην προσπάθεια μέτρησης της Επιχειρηματικότητας, σημαντική είναι η συμβολή των παρακάτω δεικτών και οργανισμών. Η μελέτη και η χρήση τους, βοηθάει τον κάθε ενδιαφερόμενο (είτε πρόκειται για ενεργό είτε για υποψήφιο επιχειρηματία) να εξάγει χρήσιμα συμπεράσματα και βάσει αυτών να καταστρώσει τις ανάλογες επιχειρησιακές στρατηγικές και πολιτικές.

Υπάρχει ένας σημαντικός αριθμός από κατηγορίες και υποκατηγορίες δεικτών μέτρησης της Επιχειρηματικότητας. Εξίσου μεγάλος είναι και ο αριθμός των οργανισμών και φορέων, που ασχολούνται με τη μέτρηση της Επιχειρηματικότητας. Εμείς θα αναφερθούμε στους πιο χαρακτηριστικούς.

#### Τα πέντε «κλειδιά» της επιτυχίας<sup>42</sup>

- 1. Θέση στην αγορά :** ο δείκτης αυτός καταγράφει λεπτομερώς την ανοδική ή πτωτική πορεία μιας επιχείρησης στην αγορά στην οποία απευθύνεται.
- 2. Καινοτομίες :** με το δείκτη αυτό μελετάται κατά πόσο οι καινοτομίες που ενδεχομένως εφαρμόζει μία επιχείρηση είναι αποδοτικές και ανταγωνιστικές.
- 3. Ρευστότητα :** ο δείκτης ρευστότητας μετράει τις επιπτώσεις που μπορεί να έχουν στις χρηματοοικονομικές ροές μιας επιχείρησης, πιθανές αυξήσεις ή μειώσεις στις τιμές του συγκεκριμένου δείκτη.
- 4. Κερδοφορία :** ο δείκτης αυτός αναφέρεται συγκεκριμένα στην ποιότητα της κερδοφορίας βάσει της οποίας εξάγονται συμπεράσματα σχετικά με την δυνατότητα και την ικανότητα της επιχείρησης να παράγει κέρδη.

---

<sup>42</sup>Π. Κυριαζόπουλος – Λ. Βρυζίδης : Εισαγωγή στην Επιχειρηματικότητα, σελ.101,102, Σύγχρονη Εκδοτική 2008.



**5. Παραγωγικότητα** : αναφέρεται στο πόσο αποδοτικά και αποτελεσματικά μια επιχείρηση χρησιμοποιεί τους διαθέσιμους πόρους της προκειμένου να παράγει προϊόντα ή υπηρεσίες και εκφράζεται από τη σχέση  $\frac{\text{εισροή}}{\text{εκροή}}$ .

### **Η ανάλυση ABC<sup>43</sup>**

Η ανάλυση ABC (**Activity – Based Costing and management, ABC**), δεν αποτελεί απλά και μόνο μία μεθοδολογία μέτρησης του κόστους και της απόδοσης μιας επιχείρησης. Ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις, ενστερνίζονται την άποψη πως η ABC αποτελεί ταυτόχρονα τη βάση για τη λήψη ορθών στρατηγικών επιχειρηματικών αποφάσεων και επίσης, θεωρείται παράγοντας κερδοφορίας της επιχείρησης, δύο δηλαδή στοιχείων που συνθέτουν την έννοια της Επιχειρηματικότητας.

### **Το Επιχειρηματικό Σχέδιο<sup>44</sup>**

Το Επιχειρηματικό Σχέδιο, είναι μία γραπτή έκθεση η οποία περιλαμβάνει πληροφορίες και αναλύσεις σχετικά με τη δομή μιας επιχείρησης και το αντικείμενο ενασχόλησής της, τους στόχους και τις φιλοδοξίες της και τις στρατηγικές που πρόκειται να εφαρμοσθούν προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι αυτοί. Ουσιαστικά το Επιχειρηματικό Σχέδιο αποτελεί ένα ιδιαίτερος χρήσιμο «εργαλείο», το περιεχόμενο του οποίου μπορεί να χρησιμοποιηθεί περιοδικά ως κριτήριο αξιολόγησης της επιχείρησης.

---

<sup>43</sup> (ο.π.: σελ.203, 211).

<sup>44</sup> Πετράκης Π., Μπουρλετίδης Κ., Βασίλαρος Β., Σταματίου Θ., Παύλου Γ., Ευθυμίουπουλος Α., Καλαντζής Φ. : Επιχειρηματικότητα, σελ.203, ΥΠΕΠΘ 2003.

## Το Παγκόσμιο Επιμελητήριο Επιχειρηματικότητας<sup>45</sup>

Το Παγκόσμιο Επιμελητήριο Επιχειρηματικότητας, γνωστό και ως **GEM (Global Entrepreneurship Monitor)**, αποτελεί ίσως το μοναδικό παγκόσμιο ερευνητικό πρόγραμμα, που ως κύριο αντικείμενο ασχολίας του, έχει τη συγκριτική και σε βάθος χρόνου μελέτη της Επιχειρηματικότητας συγκεκριμένου αριθμού κρατών. Οι στόχοι του GEM από την ίδρυσή του (το 1999) έως και σήμερα, είναι :

- ◆ να μετρήσει το επίπεδο Επιχειρηματικότητας μιας χώρας και να αναλύσει τις διαφορές που ανακύπτουν συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες που συμμετέχουν στη μέτρηση

- ◆ να γνωστοποιήσει τους παράγοντες που οδηγούν σε ικανοποιητικά επίπεδα Επιχειρηματικότητας

- ◆ να προτείνει πολιτικές που μπορούν να ενισχύσουν τα επίπεδα Επιχειρηματικότητας σε μια χώρα

Συντονιστές όλου αυτού του έργου είναι το Babson College (Αμερική) και το London Business School (Μ. Βρετανία), με παράλληλη συμμετοχή και συνεργασία εθνικών ομάδων αποτελούμενων από ερευνητικά κέντρα και πανεπιστήμια.

Το GEM, είναι το μοναδικό πρόγραμμα που πραγματοποιεί συγκριτική αξιολόγηση της Επιχειρηματικότητας σε έναν αξιοσημείωτο αριθμό χωρών, με εναρμονισμένες μεταβλητές μέτρησης. Βάσει των αποτελεσμάτων που προκύπτουν, οι συντονιστές διαμορφώνουν την ετήσια παγκόσμια έκθεση, που περιγράφει την εξέλιξη της Επιχειρηματικότητας σε παγκόσμιο επίπεδο.

Από το 2003, υπεύθυνο για την συγγραφή της ετήσιας έκθεσης για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, είναι το **IOBE (Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών)**, μέσω της συμμετοχής του στο διεθνές πρόγραμμα GEM.

---

<sup>45</sup> [http://www.iobe.gr/index.asp?a\\_id=334](http://www.iobe.gr/index.asp?a_id=334) (τελευταία πρόσβαση 25/5/14).

## **Ο Δείκτης Επιχειρηματικότητας Αρχικών Σταδίων.**

Σύμφωνα με το GEM, πρόκειται για τον βασικότερο δείκτη Επιχειρηματικότητας, μέσα από μια πληθώρα κατηγοριών και υποκατηγοριών δεικτών. Στο περιεχόμενο του δείκτη αυτού, συγκαταλέγονται μεταξύ άλλων, δύο είδη επιχειρηματιών:

**α) Οι επίδοξοι επιχειρηματίες :** πρόκειται για άτομα ηλικίας 18-64 ετών, που κατά τους τελευταίους 12 μήνες από τη στιγμή διενέργειας της έρευνας, είχαν προβεί σε επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, οι οποίες αφορούσαν στη σύσταση της δικής τους επιχείρησης. Στην ομάδα αυτή εντάσσονται και άτομα τα οποία είχαν ήδη συστήσει την επιχείρησή τους, τους τελευταίους 3 μήνες από την ημερομηνία έναρξης της έρευνας.

**β) Οι νέοι επιχειρηματίες :** η ομάδα αυτή περιλαμβάνει άτομα 18-64 ετών, τα οποία συμμετείχαν σε επιχειρηματικές δραστηριότητες, για τις οποίες έχουν καταβάλει μισθούς και έχουν καταγράψει έναν κύκλο εργασιών ο οποίος κυμαίνεται από 3 έως 42 μήνες.

Στον πίνακα που ακολουθεί, παρουσιάζεται η ποσοστιαία ανάπτυξη του ανωτέρω δείκτη για το έτος 2008, ανάμεσα σε διάφορες χώρες που συμμετέχουν στα ερευνητικά προγράμματα του GEM.

### Πίνακας 1

Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκονται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (νέοι και επίδοξοι επιχειρηματίες) ανά χώρα το 2008.

ΧΩΡΕΣ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ
ΒΕΛΓΙΟ	2,9
ΓΑΛΛΙΑ	5,6
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	3,8
ΔΑΝΙΑ	4,4
ΕΛΛΑΔΑ	9,9
ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	5,9
ΗΠΑ	10,8
ΙΑΠΩΝΙΑ	5,4
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	7,6
ΙΣΛΑΝΔΙΑ	10,1
ΙΣΠΑΝΙΑ	7,0
ΙΣΡΑΗΛ	6,4
ΙΤΑΛΙΑ	4,6
ΚΟΡΕΑ	10,0
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	8,7
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	5,2
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	6,4
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	7,3

Πηγή : IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Παρατηρούμε πως για το 2008, η Επιχειρηματικότητα Αρχικών Σταδίων στην Ελλάδα, βρίσκεται σε ένα από τα καλύτερα επίπεδα (9,9) συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες που έχουν συμπεριληφθεί στην έρευνα. Το ποσοστό αυτό την τοποθετεί στις πρώτες θέσεις ανάμεσα σε χώρες με «παράδοση» στην ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας όπως είναι οι ΗΠΑ (10,8) και η Κορέα (10,0).

Αξιοσημείωτο είναι επίσης πως με τη θέση της αυτή η Ελλάδα, προσπερνά σε ανάπτυξη του συγκεκριμένου δείκτη, μία επίσης «κλασσική» υπερδύναμη Επιχειρηματικότητας, την Ιαπωνία (5,4).

## **1.9 Η σημασία της Επιχειρηματικότητας για μια οικονομία : ένα νόμισμα με δύο όψεις<sup>46</sup>**

Ο τρόπος με τον οποίο ασκείται η Επιχειρηματικότητα, δημιουργεί οικονομικά αποτελέσματα, που άλλοτε έχουν θετικό και άλλοτε αρνητικό αντίκτυπο στην οικονομία μιας χώρας. Έτσι, στα θετικά αποτελέσματα της Επιχειρηματικότητας, θα μπορούσαμε να συμπεριλάβουμε τα εξής :

1. Η επιτυχημένη εισαγωγή μιας καινοτομίας στην αγορά, εξασφαλίζει μία (έστω και προσωρινή) μονοπωλιακή θέση στην επιχείρηση, αποφέροντας της έτσι μονοπωλιακά κέρδη. Βέβαια, αυτή η κερδοφορία είναι βραχυχρόνια, όχι μόνο γιατί λειτουργεί αναπόφευκτα ο «κύκλος ζωής» των προϊόντων και υπηρεσιών (δηλαδή οι φάσεις της εισαγωγής στην αγορά, της μεγάλης ανάπτυξης, της επιβράδυνσης της ανάπτυξης, της ωριμότητας και της κάμψης) αλλά και γιατί παρατηρείται μια κινητοποίηση των «μιμητών» επιχειρηματιών. Ειδικότερα, λόγω της δραστηριοποίησης των συγκεκριμένων επιχειρηματιών, τα οφέλη που προέρχονται από την καινοτομία (αναφορικά κυρίως με τη μείωση των τιμών και τη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων και υπηρεσιών), θα τα καρπωθούν μακροχρόνια οι καταναλωτές. Κάτι τέτοιο βέβαια, θα ισχύει στην περίπτωση που η πρωτοπόρος

---

<sup>46</sup> <http://www.lib.duth.gr/dl/10097356.pdf> σελ.15-17, (τελευταία πρόσβαση 25/5/14).

επιχείρηση και οι «μιμητές» της, δε θα εγκαθιδρύσουν από κοινού κάποια μορφή ελέγχου της αγοράς όπως είναι τα τραστ και τα καρτέλ.

2. Με την καινοτομική Επιχειρηματικότητα, θα παραχθούν νέα ή εξελιγμένα προϊόντα και υπηρεσίες που θα αυξήσουν την χρησιμότητα των καταναλωτών και τη δυνατότητα τους για περισσότερες επιλογές. Επιπλέον, θα δημιουργηθούν νέες μέθοδοι εμπορίας και προώθησης των προϊόντων και των υπηρεσιών, οι οποίες με τη σειρά τους θα απασχολήσουν νέο εργατικό δυναμικό ή θα δημιουργήσουν την ανάγκη για νέες εξειδικεύσεις των εργαζομένων.

3. Νέες μέθοδοι παραγωγής θα κάνουν την εμφάνισή τους που θα έχουν σαν αποτέλεσμα την αύξηση της παραγωγικότητας των συντελεστών παραγωγής (θα μειώσουν δηλαδή το κόστος) ή την αντικατάσταση των πρώτων υλών με νέες, οικονομικότερες και πιο αποδοτικές.

4. Θα αναπτυχθούν νέες μορφές οργάνωσης των επιχειρήσεων, έτσι ώστε να υπάρχει η δυνατότητα για πληρέστερη αξιοποίηση των ατομικών χαρακτηριστικών, των δεξιοτήτων και των γνώσεων του ανθρώπινου δυναμικού. Αυτές οι νέες μορφές οργάνωσης των επιχειρήσεων, θα οδηγήσουν σε πιο εμπειριστατωμένη αξιολόγηση των πληροφοριών που εισρέουν σε μία επιχείρηση και σε καλύτερη χάραξη των στρατηγικών της. Επίσης, εκτιμάται πως μπορεί να δημιουργήσουν νέες θέσεις εργασίας ή να στρέψουν το εργατικό δυναμικό σε νεότερες ειδικότητες.

5. Τα νέα προϊόντα και υπηρεσίες, θα οδηγήσουν στην διάνοιξη νέων αγορών και με τη σειρά της η διάνοιξη αυτή θα οδηγήσει στην δημιουργία άλλων επιχειρήσεων συμπληρωματικών ή ανταγωνιστικών με αποτέλεσμα την τόνωση και ανάπτυξη της οικονομίας.

6. Οι επιχειρηματίες που αντιγράφουν τις καινοτομίες που εφαρμόζονται από άλλες ανταγωνιστικές επιχειρήσεις ιδίως στις αναπτυσσόμενες οικονομίες, συμβάλλουν με ουσιαστικό τρόπο στην ανάπτυξή τους, διαχέοντας τα παραπάνω θετικά αποτελέσματα της πρωτοπόρου καινοτομικής δράσης.

7. Με την ανάληψη μιας σειράς κινδύνων από τους επιχειρηματίες, μειώνονται και οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές και οι ιδιοκτήτες άλλων παραγωγικών συντελεστών.

8. Αξιοποιώντας κάθε ευκαιρία κέρδους και ελαχιστοποιώντας την άγνοια που ενδεχομένως μπορεί να υπάρχει σε οικονομίες όπου ευνοείται η επιχειρηματική δραστηριότητα, επιτυγχάνεται η οικονομική ισορροπία. Με άλλα

λόγια, ο επιχειρηματίας που αξιοποιεί μια ευκαιρία κέρδους μέσα σε μία μη ισορροπημένη αγορά, μειώνει το εύρος της ανισορροπίας και έτσι συμβάλλει στην επίτευξη μιας γενικότερης οικονομικής ισορροπίας.

9. Όταν ο επιχειρηματίας, υποστηρίζει μια νέα μορφή οργάνωσης και συντονισμού των παραγωγικών συντελεστών, αυτό που καταφέρει είναι να συμβάλλει στην αύξηση των παραγωγικών δυνατοτήτων της οικονομίας και από αυτό το γεγονός η καμπύλη των παραγωγικών δυνατοτήτων να μετατοπίζεται προς τα δεξιά.

Όπως έχουμε αναφέρει σε προηγούμενο κεφάλαιο, η Επιχειρηματικότητα εμπεριέχει την έννοια του ρίσκου και η εφαρμογή της συνεπάγεται την ανάληψη συγκεκριμένων κινδύνων. Έτσι, η ανάπτυξη της Επιχειρηματικότητας σε ένα ανταγωνιστικό οικονομικό περιβάλλον, είναι λογικό να επιφέρει και κάποια αρνητικά αποτελέσματα. Αυτά είναι :

1. Οι καινοτομικές δράσεις έχουν σαν αποτέλεσμα να μειώνεται η λεγόμενη κυριαρχία του καταναλωτή, αφού ο επιχειρηματίας διαμέσου των τεχνικών της προώθησης των προϊόντων, μειώνει και την αντικειμενική επιλεκτική δυνατότητα του καταναλωτή.
2. Επίσης, ενισχύεται το αίσθημα αβεβαιότητας που αντιμετωπίζουν όχι μόνο οι άλλες επιχειρήσεις αλλά και οι καταναλωτές, οι κεφαλαιούχοι και οι εργαζόμενοι.
3. Τέλος, πολλαπλασιάζεται η διαρθρωτική ανεργία και απαξιώνονται παραγωγικές γνώσεις, μηχανήματα, κ.λ.π.

Είναι προφανές ότι από την παραπάνω καταγραφή των θετικών και αρνητικών επιπτώσεων της Επιχειρηματικότητας σε μια οικονομία, οι θετικές όχι απλά υπερτερούν σε σημαντικό βαθμό έναντι των αρνητικών αλλά μπορεί να θεωρηθούν και ως οι σημαντικότεροι παράγοντες που οδηγούν στην ανάπτυξη και ισχυροποίηση της οικονομίας μιας χώρας.

Στο κεφάλαιο αυτό, επιχειρήθηκε μια γενική προσέγγιση της έννοιας και του περιεχομένου της Επιχειρηματικότητας. Αρχικός μας σκοπός, ήταν να τονίσουμε την σημαντικότητα της από τα πρώιμα χρόνια της εφαρμογής της. Αυτό επετεύχθη με την εννοιολογική επεξήγηση και με την ιστορική αναδρομή. Εν συνεχεία, παρουσιάστηκαν και αναλύθηκαν τα στοιχεία εκείνα που απαρτίζουν τις διάφορες μορφές Επιχειρηματικότητας και τους παράγοντες που συντελούν στην ανάπτυξή τους.

Στο επόμενο κεφάλαιο, θα συγκεκριμενοποιήσουμε τις αναλύσεις μας. Θα αναφερθούμε ειδικότερα στις μορφές Επιχειρηματικότητας οι οποίες έχουν επικρατήσει στο πέρασμα των ετών και έχουν καθιερωθεί και στη σημερινή εποχή.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

### 2.1 Συνειδητοποίηση της ανάγκης προσαρμογής. Οι νέες μορφές Επιχειρηματικότητας.

Με την πάροδο των ετών και εξαιτίας της παγκοσμιοποίησης και της τεχνολογικής προόδου που σημειώθηκε, το οικονομικό-επιχειρηματικό αλλά και το κοινωνικό-πολιτιστικό σκηνικό, πέρασε από διάφορες διακυμάνσεις και μεταλλάξεις.

Παραδοσιακές βιομηχανίες (π.χ. κατασκευή πλοίων, υφαντουργία, χάλυβας)<sup>47</sup>, έχουν χάσει τον ανταγωνιστικό τους χαρακτήρα και η διεθνοποίηση του εμπορίου έχει εντείνει τον ανταγωνισμό των επιχειρήσεων σε παγκόσμια κλίμακα. Επιπλέον, ο τρόπος ζωής και οι καταναλωτικές προτιμήσεις των ανθρώπων, άλλαξαν ριζικά στο πέρασμα των χρόνων.

Τα παραπάνω γεγονότα αποτελούν ένα μικρό δείγμα του συνόλου των διαρθρωτικών αλλαγών που συντελέστηκαν σε όλους τους τομείς της κοινωνίας και που δεν θα μπορούσαν να αφήσουν ανεπηρέαστη την Επιχειρηματικότητα. Έτσι λοιπόν οι επιχειρηματίες, βασιζόμενοι στις ανάγκες που η κοινωνία προέβαλλε ως αίτημα, οδηγήθηκαν στην ενασχόληση με πιο προσοδοφόρες μορφές Επιχειρηματικότητας καθώς και στο να δημιουργήσουν οι ίδιοι νέα είδη Επιχειρηματικότητας.

Σε αυτό το κεφάλαιο θα παρουσιάσουμε και θα αναλύσουμε τα είδη εκείνα της Επιχειρηματικότητας, τα οποία διαδραματίζουν πρωταγωνιστικό ρόλο στις σύγχρονες κοινωνίες. Συγκεκριμένα, οι αναφορές μας και οι μελέτες μας, θα επικεντρωθούν σε τρία είδη Σύγχρονης Επιχειρηματικότητας, τα οποία είναι :

---

<sup>47</sup> Π.Κυριαζόπουλος : Η Σύγχρονη Επιχείρηση στο ξεκίνημα του 21<sup>ου</sup> αιώνα, σελ.51, Σύγχρονη Εκδοτική, 2000.

- ▶ η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα
- ▶ η «Πράσινη» Επιχειρηματικότητα
- ▶ η Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα

## 2.2 Έννοια και Περιεχόμενο της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας

Η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα ή Κοινωνική Οικονομία, αναφέρεται στην εφαρμογή και ανάπτυξη εθελοντικής και μη κερδοσκοπικής Επιχειρηματικότητας<sup>48</sup>.

Η κοινωνική δράση και ευαισθητοποίηση των επιχειρηματιών, βρίσκεται διόδους έκφρασης, κυρίως μέσω συνεταιρισμών, κοινωνικών επιχειρήσεων, κοινωνιών αλληλοβοήθειας και σωματείων. Μερικές από τις δράσεις που αναλαμβάνουν οι παραπάνω οργανισμοί, αναφέρονται παρακάτω<sup>49</sup> :

α) Κοινωνικοοικονομική επανένταξη περιθωριοποιημένων ατόμων (αλλοδαποί, ναρκομανείς, ψυχικά ασθενείς, κ.τ.λ) και καταπολέμηση των διακρίσεων.

β) Παροχή εξελιγμένων και ποιοτικών κοινωνικών υπηρεσιών.

γ) Καταπολέμηση της ανεργίας και δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, ιδιαίτερα σε περιοχές όπου πλήττονται έντονα.

δ) Διευκόλυνση πρόσβασης και ευκαιρίες απασχόλησης σε ευάλωτες ομάδες (άτομα με ειδικές ανάγκες, ηλικιωμένοι).

ε) Προώθηση και ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών Επιχειρηματικότητας και ενίσχυση της οικονομικής και επιχειρηματικής δραστηριότητας σε τοπικό επίπεδο.

Βάσει των παραπάνω, οδηγούμαστε στο συμπέρασμα πως η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα αποτελεί και θα εξακολουθεί να αποτελεί μια μορφή Επιχειρηματικότητας υψίστης σημασίας για την ανάπτυξη και διατήρηση κοινωνικής ισορροπίας και ευημερίας. Ανάλυση εγχειρημάτων κοινωνικού

<sup>48</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_entrepreneurship](http://en.wikipedia.org/wiki/Social_entrepreneurship) (τελευταία πρόσβαση 25/5/14).

<sup>49</sup> <http://government.gov.gr/2011/07/06/16741/> (τελευταία πρόσβαση 25/5/14).

χαρακτήρα, θα πρέπει να πραγματοποιείται τόσο από δημόσιους, όσο και από ιδιωτικούς φορείς.

### **2.2.1 Μια σύντομη ιστορική αναφορά<sup>50</sup>**

Παρότι σαν έννοια και μορφή Επιχειρηματικότητας η Κοινωνική Οικονομία - ιδιαίτερα στη χώρα μας - μετράει λίγα χρόνια, ωστόσο κατά το παρελθόν, έχουν καταγραφεί κάποιες αξιοσημείωτες πρωτοβουλίες.

Οι όροι «Κοινωνικός Επιχειρηματίας» και «Κοινωνική Επιχειρηματικότητα», εμφανίστηκαν για πρώτη φορά σε βιβλιογραφικές αναφορές που χρησιμοποιήθηκαν για να περιγράψουν την κοινωνική αλλαγή των δεκαετιών 1960 και 1970. Οι αρχές που προσδιόριζαν την έννοια και το περιεχόμενό τους, άρχισαν να τίθενται σε εφαρμογή τις δεκαετίες 1980 και 1990 από τον Bill Drayton, ιδρυτή της μη κερδοσκοπικής οργάνωσης Ashoka, η οποία έχει επιφορτιστεί με την ανάπτυξη και την προώθηση της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας.

Συνεχιστής της προσπάθειας για την εξάπλωση και εφαρμογή της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας, ήταν ο Michael Young. Ο Young υπήρξε ηγετική φυσιογνωμία στον τομέα της Κοινωνικής Οικονομίας και προέβη σε καινοτόμες επιχειρηματικές δραστηριότητες κοινωνικής μορφής, ιδρύοντας περισσότερους από 60 οργανισμούς παγκοσμίως.

Στην Ελλάδα, η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα εφαρμόστηκε αρχικά υπό τη μορφή φιλανθρωπικών και προνοιακών φορέων, ορφανοτροφείων, νοσοκομείων, δωρεών από ιδιώτες κ.τ.λ. Περίοπτη θέση κατείχαν επίσης και οι αγροτικοί και αστικοί (καταναλωτικοί, πιστωτικοί, οικοδομικοί) συνεταιρισμοί.

---

<sup>50</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_entrepreneurship](http://en.wikipedia.org/wiki/Social_entrepreneurship) (τελευταία πρόσβαση 28/5/14).

## 2.2.2 Πολιτικές ανάπτυξης και στήριξης της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας σε Ευρώπη και Ελλάδα<sup>51</sup>

Με την εισαγωγή και εφαρμογή αυτής της νέας μορφής Επιχειρηματικότητας, δημιουργήθηκαν και αναπτύχθηκαν σταδιακά, οργανισμοί και πολιτικές ενίσχυσης και προώσπισης του περιεχομένου της.

Στον ευρωπαϊκό χώρο η έννοια της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας κάνει για πρώτη φορά την εμφάνισή της, το 1991 στην Ιταλία, με την θέσπιση δια νόμου **(381/1991)** των κοινωνικών συνεταιρισμών. Με τον συγκεκριμένο νόμο, ορίζονται κοινωνικοί συνεταιρισμοί **τύπου Α** και **τύπου Β**. Οι συνεταιρισμοί του τύπου Α, είναι επιφορτισμένοι με το να παρέχουν αγαθά και υπηρεσίες, σε αδύναμες και περιθωριοποιημένες ομάδες της κοινωνίας και σε τομείς, όπως είναι η εκπαίδευση και η υγεία. Σε γενικές γραμμές, αναπτύσσονται μη εμπορικές δραστηριότητες που εκφράζονται κυρίως μέσω των ξενώνων, των διαφόρων κέντρων κοινωνικής φροντίδας καθώς επίσης και με την παροχή κατ' οίκον βοήθειας και περίθαλψης σε ηλικιωμένους. Οι συνεταιρισμοί τύπου Β, είναι κοινωνικές επιχειρήσεις οικονομικού σκοπού. Κύριο μέλημά τους είναι η κοινωνική ένταξη και η επαγγελματική κατάρτιση και αποκατάσταση ατόμων που βρίσκονται σε μειονεκτική θέση (τοξικομανείς, αλκοολικοί, ψυχικά ασθενείς, κ.τ.λ). Ο **νόμος 118/2005** και το κατ' εφαρμογή του **διάταγμα 155/2006** που προστέθηκαν μετέπειτα, αποσκοπούσαν στην ένταξη περισσότερων οργανισμών κοινωνικού χαρακτήρα στο ιταλικό νομοθετικό πλαίσιο. Με τον συγκεκριμένο νόμο ορίζονται εκ νέου η έννοια και το περιεχόμενο της κοινωνικής επιχείρησης, οι αρμοδιότητες και τα χαρακτηριστικά της.

Στην Αγγλία, οι κυριότερες μορφές κοινωνικών επιχειρήσεων, είναι οι **Κοινωνικές Εταιρείες (Social Firms)** και οι **Εταιρείες Κοινοτικού Συμφέροντος (CIC)**. Οι Social Firms δεν στοχεύουν στο ατομικό κέρδος. Οι δράσεις τους επικεντρώνονται στους τομείς της επιχείρησης, της απασχόλησης και της εξουσιοδότησης και αναλαμβάνουν την επαγγελματική αποκατάσταση ατόμων που βρίσκονται σε μειονεκτική θέση στην αγορά εργασίας (π.χ άτομα με κινητικά προβλήματα).

---

<sup>51</sup> Κοινοτική πρωτοβουλία Equal «Επιχειρούμε Αλληλέγγυα», σελ.22-39.

Το έργο των CIC είναι κοινοτικής και εμπορευματικής φύσεως και κινείται μεταξύ Επιχειρηματικότητας και φιλανθρωπίας, παρέχοντας αγαθά και υπηρεσίες τόσο σε συγκεκριμένες ομάδες του πληθυσμού, όσο και στο σύνολό του. Οι οικονομικοί πόροι τους προέρχονται κυρίως από δωρεές, χορηγήσεις, δάνεια από τράπεζες και λοιπούς πιστωτικούς οργανισμούς, κ.τ.λ.

Στη Γαλλία, με το νόμο της 17/07/2001, θεσπίστηκε η **Συνεταιριστική Εταιρεία Συλλογικού Συμφέροντος [Société Cooperative d'Intérêt Collectif (SCIC)]**. Πρόκειται για εταιρεία μορφής Α.Ε ή Ε.Π.Ε η οποία ασχολείται με την παροχή αγαθών και υπηρεσιών και με την επαγγελματική και κοινωνική επανένταξη μειονεκτούντων ομάδων. Εταίροι της SCIC μπορούν να είναι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο, όπως δημόσιες οντότητες, εθελοντές, πελάτες, εργαζόμενοι, κ.ο.κ.

Στην Ελλάδα, με το άρθρο 12 του νόμου 2716/1999, θεσπίστηκαν οι **Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε)**, οι οποίοι ως κύρια ευθύνη έχουν την επαγγελματική αποκατάσταση και την επανένταξη ατόμων με ψυχοκοινωνικά προβλήματα. Επιπρόσθετα συμβάλλουν στην φροντίδα τους και στην αποκατάσταση των προβλημάτων υγείας που αντιμετωπίζουν. Ένας Κοι.Σ.Π.Ε, απαρτίζεται από τα εξής μέλη :

- φυσικά πρόσωπα ενήλικες που απασχολούνται στον τομέα της ψυχικής υγείας καθώς επίσης υπάλληλοι και επαγγελματικές ειδικότητες που υπάγονται στο Ε.Σ.Υ.
- φυσικά πρόσωπα ενήλικες ή ανήλικοι (οι οποίοι έχουν συμπληρώσει το 15<sup>ο</sup> έτος της ηλικίας τους) και έχουν ανάγκη αποκατάστασης της υγείας τους.
- Δήμοι, κοινότητες και λοιπά νομικά πρόσωπα δημοσίου και ιδιωτικού δικαίου καθώς επίσης και φυσικά πρόσωπα τα οποία βρίσκονται σε υποδεέστερη κοινωνική θέση όπως άνεργοι, μετανάστες, κ.τ.λ. Στο διάγραμμα που ακολουθεί, απεικονίζονται οι νομικές μορφές κοινωνικών επιχειρήσεων των προαναφερθέντων αλλά και επιπρόσθετων ευρωπαϊκών χωρών.

**ΤΥΠΟΙ ΝΟΜΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ  
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**1. ΤΥΠΟΣ  
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ  
(ΝΟΜΙΚΑ ΠΡΟΣΩΠΑ  
ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ)**

**2. ΤΥΠΟΣ  
ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΗΣ  
ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ  
(ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ  
ΔΙΚΑΙΟΥ)**

**3. ΤΥΠΟΣ «ΑΝΟΙΚΤΗΣ  
ΝΟΜΙΚΗΣ ΜΟΡΦΗΣ»**

**ΙΤΑΛΙΑ :** Κοινωνικοί  
Συνεταιρισμοί (Cooperativa  
Sociali) τύπου Α και Β, *Νόμος  
381/1991*

**ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ :** Εταιρία  
Κοινοτικού Συμφέροντος  
(Community Interest Company-  
CIC), *Νόμος της 28/10/2004*

**ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ :** Κοινωνική  
Επιχείρηση Ένταξης

(Work Integration Social  
Enterprise -WISE), *Νόμος  
1351/2003*

**ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ :**  
Συνεταιρισμός Κοινωνικής  
Αλληλεγγύης (Social Solidarity  
Cooperative - SSC), *Νόμος  
της 22/12/1997*

**ΒΕΛΓΙΟ :** Εταιρία Κοινωνικής  
Σκοπιμότητας (La Société à  
Finalité Sociale - SFS), *Νόμος  
της 13/4/1995 του Κώδικα  
Εμπορικών Εταιριών*

**ΙΤΑΛΙΑ :** Κοινωνική  
Επιχείρηση (Enterprisa  
Sociali), *ΝΑ 155/2006*

**ΓΑΛΛΙΑ :** Συνεταιριστική  
Εταιρία Συλλογικού  
Συμφέροντος (Société  
Cooperative d'Intérêt Collectif  
-SCIC), *Νόμος 624/2001*

**ΕΛΛΑΔΑ :** Κοινωνικός  
Συνεταιρισμός Περιορισμένης  
Ευθύνης (ΚοιΣΠΕ), *Νόμος  
2716/1999, άρθρο 12*

Διάγραμμα 1 : Κατάταξη των Νομικών Μορφών των Κοινωνικών Επιχειρήσεων σε επίπεδο κρατών-μελών της Ε.Ε.

### 2.2.3 Η περίπτωση του Muhammad Yunus. Ένα λαμπρό παράδειγμα προς μίμηση.

Γεννημένος στο Μπαγκλαντές το 1940, ο Muhammad είναι το τρίτο από τα εννέα συνολικά αδέλφια της οικογένειας. Αφού ολοκλήρωσε τις προπτυχιακές και μεταπτυχιακές σπουδές του στα Οικονομικά, εργάστηκε κυρίως σε διάφορους οργανισμούς ως οικονομικός σύμβουλος αλλά και σαν πανεπιστημιακός καθηγητής οικονομικών. Τίποτα όμως από αυτά δεν ικανοποιούσε το ανήσυχο πνεύμα και τα υψηλά ιδανικά του για κοινωνική δικαιοσύνη και ευημερία, καθώς έπειτα από την μακρόχρονη θητεία του στον πανεπιστημιακό κλάδο, πήρε τη μεγάλη απόφαση να παραιτηθεί και να αφιερωθεί ψυχή τε και σώματι, στην προάσπιση των συμφερόντων και των δικαιωμάτων των μειονεκτούντων και εξαθλιωμένων πληθυσμών. Κινητοποιούμενος από αυτά τα ιδεώδη, ίδρυσε το 1983 στην γενέτειρά του το Μπαγκλαντές, την Grameen Bank<sup>52</sup>.

Πρόκειται για μια ανεξάρτητη τράπεζα μικρό-χρηματοδότησης και κοινοτικής ανάπτυξης. Από τις κύριες αρμοδιότητές της, είναι η παροχή μικρό δανείων σε οικονομικά και κοινωνικά εξαθλιωμένες ομάδες, χωρίς να απαιτείται εγγύηση. Με την παροχή αυτού του τύπου δανείων, η Grameen, στοχεύει στην οικονομική ανεξαρτητοποίηση και στην ανάπτυξη των δημιουργικών ικανοτήτων των ομάδων αυτών, ούτως ώστε να μπορέσουν να απεγκλωβιστούν από τις συνθήκες φτώχειας και κατά συνέπεια να εξοφλήσουν το χρέος τους.

Είναι τέτοιο το έργο της Grameen, που μέχρι στιγμής, τα υποκαταστήματά της έχουν ξεπεράσει τα 2100. Η δράση της όμως, δεν περιορίστηκε σε τοπικό επίπεδο. Η φιλοσοφία πάνω στην οποία ανέπτυξε τις δραστηριότητές της, ενέπνευσε τη δημιουργία παρόμοιων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων σε περισσότερες από 40 χώρες, παρακινώντας την Παγκόσμια Τράπεζα να αναλάβει πρωτοβουλίες χρηματοδότησης οργανισμών που η φιλοσοφία και το έργο τους, συνέκλινε με τη φιλοσοφία και το έργο της Grameen.

Επισφράγισμα και παγκόσμια αναγνώριση όλης αυτής της μακρόχρονης προσπάθειας που κατέβαλε και εξακολουθεί να καταβάλλει ο καθηγητής Yunus,

---

<sup>52</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Muhammad\\_Yunus](http://en.wikipedia.org/wiki/Muhammad_Yunus) (τελευταία πρόσβαση 28/5/14).

αποτελεί η βράβευση του ιδίου αλλά και της Grameen, με Νόμπελ Ειρήνης το 2006<sup>53</sup>.

Από τις παραπάνω αναφορές καταλαβαίνουμε πως η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα, αποτελεί ίσως ένα από τα πιο ιδιαίτερα και σημαντικότερα είδη Επιχειρηματικότητας.

## **2.3 Πράσινη Επιχειρηματικότητα. Έννοια και Περιεχόμενο.**

### **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Ενδεχομένως επικρατεί η άποψη πως η Πράσινη Επιχειρηματικότητα είναι μια νεοεισαχθείσα έννοια στην κοινωνία. Ωστόσο όπως θα δούμε, κάτι τέτοιο δεν ισχύει άλλα αντιθέτως η Πράσινη Επιχειρηματικότητα είναι μια μορφή Επιχειρηματικότητας, η οποία «χάνεται» στα βάθη των αιώνων και φαίνεται να απασχόλησε την ανθρωπότητα χιλιάδες χρόνια πριν.

Με το πέρασμα των αιώνων, η απληστία των ανθρώπων για ολοένα και περισσότερα αγαθά, τους οδήγησε στο να εκμεταλλευτούν αλόγιστα κάθε φυσικό πόρο. Το γεγονός αυτό προκάλεσε μια σειρά αλυσιδωτών αντιδράσεων : μόλυνση της ατμόσφαιρας και των υδάτων, κλιματικές αλλαγές, εξαφάνιση ειδών της χλωρίδας και πανίδας και ένα πλήθος άλλων «εγκληματικών» δραστηριοτήτων κατά του περιβάλλοντος.

Εξαιτίας αυτής της περιβαλλοντικής ανισορροπίας που έχει δημιουργηθεί και που εξακολουθεί να υφίσταται, κρίνεται επιτακτική η ανάγκη να τεθούν σε εφαρμογή οι κανόνες που διέπουν την Πράσινη Επιχειρηματικότητα. Μία τέτοια κίνηση, θα αποτελέσει «σανίδα σωτηρίας» για το οικοσύστημα, προλαμβάνοντας και «θεραπεύοντας» (στο βαθμό και το μέτρο του εφικτού), οποιαδήποτε ζημιογόνα και επιβλαβή δραστηριότητα απειλεί το περιβάλλον.

---

<sup>53</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Grameen\\_Bank](http://en.wikipedia.org/wiki/Grameen_Bank) (τελευταία πρόσβαση 28/5/14).



### 2.3.1 Τι είναι η Πράσινη Επιχειρηματικότητα

Με τον όρο «Πράσινη Επιχειρηματικότητα», εννοούμε κάθε δραστηριότητα οικονομικής φύσεως που στόχο έχει την προστασία του περιβάλλοντος. Οποιαδήποτε επιχείρηση στοχεύει στην Πράσινη Επιχειρηματικότητα, οφείλει να εφαρμόζει τις αρχές που τη διέπουν τόσο στα αγαθά ή τις υπηρεσίες που παράγει όσο και στην διαδικασία παραγωγής τους<sup>54</sup>.

Υιοθετώντας μία επιχείρηση πολιτικής Πράσινης Επιχειρηματικότητας, βελτιώνει όχι μόνο την δική της εικόνα προς το εξωτερικό περιβάλλον και συγκεκριμένα προς τους καταναλωτές αλλά παράλληλα συμβάλλει στην βελτίωση του βιοτικού τους επιπέδου με το να τους παρέχει ποιοτικότερα αγαθά και υπηρεσίες.

### 2.3.2 Χαρακτηριστικά και Πεδία Εφαρμογής της Πράσινης Επιχειρηματικότητας

Οι δραστηριότητες των οργανισμών και επιχειρήσεων που ως κατεύθυνσή τους έχουν την Πράσινη Επιχειρηματικότητα, θα πρέπει να χαρακτηρίζονται από τα παρακάτω στοιχεία<sup>55</sup> :

- 1) αρμονική συνύπαρξη της πράσινης επιχείρησης με τα τοπικά χαρακτηριστικά
- 2) ικανότητα ανάδειξης των χαρακτηριστικών αυτών
- 3) ποιοτική πρωτοπορία
- 4) συστηματικότητα
- 5) συλλογικότητα
- 6) οικονομική βιωσιμότητα
- 7) ρεαλισμό
- 8) σύνδεση με την τοπική οικονομική και κοινωνική ευημερία

---

<sup>54</sup>ΕΟΜΜΕΧ – Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις : Εγχειρίδιο Πράσινης Επιχειρηματικότητας για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, σελ.14.

<sup>55</sup> <http://www.solon.org.gr/index.php/2008-07-16-12-40-26/68-2008-07-15-14-48-24/1749-xarakteristika-oik-biosimotita-pe.html> (τελευταία πρόσβαση 28/5/14).

9) συμβολή στην περιβαλλοντική βιωσιμότητα

10) ποικιλία και καινοτομία στη μορφή και στο είδος των πράσινων επιχειρήσεων ούτως ώστε να επιτυγχάνεται και να διατηρείται η βιωσιμότητά τους.

Πράσινη Επιχειρηματικότητα δύναται να εφαρμοσθεί από Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης, από Συνεταιρισμούς, από Ανώτατα και Ανώτερα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα, από μη κυβερνητικές οργανώσεις και από ιδιώτες. Οι «πράσινοι» οργανισμοί και επιχειρήσεις, αναπτύσσουν τις δράσεις τους στους εξής τομείς της οικονομίας<sup>56</sup> :

α) Πρωτογενής Τομέας : βιοποικιλότητα, βιολογικά προϊόντα

β) Δευτερογενής Τομέας : τρόφιμα, ανακύκλωση, χειροτεχνία

γ) Τριτογενής Τομέας : εμπόριο πράσινων προϊόντων, αγροτουρισμός

δ) Τεταρτογενής Τομέας : επικοινωνία, προβολή, πιστοποίηση

### **2.3.3 Πράσινη Επιχειρηματικότητα : μια έννοια με πλούσιο παρελθόν**

Αν και τις τελευταίες μόλις δεκαετίες παρατηρείται ένα έντονο ενδιαφέρον για την Πράσινη Επιχειρηματικότητα, υπάρχει ένα σεβαστό πλήθος αναφορών και γεγονότων που αποδεικνύουν την διαχρονικότητά της.

Αρχικές εφαρμογές Πράσινης Επιχειρηματικότητας έχουμε στην αρχαία Ελλάδα από τον Αριστοτέλη, με την παρακολούθηση των ειδών του ζωικού βασιλείου στο ζωολογικό κήπο που διέθετε και από τον στρατηγό Επαμεινώνδα, στον οποίο εκτός των στρατιωτικών καθηκόντων, του είχε ανατεθεί και η διαχείριση των σκουπιδιών και της καθαριότητας στην αρχαία Θήβα. Έπειτα οι αναφορές για την Πράσινη Επιχειρηματικότητα, προσανατολίζονται προς την αρχαία Ινδία όπου εκεί παρατηρούνται οι πρώτες εντατικές προσπάθειες περίθαλψης των ζώων και προστασίας του περιβάλλοντος. Από εκεί, μεταφερόμαστε στην περίοδο της ρωμαϊκής αυτοκρατορίας όπου έχουμε την

---

<sup>56</sup> [http://www.career.aua.gr/index.php?option=com\\_content&task=view&id=194&Itemid=249](http://www.career.aua.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=194&Itemid=249) (τελευταία πρόσβαση 28/5/14).

δημιουργία του μεγαλύτερου αποχετευτικού δικτύου της αρχαιότητας, το «cloaca maxima», καθώς επίσης και την κατασκευή ενός αριθμού υδραγωγείων.

Στη νεότερη ιστορία της Πράσινης Επιχειρηματικότητας περιλαμβάνονται μια σειρά αξιόλογων δράσεων και εγχειρημάτων. Ενδεικτικά αναφέρουμε :

- Την 1<sup>η</sup> Μαρτίου 1872, το Αμερικανικό Κογκρέσο, ίδρυσε το Εθνικό Πάρκο του Yellowstone (Wyoming)<sup>57</sup>. Το γεγονός αυτό, αποτέλεσε κίνητρο για την μετέπειτα δημιουργία του Πάρκου της Νέας Υόρκης.

- Το 1889 στην Αγγλία, ιδρύθηκε η Εταιρεία για την Προστασία των Πουλιών.

- Στην Αμερική, η Πράσινη Επιχειρηματικότητα εισήχθη στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα κατά την περίοδο προεδρίας του Θεόδωρου Ρούσβελτ, ο οποίος εγκαθίδρυσε την πρώτη Επιτροπή Φύσης το 1908.

Συστηματικότερη ανάπτυξή της παρατηρείται μετά το κραχ του 1929 και κατά την περίοδο που πρόεδρος της Αμερικής, διατελούσε ο Φραγκλίνος Ρούσβελτ, μέσω του προγράμματος **New Deal**. Το συγκεκριμένο πρόγραμμα περιελάμβανε μέτρα και στρατηγικές για την αντιμετώπιση της ανεργίας. Μερικά από τα μέτρα αυτά αφορούσαν και στην επένδυση κεφαλαίων και την πρόσληψη εργατικού δυναμικού για τον έλεγχο της ρύπανσης του περιβάλλοντος, για την ανάδειξή του, κ.τ.λ.

Υπήρξε και μια σειρά άλλων «πράσινων» δραστηριοτήτων και αποπειρών που μερικές στέφθηκαν με επιτυχία και μερικές όχι. Η ουσία είναι πως η βαρύτητα αυτού του είδους Επιχειρηματικότητας για την ανθρωπότητα, είχε ήδη αναγνωριστεί από τα πρώτα στάδια εφαρμογής της.

## **2.4 Δράσεις Ανάδειξης και Προώθησης του Πράσινου Επιχειρείν**

Για να μπορέσει η Πράσινη Επιχειρηματικότητα να αναπτυχθεί, κάποιοι άνθρωποι αφιέρωσαν χρόνο και κατέβαλλαν μεγάλες προσπάθειες. Οι προσπάθειές τους, τους ώθησαν στο να δημιουργήσουν οργανισμούς και προγράμματα ούτως ώστε να γνωστοποιήσουν την έννοια και τις λειτουργίες της Πράσινης Επιχειρηματικότητας και κατά συνέπεια να κινητοποιήσουν ολόένα και

---

<sup>57</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Yellowstone\\_National\\_Park](http://en.wikipedia.org/wiki/Yellowstone_National_Park) (τελευταία πρόσβαση 28/5/14).

περισσότερους ανθρώπους να γίνουν ενεργοί υποστηρικτές της Πράσινης Επιχειρηματικότητας.

#### **2.4.1 Οργανισμοί και Προγράμματα Πράσινης Επιχειρηματικότητας<sup>58</sup>**

Στα πλαίσια προώθησης της όλης φιλοσοφίας της Πράσινης Επιχειρηματικότητας, έχουν δημιουργηθεί προγράμματα και οργανισμοί, τα οποία έχουν συμβάλει σε σημαντικό βαθμό τόσο στην ανάδειξη όσο και στην αντιμετώπιση των προβλημάτων που υπάρχουν στο περιβάλλον. Τέτοια χαρακτηριστικά παραδείγματα, αναφέρονται παρακάτω :

#### **2.4.2 Οι Ευρωπαϊκές Πρωτοβουλίες**

**Το Πρόγραμμα της Λισαβόνας** : το συγκεκριμένο πρόγραμμα, ανανεώθηκε το 2005 και συμπεριέλαβε στις δραστηριότητές του, την Στρατηγική για την Ανάπτυξη και την Απασχόληση, στο πλαίσιο της οποίας ενθαρρύνεται η αξιοποίηση των φυσικών πόρων, επιτυγχάνοντας οικονομική ανάπτυξη και παράλληλα περιβαλλοντική ισορροπία.

**Το Πρόγραμμα-Πλαίσιο για την Ανταγωνιστικότητα και την Καινοτομία** : απευθύνεται ως επί το πλείστον στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και στηρίζει δράσεις Πράσινης Επιχειρηματικότητας μέσω του προγράμματος **Eco-Innovation**. Στόχος αυτού του προγράμματος είναι να προβάλλει και να προωθήσει – στους τομείς της έρευνας και της αγοράς,- προϊόντα, υπηρεσίες και τεχνολογίες οι οποίες είναι φιλικά προσκείμενες προς το περιβάλλον.

**LIFE+** : πρόκειται για πρόγραμμα χρηματοδότησης δράσεων, οι οποίες συμβάλλουν στην ανάπτυξη, την εφαρμογή και την αναπροσαρμογή των πολιτικών και της νομοθεσίας που εφαρμόζει η Ευρωπαϊκή Ένωση σχετικά με το περιβάλλον. Οι στοχευμένες δράσεις του LIFE+, έχουν τρία βασικά σημεία αναφοράς : α) φύση

---

<sup>58</sup> Α. Καραγάλιου, Γ. Τζένου, Α. Μαρίνου, Η. Scott : Πράσινη Επιχειρηματικότητα, Περιοδικό Καινοτομία, Έρευνα & Τεχνολογία, τεύχος 67, Ιούλιος-Αύγουστος 2008, σελ.22-26, Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης 2008.

και βιοποικιλότητα, β) περιβαλλοντική πολιτική και διακυβέρνηση και γ) ενημέρωση και επικοινωνία.

**Ευρωπαϊκά Βραβεία Επιχειρήσεων για το Περιβάλλον** : τα βραβεία αυτά έχουν θεσπιστεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και απονέμονται στις επιχειρήσεις των οποίων τόσο η φιλοσοφία και οι πρακτικές που ακολουθούν κατά την παραγωγική διαδικασία, όσο και τα προϊόντα που παράγουν, χαρακτηρίζονται από οικολογική ευσυνειδησία και σεβασμό προς το περιβάλλον.

**Ευρωπαϊκή Εκστρατεία και Εβδομάδα για την Αειφόρο Ενέργεια** : είναι μία ακόμα πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής που στόχο έχει να συμβάλλει στην ανάπτυξη δράσεων ενεργειακής πολιτικής, που αφορούν κυρίως τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, την ενεργειακή αποδοτικότητα, τα καθαρά μεταφορικά μέσα και τα εναλλακτικά καύσιμα. Κομμάτι αυτής της εκστρατείας αποτελεί και η **Ευρωπαϊκή Εβδομάδα για την Αειφόρο Ενέργεια**, η οποία διοργανώνεται από το 2007 και στην οποία συμμετέχουν δημόσιοι και ιδιωτικοί ευρωπαϊκοί οργανισμοί. Κατά τη διάρκειά της, θίγονται και αναλύονται θεματικές ενότητες για την αειφόρο ενέργεια και τους τομείς που συμπεριλαμβάνει (π.χ ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, μεταφορές, κατασκευές) καθώς επίσης και για την εκπαίδευση, την ενημέρωση τις πολιτικές και νομοθεσίες που υπάρχουν σχετικά με αυτή.

### **2.4.3 Φορείς και Πρωτοβουλίες Πράσινης Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα**

**Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα** : Το πρόγραμμα αυτό, στοχεύει στην ανάπτυξη και τόνωση των ελληνικών επιχειρήσεων και στην επέκταση της παρουσίας τους σε διεθνές επίπεδο, υπό την προϋπόθεση οι δραστηριότητες που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις αυτές, να διέπονται και να χαρακτηρίζονται από μία ευαισθησία και έναν σεβασμό προς το περιβάλλον. Επιπρόσθετοι στόχοι του προγράμματος αυτού είναι η προώθηση εναλλακτικών μορφών ενέργειας και η ενθάρρυνση πρωτοβουλιών εξοικονόμησης ενέργειας.

**Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιβάλλον και Αειφόρος Ανάπτυξη** : όπως και το πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα, έτσι και αυτό το πρόγραμμα επικεντρώνει τις προσπάθειές του στην οικονομική ανάπτυξη και την ισχυροποίηση επιχειρήσεων με περιβαλλοντικές ανησυχίες. Η πεποίθηση των δημιουργών του προγράμματος είναι πως αν η ανάπτυξη των επιχειρήσεων επιτυγχάνεται μέσα από διαδικασίες οι οποίες δεν διαταράσσουν την ισορροπία του περιβάλλοντος, τότε τα οφέλη είναι πολλαπλά και δεν περιορίζονται στα στενά όρια της κάθε επιχείρησης αλλά επεκτείνονται στους ευρύτερους οικονομικούς, κοινωνικούς ακόμα και πολιτιστικούς τομείς της κοινωνίας.

**Πανελλήνιος Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Προστασίας Περιβάλλοντος (ΠΑΣΕΠΠΕ)** : Πέρα από την εθνική του δράση και παρουσία (σαν συλλογικό μέλος του Συνδέσμου Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών), ο ΠΑΣΕΠΠΕ έχει αναπτύξει τις δραστηριότητές του και σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, καθώς αποτελεί εθνικό μέλος της **Ευρωπαϊκής Συνομοσπονδίας των Συνδέσμων Προστασίας Περιβάλλοντος (FEAD)**. Πρωταρχικοί στόχοι του ΠΑΣΕΠΠΕ, είναι μεταξύ άλλων και η ανάδειξη και ανανέωση του θεσμικού πλαισίου εντός του οποίου περιλαμβάνονται όλες εκείνες οι ρυθμίσεις που αφορούν σε δραστηριότητες «πράσινου» χαρακτήρα, όπως επίσης και η συμμόρφωση και προσαρμογή της εθνικής νομοθεσίας στην αντίστοιχη νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

**Ελληνικά Βραβεία Επιχειρήσεων για το Περιβάλλον** : αποτελούν την ελληνική εκδοχή των αντίστοιχων Ευρωπαϊκών Βραβείων και διοργανώνονται από τον ΠΑΣΕΠΠΕ. Σαν σκοπό έχουν την ανάδειξη των επιχειρήσεων εκείνων που εφαρμόζουν στην πράξη και σε αξιοσημείωτο βαθμό τις αρχές και την φιλοσοφία της Πράσινης Επιχειρηματικότητας. Οι επιχειρήσεις διαγωνίζονται σε τέσσερις κατηγορίες : Αειφόρος Κατασκευή, Οικολογικό Προϊόν, Καθαρή Τεχνολογία, Περιβαλλοντική Διαχείριση. Οι βραβευθείσες επιχειρήσεις, αυτομάτως δύνανται να συμμετάσχουν στην ευρωπαϊκή διοργάνωση, η οποία τελείται ανά δύο έτη.

**Κέντρο Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας (ΚΑΠΕ)** : είναι ο εθνικός φορέας για την προώθηση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, την αξιοποίησή τους και την ορθολογική τους χρήση. Οι δράσεις του σε σχέση με τους παραπάνω τομείς έχουν συμβάλλει θετικά και σε σημαντικό βαθμό στην γενικότερη εθνική περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και δραστηριοποίηση. Αυτό συμβαίνει, γιατί το ΚΑΠΕ, όντας ένα πρωτοπόρο ερευνητικό και τεχνολογικό κέντρο, αναπτύσσει εκτεταμένη έρευνα σε θέματα ενεργειακού σχεδιασμού και πολιτικής, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην γνωστοποίηση και διοχέτευση στην αγορά νέων ενεργειακών τεχνολογιών. Επίσης το ΚΑΠΕ παρέχει την δυνατότητα σε κάθε ενδιαφερόμενο μέσω της ιστοσελίδας του – της αναζήτησης πληροφοριών, μελετών και στατιστικών δεδομένων σχετικά με τις ισχύουσες εθνικές και ευρωπαϊκές πολιτικές και αποφάσεις αναφορικά με τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και την εξοικονόμησή τους.

Οι φορείς και οι δράσεις που αναφέρθηκαν παραπάνω αποτελούν ένα μικρό μόνο δείγμα από το σύνολο των δράσεων που αναλαμβάνονται σε παγκόσμια κλίμακα σε θέματα Πράσινης Επιχειρηματικότητας. Αναμφισβήτητα όμως, μελετώντας και λαμβάνοντάς τα υπόψη, οδηγούμαστε στο συμπέρασμα πως παρατηρείται ένα αυξημένο ενδιαφέρον και μια στροφή της ανθρωπότητας σε επιχειρηματικούς τομείς που δραστηριοποιούνται γύρω από το περιβάλλον, κάτι που μερικές δεκαετίες πριν αποτελούσε ένα άγνωστο πεδίο για την πλειοψηφία του κόσμου και που αποδέκτες είχε μία μικρή μερίδα ατόμων. Αυτό συμβαίνει γιατί οι άνθρωποι έχουν αρχίσει να συνειδητοποιούν πως υπάρχει μία σχέση αλληλεξάρτησης με το περιβάλλον και πως δεν μπορούν να ζήσουν αποκομμένοι από αυτό. Επιπλέον, έχουν οδηγηθεί στο συμπέρασμα πως η στάση του καθενός προς το περιβάλλον έχει άμεσο αντίκτυπο στην ποιότητα της ζωής του. Έτσι, όσο περισσότερο σεβασμό επιδεικνύουν προς αυτό και όσο εντείνουν τις προσπάθειές τους για την εύρυθμη λειτουργία του, τόσο εκείνο θα τους το «ανταποδίδει», εξασφαλίζοντάς τους ένα ισορροπημένο παρόν και ένα καλύτερο μέλλον.

## 2.5 Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα

### ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ομολογουμένως, η Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα αποτελεί μία από τις σπουδαιότερες και πιο επίκαιρες μορφές Επιχειρηματικότητας ανά τον κόσμο. Από το πρώτο διάστημα που εισήχθη ως έννοια αλλά και από την στιγμή που άρχισε να τίθεται σε εφαρμογή, η πρόοδος της έχει συντελεστεί με αλματώδεις ρυθμούς, όπως εξάλλου αρμόζει στην φύση και το περιεχόμενό της.

Η Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα συναντάται κυρίως με την μορφή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου του οποίου η έννοια επιδέχεται πλήθος ερμηνειών και όπως θα δούμε στα κεφάλαια που ακολουθούν, περιλαμβάνει αρκετές δραστηριότητες και υποδιαιρείται σε επιμέρους μορφές.

Η ανάπτυξη και η πορεία της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας συμβαδίζει και συνδέεται άρρηκτα με την ανάπτυξη και πορεία των ηλεκτρονικών υπολογιστών και ιδιαίτερα με τη δημιουργία του **internet**. Το internet οφείλει την ύπαρξή του σε πειράματα που πραγματοποιήθηκαν από την κυβέρνηση των ΗΠΑ το 1969 και που ως αρχικούς χρήστες είχε έναν μικρό αριθμό τεχνικών, κυβερνητικών και ακαδημαϊκών υπηρεσιών.

Παράλληλα με αυτό το γεγονός, παρατηρούνται και τα πρώτα δειλά βήματα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου υπό τη μορφή νεοτερισμών που σαν κύριο εκφραστή είχαν την ηλεκτρονική μεταφορά κεφαλαίων ανάμεσα σε επιχειρήσεις. Έπειτα, την εμφάνισή της έκανε η ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων (**electronic data interchange, EDI**), που αφορούσε κυρίως την ηλεκτρονική μεταφορά εμπορικών και διοικητικών δεδομένων από υπολογιστή σε υπολογιστή. Και σε αυτές όμως τις περιπτώσεις η χρήση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου υπό αυτή τη μορφή, αφορούσε μία περιορισμένη ομάδα επιχειρήσεων και οργανισμών.

Στη συνέχεια και συγκεκριμένα στις αρχές της δεκαετίας του '90, έχουμε την εντατικοποίηση της χρήσης του διαδικτύου και την ραγδαία ανάπτυξή του. Αυτό οφείλεται κυρίως στη δημιουργία του - γνωστού πλέον σε όλους μας - **World Wide Web (WWW)**, η σπουδαιότητα του οποίου θα αποτελούσε μερικά



χρόνια αργότερα ιστορικό γεγονός, το οποίο έδρασε συμπληρωματικά στην περαιτέρω ανάπτυξη και στην ευρύτερη διάδοση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου<sup>59</sup>.

Από την παραπάνω δεκαετία-ορόσημο και έπειτα, το Ηλεκτρονικό Εμπόριο συνετέλεσε στο να πραγματοποιηθεί μια σειρά καινοτόμων ενεργειών και όπως θα δούμε στις ενότητες που ακολουθούν, έδρασαν καταλυτικά στην μετέπειτα δημιουργία και ανάπτυξη του οικονομικού και επιχειρηματικού κλάδου.

## **2.5.1 Έννοια και Διακρίσεις του Ηλεκτρονικού Εμπορίου**

Παραπάνω έγινε μία σύντομη αναφορά στα πρώτα «βήματα» και στις αρχικές μορφές της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας και διαπιστώθηκε πως με το πέρασμα των ετών η Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα πήρε μία πιο συγκεκριμένη μορφή και η έννοιά της ταυτίστηκε με αυτή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Το ερώτημα που τίθεται τώρα, σχετίζεται με τον προσδιορισμό της έννοιας της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας ή όπως αλλιώς αναφέρεται, του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν.

Σύμφωνα λοιπόν με μία ευρέως αποδεκτή άποψη, το Ηλεκτρονικό Επιχειρείν αναφέρεται στον ευρύτερο ορισμό του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, στον οποίο περιλαμβάνονται μια σειρά από διαδικασίες, όπως είναι η αγοραπωλησία προϊόντων και υπηρεσιών, η εξυπηρέτηση των καταναλωτών/πελατών, η συνεργασία των στελεχών των επιχειρήσεων στο ατομικό (εσωτερικό επίπεδο) ενός οργανισμού αλλά και στο επίπεδο της συνεργασίας τους με άλλους οργανισμούς και επιχειρήσεις καθώς επίσης και η ηλεκτρονική εκπαίδευση των στελεχών. Όλες οι παραπάνω διαδικασίες επιτυγχάνονται ως επί το πλείστον σύμφωνα και με την άποψη των Mckay και Marshall με τη χρήση του Internet και άλλων πληροφοριακών συστημάτων.

Όσων αφορά τώρα στις διακρίσεις του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν, αυτό διακρίνεται σε μερικές από τις παρακάτω κατηγορίες/μοντέλα:

---

<sup>59</sup>Efraim Turban: Ηλεκτρονικό Εμπόριο : αρχές-εξελίξεις-στρατηγική από τη σκοπιά του manager, σελ.10, Μ.Γκιούρδας, Αθήνα 2002.

### **1. Επιχειρήσεις με υπαλλήλους (business-to employees, B2E)<sup>60</sup> :**

Στο μοντέλο αυτό, οι επιχειρήσεις παρέχουν στο εργατικό δυναμικό τους μία πληθώρα από πληροφορίες, προϊόντα ή/και υπηρεσίες όπως π.χ ελαστικά ωράρια, μπόνους επί της μισθοδοσίας, εκπαίδευση. Οι παροχές αυτές στοχεύουν στο να αυξήσουν και να διατηρήσουν την αποτελεσματικότητα και την ικανοποίηση των υπαλλήλων στο ενδοεπιχειρησιακό περιβάλλον αλλά και να εμψυχήσουν το πνεύμα της ομαδικότητας.

### **2. Καταναλωτής με καταναλωτή (Consumer-to Consumer, C2C)<sup>61</sup> :**

Το μοντέλο αυτό περιλαμβάνει τις απευθείας αγοραπωλησίες ανάμεσα σε καταναλωτές. Παραδείγματα C2C, αποτελούν οι αγοραπωλησίες σπιτιών, αυτοκινήτων σε on line μικρές αγγελίες, η διαφήμιση προσωπικών υπηρεσιών από το διαδίκτυο καθώς επίσης και οι on line δημοπρασίες, με χαρακτηριστικότερο παράδειγμα τον ιστότοπο **ebay**.

### **3. Επιχείρηση προς Επιχείρηση (Business-to Business, B2B)<sup>62</sup> :**

Η κατηγορία αυτή αναφέρεται στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο μεταξύ των επιχειρήσεων. Εδώ το ενδιαφέρον εστιάζεται στις προμήθειες και σε ότι αυτές περιλαμβάνουν, όπως για παράδειγμα την αναζήτηση και εύρεση - μέσω της διαφήμισης - των κατάλληλων προμηθευτών, τις προσφορές από τους εκάστοτε ενδιαφερόμενους προμηθευτές, τη διαχείριση των αποθεμάτων, κ.ο.κ.

---

<sup>60</sup> <http://searchcio.techtarget.com/definition/B2E> (τελευταία πρόσβαση 28/5/14).

<sup>61</sup> Efraim Turban: Ηλεκτρονικό Εμπόριο : αρχές-εξελιξίσεις-στρατηγική από τη σκοπιά του manager, σελ.10, Μ.Γκιούρδας, Αθήνα 2002.

<sup>62</sup> <http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/ba/2011/TriantafyllouDafni/attached-document-1323415148-335283-11329/triantafyllou2011.pdf> (τελευταία πρόσβαση 28/5/14).

#### 4. Ηλεκτρονική Εκπαίδευση<sup>63</sup> :

Το μοντέλο αυτό αναφέρεται στην εκπαίδευση και την επιμόρφωση που συντελούνται με τη χρήση on line συστημάτων. Αφορά κυρίως την εκπαίδευση υπαλλήλων σε οργανισμούς και επιχειρήσεις αλλά πλέον παρατηρείται η εφαρμογή ηλεκτρονικής εκπαίδευσης και από πανεπιστήμια, υπό τη μορφή του **e-learning** ή αλλιώς της εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης.

#### 5. Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση ( e-government )<sup>64</sup> :

Στην Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση, οι διάφοροι κυβερνητικοί φορείς (όπως π.χ τα Υπουργεία), αγοράζουν ή παρέχουν πληροφορίες, αγαθά και υπηρεσίες - με τη χρήση μέσων πληροφορικής - σε επιχειρήσεις, πολίτες και φορείς της Δημόσιας Διοίκησης. Το μεν πρώτο μοντέλο στο οποίο οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες ως αποδέκτες έχουν επιχειρήσεις και πολίτες, ονομάζεται **Εξωστρεφής Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση** και το δεύτερο μοντέλο όπου η παροχή ηλεκτρονικών υπηρεσιών αναφέρεται σε φορείς Δημόσιας Διοίκησης, ονομάζεται **Εσωστρεφής Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση**. Παραδείγματα Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης είναι το **TAXISnet**, το **IKAnet**, το **e-ΚΕΠ**, το **Εθνικό Δημοτολόγιο**, το **Εθνικό Ληξιαρχείο**, κ.τ.λ.

### 2.5.2 Τα Πεδία Εφαρμογής της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας

Όπως προαναφέρθηκε, τα πρώτα χρόνια που έκανε την εμφάνισή της η Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα, το περιεχόμενό της περιελάμβανε την ηλεκτρονική μεταφορά δεδομένων και κεφαλαίων μεταξύ επιχειρήσεων. Με την τεχνολογική πρόοδο που επιτελέστηκε στο πέρασμα των ετών, η Ηλεκτρονική

---

<sup>63</sup> Efraim Turban: Ηλεκτρονικό Εμπόριο : αρχές-εξελίξεις-στρατηγική από τη σκοπιά του manager, σελ.10, Μ.Γκιούρδας, Αθήνα 2002.

<sup>64</sup>[http://www.ictplus.gr/files/10\\_ICT\\_FORUM\\_2008/SPEECHES\\_01\\_10/KOTSILAS\\_KTP\\_01\\_10.pdf](http://www.ictplus.gr/files/10_ICT_FORUM_2008/SPEECHES_01_10/KOTSILAS_KTP_01_10.pdf) (τελευταία πρόσβαση 29/5/14).

Επιχειρηματικότητα έπαψε να αφορά αποκλειστικά και μόνο τον επιχειρηματικό κόσμο και άρχισε να απευθύνεται και στο ευρύ κοινό.

Έτσι σιγά – σιγά δημιουργήθηκε ένα ευρύ πεδίο, εντός του οποίου η Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα συνέβαλε καταλυτικά στην πραγματοποίηση καινοτομιών, σε διάφορους τομείς της κοινωνίας. Μερικοί από τους τομείς εφαρμογής Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας είναι οι εξής<sup>65</sup> :

**Ηλεκτρονικοί Κατάλογοι** : είναι σελίδες του διαδικτύου που δίνουν πληροφορίες (π.χ. τιμές, χαρακτηριστικά, διαθεσιμότητα), για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχονται από τις ηλεκτρονικές επιχειρήσεις.

**Ηλεκτρονικές Εκδόσεις** : περιλαμβάνει τις πάσης φύσεως διαδικτυακές εκδόσεις. Στη συνηθέστερη μορφή ηλεκτρονικών εκδόσεων «συναντάμε» τις ηλεκτρονικές εφημερίδες και τα ηλεκτρονικά περιοδικά. Κάπου εδώ, αξίζει να αναφέρουμε και έναν κλάδο των ηλεκτρονικών εκδόσεων, ο οποίος φαίνεται να κερδίζει έδαφος μέρα με την ημέρα. Ο κλάδος αυτός περιλαμβάνει την ηλεκτρονική έκδοση βιβλίων, τα λεγόμενα **e-books**. Η τεχνολογία των e-books, δίνει την δυνατότητα στους συγγραφείς, να γνωστοποιούν τα έργα τους στο κοινό, με λιγότερο κόστος συγκριτικά με τον κλασικό τρόπο έκδοσης.

**Ηλεκτρονική Διαφήμιση** : είναι ίσως ο πιο αναπτυσσόμενος κλάδος επιχειρηματικής δραστηριότητας στο διαδίκτυο. Ο αριθμός των επιχειρήσεων που προτιμούν να διαφημίζονται μέσω του διαδικτύου ολοένα και μεγαλώνει. Αυτό συμβαίνει για δύο κυρίως λόγους : α) το κόστος προβολής είναι μικρότερο συγκριτικά με αυτό των τηλεοπτικών διαφημίσεων και β) ο αριθμός των χρηστών του διαδικτύου, αυξάνεται συνεχώς και έτσι υπάρχουν μεγαλύτερες πιθανότητες, οι επιχειρήσεις να προσελκύσουν περισσότερο κοινό.

**Τραπεζικές Υπηρεσίες** : όλες οι τράπεζες έχουν δημιουργήσει ηλεκτρονικά συστήματα με τα οποία προσφέρουν στους πελάτες τους μια ποικιλία από υπηρεσίες. Το αξιοσημείωτο των συστημάτων αυτών, είναι πως παρέχουν την δυνατότητα στους πελάτες των τραπεζών να μπορούν να «απολαμβάνουν» τις

---

<sup>65</sup> <http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/log/2008/PapadopetrakisGrigorios/attached-document/papadopetrakis.pdf> (τελευταία πρόσβαση 29/5/14).

υπηρεσίες αυτές εκτός τράπεζας (π.χ από το σπίτι τους, το γραφείο τους, το δρόμο, κ.τ.λ). Μερικές από αυτές τις υπηρεσίες, περιλαμβάνουν :

- Την μεταφορά κεφαλαίων
- Την πληρωμή λογαριασμών
- Την διαχείριση του χαρτοφυλακίου
- Την ηλεκτρονική έκδοση επιταγών
- Τον έλεγχο των τραπεζικών λογαριασμών και των πιστωτικών καρτών
- Τις ηλεκτρονικές χρηματιστηριακές συναλλαγές (π.χ πώληση μετοχών)

**Ταξιδιωτικές Υπηρεσίες :** ο τομέας των ταξιδιωτικών υπηρεσιών, υπήρξε από τους πρώτους που χρησιμοποίησε τα ηλεκτρονικά μέσα για την εξυπηρέτηση των σκοπών του. Οι ηλεκτρονικές ταξιδιωτικές υπηρεσίες, προσφέρονται όπως είναι λογικό από τα ηλεκτρονικά ταξιδιωτικά πρακτορεία. Οι κυριότερες παρεχόμενες υπηρεσίες, περιλαμβάνουν:

- α) Ηλεκτρονικούς καταλόγους, υπηρεσίες αναζήτησης και ηλεκτρονικές κρατήσεις (για εισιτήρια, ξενοδοχεία, ταξίδια, ξεναγήσεις).
- β) Δυνατότητα επικοινωνίας μεταξύ πελατών και ταξιδιωτικών πρακτορείων.
- γ) Δυνατότητα άμεσης ενημέρωσης με τη βοήθεια πολυμέσων (βίντεο).

### **2.5.3 Τα υπέρ και τα κατά της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας**

Η Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα όπως προαναφέρθηκε, αποτελεί μία από τις πιο πρόσφατες αλλά και πιο επίκαιρες και χρηστικές μορφές Επιχειρηματικότητας. Αυτό συμβαίνει γιατί εδώ και αρκετά χρόνια η τεχνολογία και ειδικότερα η χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών, γνώρισε μεγάλη «έκρηξη», η οποία επέφερε τρομερές αλλαγές στον τρόπο που διαπράττονταν οι εμπορικές και επιχειρηματικές συναλλαγές. Η σημαντικότητα και η ξεχωριστή φύση της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας είναι αδιαμφισβήτητες. Αυτό βέβαια δεν σημαίνει πως μόνο οφέλη πηγάζουν από την εφαρμογή της. Παρακάτω, θα αναφερθούμε τόσο στα υπέρ όσο και στα κατά που έχουν ανακύψει από την εφαρμογή της.

## 2.5.4 Τα πλεονεκτήματα της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας

### Πλεονεκτήματα για τις επιχειρήσεις<sup>66</sup>

Οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν την Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα, «απολαμβάνουν» μια σειρά από διευκολύνσεις και προνόμια. Ενδεικτικά αναφέρονται τα εξής :

α) Διεύρυνση των γεωγραφικών ορίων εντός των οποίων ασκούν τις συναλλαγές τους. Επιχειρήσεις οι οποίες για παράδειγμα, έχουν εντάξει στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων τους τις on-line υπηρεσίες, καταφέρνουν να γνωστοποιήσουν την ύπαρξή τους και κατ' επέκταση να αποκτήσουν περισσότερους πελάτες και/ή προμηθευτές, παγκοσμίως και σε σύντομο χρονικό διάστημα. Στα συν όλης αυτής της προσπάθειας έρχεται να προστεθεί το μικρό λειτουργικό κόστος.

β) Πλεονεκτική θέση στην αγορά. Οι επιχειρήσεις που πραγματοποιούν τις δραστηριότητες τους στα πλαίσια της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας, δεν επαναπαύονται και δεν αρκούνται στην απόκτηση περισσότερων πελατών. Εντείνουν τις προσπάθειες τους στο να ενημερώνονται (με τη δυνατότητα που τους παρέχει και το διαδίκτυο), για τις τελευταίες εξελίξεις στο χώρο τους, βελτιώνοντας και αναπροσαρμόζοντας - αν χρειαστεί - την πολιτική και τις στρατηγικές βάσει των οποίων προσελκύουν τους ενδιαφερόμενους (πελάτες ή/και προμηθευτές). Οι προσπάθειες αυτές ισχυροποιούν την θέση των επιχειρήσεων στην αγορά και τους προσφέρουν ένα προβάδισμα εν αντιθέσει με επιχειρήσεις οι οποίες μένουν στάσιμες και προσηλωμένες σε πιο κλασσικές μεθόδους Επιχειρηματικότητας.

γ) Η Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα είναι προσβάσιμη και προσιτή στις περισσότερες επιχειρήσεις. Αυτό σημαίνει πως αν αξιοποιηθούν σωστά οι δυνατότητες οι οποίες παρέχονται από τη χρήση της, τότε ακόμα και οι μικρές επιχειρήσεις, έχουν την ευκαιρία να πραγματοποιήσουν κέρδη. Στις ήδη

---

<sup>66</sup> [http://estia.hua.gr:8080/dspace/bitstream/123456789/1619/1/tziasta\\_anastasia.pdf](http://estia.hua.gr:8080/dspace/bitstream/123456789/1619/1/tziasta_anastasia.pdf) (τελευταία πρόσβαση 29/5/14).

εδραιωμένες επιχειρήσεις, δίνεται η ευκαιρία να απευθυνθούν σε νεαρότερα target group, αφού είναι γεγονός πως παρά την ευρύτητα των χρηστών του διαδικτύου, οι νεαρότερες γενιές παρουσιάζουν μεγαλύτερη ευχέρεια.

### **Πλεονεκτήματα για τους καταναλωτές**

Όπως είναι λογικό, η Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα είναι μια αμφίδρομη διαδικασία ανάμεσα στις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές. Έτσι τα οφέλη που απορρέουν από την εφαρμογή της, αφορούν και την πλευρά των καταναλωτών. Μερικά από αυτά τα οφέλη, είναι τα κάτωθι :

α) Εύκολη και γρήγορη πρόσβαση : Οι συναλλαγές που πραγματοποιούνται μέσω του διαδικτύου δεν έχουν χρονικό περιορισμό. Για παράδειγμα, τα ηλεκτρονικά καταστήματα, εξυπηρετούν 24 ώρες το 24ωρο, δίνοντας έτσι την δυνατότητα στους καταναλωτές, να αγοράσουν ότι επιθυμούν οποιαδήποτε στιγμή της ημέρας.

β) Ταχύτητα των συναλλαγών : από τη στιγμή που ο καταναλωτής θα επιλέξει και θα παραγγείλει κάποιο προϊόν από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, η παράδοση θα γίνει σε 3-4 ημέρες, εξοικονομώντας του παράλληλα πολύτιμο χρόνο.

γ) Ποικιλία αγαθών και υπηρεσιών : τα συστήματα των ηλεκτρονικών καταστημάτων, έχουν πλέον εξελιχθεί σε σημαντικό βαθμό. Ο κατάλογος με τις παρεχόμενες υπηρεσίες και τα προϊόντα είναι ανεξάντλητος. Για παράδειγμα, κάτι που στο παρελθόν ήταν αδύνατο να αποκτηθεί - ακόμα και από κάποιο συμβατικό κατάστημα - με το Ηλεκτρονικό Εμπόριο αυτό πλέον γίνεται πραγματικότητα και αποτελεί καθημερινό φαινόμενο.

δ) Δυνατότητα εναλλακτικών : από τη στιγμή που ο καταναλωτής θα εντοπίσει αυτό που τον ενδιαφέρει, μπορεί κάλλιστα - για το ίδιο προϊόν - να κάνει σύγκριση σε τιμή και ποιότητα. Αυτό μπορεί να το επιτύχει με τη βοήθεια κάποιων ιστοσελίδων, οι οποίες ειδικεύονται σε αυτό το αντικείμενο. Παραδείγματα τέτοιων ιστοσελίδων είναι για την Ελλάδα οι **skroutz.gr**, **bestprice.gr**, **trivago.gr** κ.ο.κ.

ε) Μείωση κόστους : οι αγορές μέσω διαδικτύου, ενδέχεται σε μεγάλο ποσοστό να στοιχίζουν λιγότερο στον καταναλωτή και αυτό γιατί τα προϊόντα που διατίθενται μέσω αυτού, πολλές φορές είναι απαλλαγμένα από το φόρο πώλησης.

### 2.5.5 Τα μειονεκτήματα της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας<sup>67</sup>

Όπως όλοι παρατηρούμε γύρω μας, η τεχνολογική επανάσταση έχει προσφέρει στον κόσμο μια σειρά από τεράστια πλεονεκτήματα. Ειδικότερα, για την Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα, μερικές από τις θετικές επιπτώσεις της τεχνολογίας αναφέρθηκαν προηγουμένως. Αυτό βέβαια, δεν σημαίνει πως δεν έχουν παρουσιαστεί και δυσκολίες κατά την εφαρμογή της. Κάποιες από αυτές αναφέρονται παρακάτω :

- Η σημαντικότερη ίσως δυσκολία που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι διαδικτυακές επιχειρήσεις, είναι η διασφάλιση των συναλλαγών. Ακόμα και σήμερα που οι προγραμματιστές και γενικότερα οι επαγγελματίες των ηλεκτρονικών υπολογιστών διαθέτουν τις γνώσεις και τα μέσα για να προστατέψουν τα ηλεκτρονικά επιχειρησιακά συστήματα, δυστυχώς πάντα θα υπάρχει μια ομάδα ατόμων – οι λεγόμενοι hackers – που θα δημιουργούν προβλήματα στα συστήματα αυτά.

- Μια τέτοια πράξη όπως είναι το hacking, μπορεί να αλλοιώσει τα δεδομένα και τα αρχεία των επιχειρήσεων, δυσχεραίνοντας και καθυστερώντας τις λειτουργίες βάσει των οποίων πραγματοποιούν τις συναλλαγές τους.

- Η ασφάλεια των συναλλαγών αφορά και τους καταναλωτές. Στην περίπτωση τους, ο κίνδυνος που παραμονεύει όταν συναλλάσσονται μέσα από το διαδίκτυο, είναι η διαρροή των προσωπικών τους δεδομένων. Κάτι τέτοιο θα έχει σαν αποτέλεσμα, κάποιιο να αποκτήσουν πρόσβαση στα δεδομένα αυτά και να τα διαχειριστούν με κακόβουλο τρόπο, προξενώντας στον καταναλωτή μεγάλη οικονομική και ηθική ζημιά.

---

<sup>67</sup> <http://eureka.lib.teithe.gr:8080/bitstream/handle/10184/2761/Papamixail%20-%20Tsagaropoulos%20%5BMAIN%5D.pdf?sequence=4> (τελευταία πρόσβαση 29/5/14).



- Μια μερίδα καταναλωτών συναντάει συχνά προβλήματα στην επαφή με τα ηλεκτρονικά μέσα συναλλαγής. Αυτό συμβαίνει γιατί ορισμένες επιχειρήσεις, διαθέτουν πολύπλοκα συστήματα και προγράμματα πληροφορικής τα οποία απαιτούν εξειδικευμένες γνώσεις από τους χρήστες.

- Η εικονικότητα του περιβάλλοντος : πολλοί είναι οι καταναλωτές που δεν αρέσκονται στο να αγοράζουν από ηλεκτρονικά καταστήματα. Ο λόγος είναι πως θέλουν κατά τις αγορές τους, να αγγίζουν το προϊόν, να το επεξεργάζονται και να το δοκιμάζουν ούτως ώστε να διαπιστώνουν από κοντά τα ποιοτικά του χαρακτηριστικά.

- Η συνεχώς εξελισσόμενη φύση της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας, επιτάσσει και την ανανέωση και βελτιστοποίηση των συστημάτων που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις. Πολλές από αυτές δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν σε αυτές τις απαιτήσεις, με αποτέλεσμα να οδηγούνται στον οικονομικό μαρασμό και στο κλείσιμό τους.

Το συμπέρασμα που βγάλαμε με αυτά που αναφέρθηκαν παραπάνω είναι ότι όπως σε κάθε πράγμα (από το πιο μικρό ως το πιο μεγάλο), εμπεριέχεται η επιτυχία και η αποτυχία, το θετικό και το αρνητικό, το ίδιο συμβαίνει και στην περίπτωση της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας. Ωστόσο, στην επόμενη ενότητα θα εστιάσουμε τις αναφορές μας σε μερικά πραγματικά παραδείγματα που αποδεικνύουν πως πάρα τα όποια αρνητικά της αποτελέσματα και στοιχεία, η Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα είναι πλέον προσιτή και προσβάσιμη από όλο και περισσότερους ανθρώπους, γεγονός που την καθιστά αναπόσπαστο κομμάτι της κοινωνίας. Επίσης, μέσω των περιπτώσεων αυτών απεικονίζεται η «εκρηκτική» άνθιση της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας καθώς και τα τεράστια επιτεύγματα και οι καινοτομίες που συντελέστηκαν κατά την εφαρμογή της.

## 2.6 Μελέτες Περιπτώσεων Επιτυχημένης Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας

### 2.6.1 Η απίστευτη περίπτωση του Kyle McDonald

Όταν ο Kyle McDonald<sup>68</sup> αποφάσισε να ανταλλάξει έναν συνδετήρα μέσω του διαδικτύου, κανένας δεν φανταζότανε τι θα επακολουθούσε. Η ιστορία έχει ως εξής : Απώτερος σκοπός του Kyle ήταν η απόκτηση ενός σπιτιού. Μέχρι εδώ όλα καλά και απολύτως λογικά θα σκεφτόμασταν οι περισσότεροι. Το απίστευτο της ιστορίας δεν είναι ο σκοπός αλλά ο τρόπος με τον οποίο ο κύριος McDonald επιθυμούσε να κάνει το όνειρό του πραγματικότητα. Ξεκινώντας από τον συνδετήρα που προαναφέρθηκε, θα επιχειρούσε - μέσα σε διάστημα ενός έτους - να πραγματοποιήσει μια σειρά διαδικτυακών ανταλλαγών ολοένα και μεγαλύτερης αξίας μέχρι να έφτανε στην απόκτηση του σπιτιού.

Αρχικά ο Kyle δημοσίευσε μια αγγελία περί ανταλλαγής του συνδετήρα στην σχετική ιστοσελίδα **craigslist.org**. Αυτή του η αγγελία έτυχε ανταπόκρισης που είχε ως αποτέλεσμα την ανταλλαγή του συνδετήρα με ένα στυλό και μετέπειτα την ανταλλαγή του στυλό με ένα φούρνο κάμπινγκ.

Βλέποντας ο Kyle την ανταπόκριση που είχε το φαινομενικά παράλογο εγχείρημά του, θέλησε να απευθυνθεί σε περισσότερους ανθρώπους ούτως ώστε να λαμβάνει όσο το δυνατόν περισσότερες και πιο δελεαστικές προσφορές για ανταλλαγή. Έτσι, δημιούργησε την ιστοθέση **oneredpaperclip.com** και όντως με αυτή του τη δημιουργία, οι προσφορές που δεχόταν αυξήθηκαν κατακόρυφα. Στην αύξηση του αριθμού των προσφορών συνετέλεσαν επίσης το ραδιόφωνο και η τηλεόραση μιας και η ιστορία του Kyle είχε λάβει αρκετά μεγάλη δημοσιότητα.

Οι ανταλλαγές που πραγματοποιήθηκαν ήταν δεκατέσσερις<sup>69</sup>(από 14/7/2005 έως 5/7/2006), μέχρι που εν τέλει η πόλη Kipling στον Καναδά, προσέφερε το πολυπόθητο σπίτι στον Kyle.

---

<sup>68</sup> Efraim Turban: Ηλεκτρονικό Εμπόριο : αρχές-εξελιξείς-στρατηγική από τη σκοπιά του manager, σελ.488, Μ.Γκιούρδας, Αθήνα 2002.

<sup>69</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/One\\_red\\_paperclip](http://en.wikipedia.org/wiki/One_red_paperclip) (τελευταία πρόσβαση 1/6/14).

## 2.6.2 Η περίπτωση της Google<sup>70</sup>

Η ιστορία της Google ξεκινάει το 1995 με την γνωριμία των δύο ιδρυτών της, του Larry Page και Sergey Brin στο πανεπιστήμιο Stanford. Το 1996, οι δυο τους αποφασίζουν να δημιουργήσουν μια μηχανή αναζήτησης που την ονόμασαν BackRub και η οποία λειτουργούσε σε διακομιστές του Stanford. Ένα χρόνο αργότερα οι ιδρυτές της αποφασίζουν να αλλάξουν την ονομασία της Backrub και να την μετονομάσουν σε Google.

Το 1998 ο συνιδρυτής της Sun Microsystems Andy Bechtolsheim, επιχειρεί κάτι εντελώς ριψοκίνδυνο : αποφασίζει να χρηματοδοτήσει την Google με το ποσό των 100.000 δολαρίων. Το ριψοκίνδυνο του εγχειρήματος αυτού δεν ήταν τόσο το ποσό που δόθηκε αλλά κυρίως το γεγονός πως μέχρι εκείνη τη στιγμή η Google δεν είχε κάποια επίσημη υπόσταση σαν εταιρεία.

Την ίδια χρονιά η Google εγκαθίσταται σε ένα γκαράζ επί της οδού Santa Margarita στην Καλιφόρνια. Ταυτόχρονα, οι Page και Brin υποβάλλουν αίτηση για ίδρυση της Google και παράλληλα προσλαμβάνουν τον πρώτο τους υπάλληλο, τον Craig Silverstein (απόφοιτος της σχολής επιστήμης των υπολογιστών του Stanford).

Με το πέρασμα των χρόνων η εταιρεία ολοένα και μεγαλώνει, εξελίσσεται και νέοι υπάλληλοι προστίθενται στο δυναμικό της. Σε όλη αυτή τη διαδικασία έλαβαν χώρα μια σειρά από σημαντικά γεγονότα και επιτεύγματα/καινοτομίες που συνέβαλαν στη δημιουργία του επιχειρηματικού κολοσσού που ονομάζεται Google. Μερικές από τις δραστηριότητες που πραγματοποιήθηκαν είναι :

- Παρουσίαση των δέκα πρώτων ξενόγλωσσων εκδόσεων του Google.com οι οποίες αργότερα γίνονται 26 και μετέπειτα 72.
- Έναρξη συνεργασίας με την Yahoo.
- Πρώτη εξαγορά στην οποία προβαίνει η Google και αφορά την υπηρεσία συζητήσεων Usenet της βάσης δεδομένων Deja.com<sup>71</sup>. Στην ήδη υπάρχουσα βάση γίνονται προσθήκες λειτουργιών αναζήτησης και περιήγησης και μετονομάζεται σε Google Groups.

<sup>70</sup> <http://www.google.gr/intl/el/about/company/history/> (τελευταία πρόσβαση 1/6/14).

<sup>71</sup> <http://www.searchengineshowdown.com/usenet/deja/> (τελευταία πρόσβαση 1/6/14).

- Σειρές εξαγορών με εταιρείες οι οποίες δραστηριοποιούνταν στον ευρύτερο τομέα παροχής ηλεκτρονικών υπηρεσιών και συστημάτων όπως π.χ. Pyra Labs, Writely, You Tube, DoubleClick, Motorola Mobility.
- Δημιουργία καινοτόμων εφαρμογών και υπηρεσιών όπως για παράδειγμα Google SMS, Χάρτες Google, Google Earth, Google Chrome, Αναζήτηση Google για κινητά τηλέφωνα, κ.τ.λ.
- Σύσταση και λειτουργία γραφείων της Google σε χώρες όπως Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία, Ισπανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ελλάδα, κ.ο.κ.

Σήμερα η Google απαριθμεί πάνω από 30.000 υπαλλήλους και διαθέτει περισσότερα από 70 γραφεία σε περισσότερες από 40 χώρες σε ολόκληρο τον κόσμο. Ενδεικτικά, τα κέρδη της εταιρείας για το 2012, ξεπέρασαν τα 50 δισεκατομμύρια δολάρια σε σύγκριση με το 2011 όπου είχαν αγγίξει τα 38 δισεκατομμύρια περίπου<sup>72</sup>.

---

<sup>72</sup> <http://www.e-go.gr/tech/article.asp?catid=17377&subid=2&pubid=129274757> (τελευταία πρόσβαση 1/6/14).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Στο δεύτερο κεφάλαιο επιχειρήθηκε μία προσέγγιση διαφόρων μορφών Επιχειρηματικότητας. Συγκεκριμένα παρουσιάστηκαν κάποια χρήσιμα στοιχεία και πληροφορίες για την Κοινωνική, την Ηλεκτρονική και την Πράσινη Επιχειρηματικότητα. Η ανάλυση αυτή σκοπό είχε να τονίσει την σπουδαιότητα των τριών αυτών μορφών Επιχειρηματικότητας και να εστιάσει στην δράση και την εξέλιξή τους στο πέρασμα των ετών.

Σε αυτό το κεφάλαιο θα επικεντρώσουμε το ενδιαφέρον μας σε όλες εκείνες τις δράσεις που έχουν αναληφθεί σχετικά με τις προοπτικές των μορφών Επιχειρηματικότητας που αναλύθηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο. Έχει ενδιαφέρον να δούμε πώς ο επιχειρηματικός κόσμος έχει κατευθύνει τις προσπάθειές του σε βάθος χρόνου και ειδικότερα με γνώμονα τις δύσκολες κοινωνικοοικονομικές συνθήκες όπως αυτές έχουν διαμορφωθεί ήδη από το 2007, έτος κατά το οποίο η παγκόσμια οικονομική κρίση άρχιζε να κάνει αισθητή την παρουσία της.

### 3.1 Η Επιχειρηματικότητα στην εποχή της κρίσης

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, το 2007 η οικονομική κρίση με αφετηρία την Αμερική, διαμόρφωσε ένα εντελώς διαφορετικό σκηνικό στο παγκόσμιο οικονομικό αλλά και κοινωνικό επίπεδο.

Η χαλαρή νομισματική πολιτική της Ομοσπονδιακής Κεντρικής Τράπεζας, οι μειωμένες επενδυτικές αποδόσεις και τα χαμηλά επιτόκια, επέφεραν πλήγμα στους χρηματοπιστωτικούς και επενδυτικούς οργανισμούς, στις τιμές του πετρελαίου και των τροφίμων.

Ο επόμενος τομέας που δέχθηκε το πλήγμα της οικονομικής κρίσης ήταν αυτός της αυτοκινητοβιομηχανίας. Χαρακτηριστικά παραδείγματα της δυσμενούς

αυτής κατάστασης είναι τα οικονομικά αδιέξοδα στα οποία περιήλθαν μεγάλες βιομηχανίες της Αμερικής όπως είναι η Ford, η Chrysler και η General Motors. Αυτοί είναι μερικοί από τους πολλούς τομείς στους οποίους επέδρασε αρνητικά η κρίση στην Αμερική μέσα από ένα μακροσκελή κατάλογο.

Η κρίση στις ΗΠΑ, δεν παρέμεινε εντός των τειχών της αλλά τα ξεπέρασε και «χτύπησε την πόρτα» πολλών κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης<sup>73</sup> όπως ήταν η Ισλανδία, η Ισπανία και η Ελλάδα.

Έτσι λοιπόν με γνώμονα την παγκόσμια εξάπλωση της κρίσης, θα αναφερθούμε πιο συγκεκριμένα στο πώς αυτή επηρέασε τα είδη Επιχειρηματικότητας με τα οποία ασχολούμαστε σε αυτή εδώ την εργασία.

### **3.2 Οι Προοπτικές της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας**

Όπως είναι φυσικό, στο πέρασμα των ετών, οι αλλαγές που παρουσιάστηκαν στην κοινωνία δεν θα γινόταν να μην αφορούν και την Κοινωνική Επιχειρηματικότητα. Έτσι λοιπόν, ανταποκρινόμενοι στις αλλαγές, οι σχετιζόμενοι φορείς, οργανισμοί και οι υπεύθυνοί της, προέβησαν σε μια σειρά πρωτοβουλιών και δράσεων, που θα αναφέρουμε στις ενότητες που ακολουθούν.

#### **3.2.1 Δράσεις και Πολιτικές Ενίσχυσης της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας**

Σε αυτή την ενότητα, απαριθμούνται κάποιες από τις δράσεις και τις πρωτοβουλίες που έχουνε δρομολογηθεί να εφαρμοστούν ή και που ήδη εφαρμόζονται προκειμένου να ισχυροποιηθεί η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα.

---

<sup>73</sup> <http://prowthisi.blogspot.gr/2010/05/blog-post.html> (τελευταία πρόσβαση 1/6/14).

## 1. Πρωτοβουλία για τις Κοινωνικές Επιχειρήσεις (Social Business Initiative)<sup>74</sup>

Η συγκεκριμένη πρωτοβουλία αποτελεί δράση που αναλήφθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 2011, ως προτεινόμενη λύση για τις απαιτήσεις της ενιαίας αγοράς η οποία ζητούσε απασχόληση για όλους και σεβασμό στο κοινωνικό και ηθικό περιεχόμενο της Επιχειρηματικότητας. Δύο είναι οι βασικοί της στόχοι : α) η σχεδίαση και εφαρμογή μιας σειράς βραχυπρόθεσμων δράσεων υποστήριξης της ανάπτυξης της κοινωνικής οικονομίας και καινοτομίας και των κοινωνικών επιχειρήσεων και β) η έναρξη μιας οργανωμένης σειράς συζητήσεων για την μελλοντική πορεία της κοινωνικής επιχειρηματικότητας σε μέσο μακροπρόθεσμη βάση.

Σκοπός μιας τέτοιας πρωτοβουλίας είναι η δημιουργία μιας ανταγωνιστικής Κοινωνικής Οικονομίας της Αγοράς και αφορά την στρατηγική «**Ευρώπη 2020**» και τις πρωτοβουλίες «Ευρωπαϊκή Πλατφόρμα κατά της Φτώχειας και του Κοινωνικού Αποκλεισμού», «Ένωση Καινοτομίας» και την «Δράση για την Ενιαία Αγορά».

## 2. Ομάδα Εμπειρογνομόνων GECES<sup>75</sup>

Προκειμένου να υλοποιηθούν οι δράσεις που περιλαμβάνει η Πρωτοβουλία για τις Κοινωνικές Επιχειρήσεις, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημιούργησε την **Ομάδα Εμπειρογνομόνων για την Κοινωνική Επιχειρηματικότητα (GECES Group of Experts on Social Entrepreneurship)**. Η Ομάδα αποτελείται από εκπροσώπους των κρατών μελών της Ε.Ε, του χρηματοοικονομικού συστήματος, των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης, των φορέων Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας, των ακαδημαϊκών και ερευνητών. Της έχει ανατεθεί μια σειρά αρμοδιοτήτων για το διάστημα από το 2012 ως το 2017 και είναι οι ακόλουθες :

---

<sup>74</sup> <http://ioannisnasioulas.wordpress.com/2013/01/09/%CE%B7-%CF%80%CF%81%CF%89%CF%84%CE%BF%CE%B2%CE%BF%CF%85%CE%BB%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%B7%CF%83-%CE%B5%CF%85%CF%81%CF%89%CF%80%CE%B1%CF%8A%CE%BA%CE%B7%CF%83-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%84%CF%81%CE%BF%CF%80/> (τελευταία πρόσβαση 1/6/14).

<sup>75</sup> (ο.π : τελευταία πρόσβαση 1/6/14).

- Ενισχύει την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, συμβάλλοντας στους ορισμούς της πολιτικής ή στην προετοιμασία της νομοθεσίας.
- Συμβάλλει στην προετοιμασία νομοθετικών πράξεων.
- Συντονίζει τα κράτη-μέλη, ανταλλάσσει απόψεις, επιβλέπει την ανάπτυξη των εθνικών πολιτικών και την εφαρμογή της Ευρωπαϊκής νομοθεσίας από τις εθνικές αρχές.
- Προσφέρει τις πρακτικές γνώσεις της και την εμπειρία της στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή κατά το στάδιο του σχεδιασμού των μέτρων.

### **3.Υπό-ομάδα Εμπειρογνομόνων για την Αποτίμηση Κοινωνικών Επιπτώσεων.**

Στόχος της Υπό-Ομάδας είναι να συμβάλλει στην αναγνώριση της Κοινωνικής Οικονομίας στους κόλπους της Ευρωπαϊκής Ένωσης, βάσει τραπεζικών, εθνικολογιστικών και θεσμικών κριτηρίων.

Η Υπό-Ομάδα θα θέσει σε εφαρμογή στρατηγικές τέτοιες ούτως ώστε να επιτευχθούν δύο πολύ σημαντικοί στόχοι : α) η λειτουργία των Ταμείων Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας (**Social Entrepreneurship Funds**) και β) η διοχέτευση 90 εκατομμυρίων ευρώ, για την στήριξη κοινωνικών επιχειρήσεων αρχικών σταδίων, από το Πρόγραμμα για την Κοινωνική Αλλαγή και Καινοτομία (**Program for Social Change and Innovation, PSCI** ).

### **3.3 Οι Προοπτικές της Πράσινης Επιχειρηματικότητας**

Όπως στην Κοινωνική Επιχειρηματικότητα έλαβαν χώρα αλλαγές και εξελίξεις, έτσι και στην Πράσινη Επιχειρηματικότητα, πραγματοποιήθηκε κάτι αντίστοιχο προκειμένου αυτή να μπορέσει να ανταπεξέλθει στις απαιτήσεις του περιβάλλοντος στο οποίο εφαρμόζεται. Παρακάτω παρατίθενται κάποιες από τις πρωτοβουλίες που ανέλαβαν να υλοποιήσουν εκπρόσωποι της Πράσινης Επιχειρηματικότητας.



### 3.3.1 Νομοθεσία και Πολιτικές για την Πράσινη Επιχειρηματικότητα

#### «Πράσινη» Πρωτοβουλία του ΟΗΕ.

Κατά τη διάρκεια του Παγκόσμιου Συνεδρίου για το Μέλλον της Ενέργειας (**World Future Energy Summit**) που διεξήχθη το 2012 στο Άμπου Ντάμπι, πάρθηκε μία πολύ σημαντική πρωτοβουλία που αφορά στην αξιοποίηση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας. Συγκεκριμένα, ο Γενικός Γραμματέας του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών Μπάν-Κι Μούν, ανακοίνωσε τις ενέργειες που θα γίνουν προκειμένου να διπλασιαστεί το μερίδιο της ανανεώσιμης ενέργειας έως το 2030<sup>76</sup>.

#### Η Πλατφόρμα Πράσινης Ανάπτυξης

Το 2012 τέσσερις κορυφαίοι παγκόσμιοι οργανισμοί, υπέγραψαν το Μνημόνιο Κατανόησης για τη δημιουργία Πλατφόρμας Γνώσης για την Πράσινη Ανάπτυξη. Τους τέσσερις αυτούς οργανισμούς αποτελούσαν το Περιβαλλοντικό Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών (**UNEP**), το Παγκόσμιο Ινστιτούτο Πράσινης Ανάπτυξης, η Παγκόσμια Τράπεζα και ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (**OECD**).

Το Μνημόνιο Κατανόησης υπογράφηκε, έχοντας σαν στόχο την διεθνή συνεργασία στον έλεγχο, την έρευνα και τη βελτίωση των πολιτικών και ενεργειών πράσινης ανάπτυξης στις αναπτυσσόμενες και αναπτυσσόμενες χώρες.

Σε γενικές γραμμές η Πλατφόρμα Πράσινης Ανάπτυξης πρόκειται για μια πρωτοβουλία που θα εντοπίζει τις ελλείψεις στο γνωστικό επίπεδο και στην πρακτική εφαρμογή των στρατηγικών πράσινης ανάπτυξης ούτως ώστε οι

---

<sup>76</sup> <http://www.e-boss.gr/eboss/business-advice/content/green.jsp?chambercd=eboss&categoryid=14284&articleid=20212> (τελευταία πρόσβαση 1/6/14).

κυβερνήσεις να μπορούν να επιτυγχάνουν τους στόχους τους προς αυτές τις κατευθύνσεις.

### **Το 7<sup>ο</sup> Πρόγραμμα Δράσης για το Περιβάλλον<sup>77</sup>**

Πρόκειται για ένα πρόγραμμα που τέθηκε σε ισχύ το 2014 και θα καθοδηγεί την ευρωπαϊκή περιβαλλοντική πολιτική μέχρι το 2020. Επίσης με το συγκεκριμένο πρόγραμμα η Ευρωπαϊκή Ένωση, επιδιώκει να θέσει τις βάσεις για μια πιο μακροπρόθεσμη σειρά «πράσινων» δράσεων και στρατηγικών που θα υλοποιηθούν μέχρι και το 2050. Οι δράσεις και οι στρατηγικές αυτές, επικεντρώνονται στην επίτευξη τριών βασικών στόχων:

- στην προστασία και την ενίσχυση του φυσικού πλούτου των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- στο να καταστήσει ικανή την Ένωση να χρησιμοποιεί αποδοτικά τους πόρους της «πράσινης» οικονομίας ώστε να μπορεί να γίνει πιο ανταγωνιστική έναντι άλλων οικονομιών εκτός Ε.Ε.
- στην προστασία των πολιτών της Ευρωπαϊκής Ένωσης από περιβαλλοντικούς κινδύνους που θέτουν σε κίνδυνο την υγεία και την ευημερία τους.

### **Το Πλαίσιο 2030<sup>78</sup>**

Το πλαίσιο παρουσιάστηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 2014 και έχει σαν στόχο να κάνει το οικονομικό και ενεργειακό σύστημα της Ευρώπης πιο βιώσιμο, ανταγωνιστικό και ασφαλές. Τα τρία αυτά στοιχεία θα βοηθήσουν ώστε οι ενεργειακοί πόροι να είναι οικονομικά πιο προσιτοί για το καταναλωτικό κοινό, να αυξηθεί η ασφάλεια του ενεργειακού εφοδιασμού της Ε.Ε, να περιοριστούν οι εισαγωγές ενέργειας και να δημιουργηθούν νέες ευκαιρίες για ανάπτυξη και απασχόληση.

---

<sup>77</sup> <http://www.econews.gr/2012/01/12platforma-prasini-anaptuxi> (τελευταία πρόσβαση 3/6/14).

<sup>78</sup> [http://ec.europa.eu/clima/policies/2030/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/clima/policies/2030/index_en.htm) (τελευταία πρόσβαση 3/6/14).

Πιο συγκεκριμένα:

Ένας από τους στόχους στον οποίο το πλαίσιο επικεντρώνει τις προσπάθειές του, είναι η μείωση κατά 40% των εγχώριων εκπομπών αερίων θερμοκηπίου στην Ε.Ε. Εάν ο στόχος αυτός στεφθεί με επιτυχία τότε θα τεθούν οι βάσεις για τη μείωση των εκπομπών κατά 80% περίπου έως το 2050.

Ένα άλλο σημείο στο οποίο το πλαίσιο εφιστά την προσοχή του είναι η αύξηση του μεριδίου των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας κατά 27% μέχρι το 2030. Η κίνηση αυτή θα συμβάλλει στην αύξηση των επενδύσεων σε αυτόν τον τομέα, στην δημιουργία νέων θέσεων εργασίας καθώς επίσης και στην βελτίωση του εμπορικού ισοζυγίου της Ε.Ε και στην ασφάλεια του εφοδιασμού.

Η Επιτροπή επίσης προτείνει την χρήση κάποιων δεικτών, οι οποίοι θα αξιολογούν το πόσο προσιτές, ανταγωνιστικές και ασφαλείς είναι σε βάθος χρόνου οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας.

## **Ο Χάρτης Πορείας 2050<sup>79</sup>**

Ο Χάρτης Πορείας αποτελεί ένα μακροπρόθεσμο σχέδιο το οποίο στοχεύει στην δημιουργία μιας ανταγωνιστικής οικονομίας χαμηλών εκπομπών άνθρακα στην Ευρώπη. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θα πρέπει να περιορίσει τις εκπομπές σε ποσοστό 80% από τα επίπεδα του 1990. Η μείωση αυτή αφορά τομείς όπως είναι η βιομηχανία, οι κατασκευές, τα κτίρια, οι μεταφορές και η γεωργία.

Έτσι, οι οικονομίες χαμηλών εκπομπών άνθρακα, θα στραφούνε στην αναζήτηση και χρήση ανανεώσιμων μορφών ενέργειας, ενεργειακά πιο αποδοτικών οικοδομικών υλικών, στη χρήση υβριδικών αυτοκινήτων, σε μια πιο φιλική προς το περιβάλλον παραγωγή ενέργειας, κ.τ.λ.

Για να πραγματοποιηθεί η μετάβαση σε μια οικονομία χαμηλών εκπομπών, θα πρέπει η Ε.Ε να επενδύσει κατά μέσο όρο 270 δισεκατομμύρια ευρώ ετησίως για τις επόμενες τέσσερις δεκαετίες περίπου.

Με την επίτευξη του σχεδίου αυτού, θα ενισχυθεί η ευρωπαϊκή οικονομία εξαιτίας των καινοτομιών και των επενδύσεων σε «καθαρές» τεχνολογίες και ενέργειες. Επίσης, θα υπάρχει μικρότερη εξάρτηση από τις ακριβές εισαγωγές

---

<sup>79</sup> [http://ec.europa.eu/clima/policies/roadmap/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/clima/policies/roadmap/index_en.htm) (τελευταία πρόσβαση 3/6/14).

φυσικού αερίου και πετρελαίου. Εκτιμάται πως η Ε.Ε θα μπορέσει να εξοικονομήσει από 175 έως 320 δισεκατομμύρια ευρώ από το ετήσιο κόστος καυσίμων για τα επόμενα 40 χρόνια.

Κάτι επίσης πολύ σημαντικό είναι πως στις κοινωνίες χαμηλών εκπομπών, θα υπάρξει εντυπωσιακή μείωση της ατμοσφαιρικής ρύπανσης κάτι το οποίο συνεπάγεται πως οι οικονομίες των κοινωνιών αυτών, θα δαπανήσουν λιγότερα χρήματα σε εξοπλισμό για τον έλεγχο της ρύπανσης του αέρα και στην υγειονομική περίθαλψη. Μέχρι το 2050, θα μπορέσουν να εξοικονομηθούν 88 δισεκατομμύρια ευρώ σε αυτούς τους τομείς.

Αυτές είναι μερικές από τις δράσεις και πρωτοβουλίες που έχουν αναληφθεί σε παγκόσμιο επίπεδο προκειμένου η Πράσινη Επιχειρηματικότητα να συμβαδίσει με τις αλλαγές που συμβαίνουν στην κοινωνία και με τις ανάγκες που ανακύπτουν κατά την πραγματοποίηση των αλλαγών αυτών. Στόχος όλων αυτών είναι η όσο το δυνατόν καλύτερη αξιοποίηση των πόρων του περιβάλλοντος, ο σεβασμός απέναντί του και η διασφάλιση της ομαλής λειτουργίας του.

Το βέβαιο είναι πως η Πράσινη Επιχειρηματικότητα αποτελεί ένα από τα είδη Επιχειρηματικότητας με ιδιαίτερη βαρύτητα, καθώς οποιοσδήποτε λανθασμένος χειρισμός κατά την «εκμετάλλευσή» της, έχει άμεσες επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον και κατ' επέκταση στην ποιότητα ζωής των ανθρώπων.

### **3.4 Οι Προοπτικές της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας**

Όπως αναφέρθηκε και στο δεύτερο κεφάλαιο, η Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα αποτέλεσε και αποτελεί ένα από τα είδη Επιχειρηματικότητας με την ταχύτερη ίσως εξέλιξη. Η χρήση της και η ανάπτυξή της, επέφερε δραστικές αλλαγές σε πολλούς τομείς της κοινωνίας.

Σε αυτή την ενότητα θα αναφερθούμε σε δράσεις και στρατηγικές που έχουνε εφαρμοσθεί και δρομολογηθεί, ούτως ώστε η Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα να συνεχίσει αμείωτα την θεαματική της πορεία μέσα στο χρόνο.

### 3.4.1 Δράσεις και Στρατηγικές Ανάπτυξης της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας

Είναι πολύ σημαντικό το γεγονός πως οι άνθρωποι έχουν συνειδητοποιήσει σε αρκετά μεγάλο βαθμό την αξία της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας. Πλέον η Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής τους με πολλά οφέλη. Επίσης, αποτελεί ίσως το μοναδικό είδος Επιχειρηματικότητας στο οποίο οι εξελίξεις «τρέχουν» με μεγάλους ρυθμούς. Ακριβώς αυτές οι εξελίξεις είναι που κάνουν την κοινωνία να προβαίνει σε μια σειρά δράσεων και στρατηγικών ούτως ώστε να μπορεί με το πέρασμα των χρόνων και με τις αλλαγές που αυτά επιφέρουν, να βελτιώσει, να απλοποιήσει αλλά και να προασπίσει τις λειτουργίες και τους μηχανισμούς που περιλαμβάνει η Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα. Παρακάτω γίνεται μία καταγραφή κάποιων αποφάσεων που πάρθηκαν σε παγκόσμιο και ευρωπαϊκό επίπεδο και που σκοπό έχουν την απλοποίηση, προάσπιση και βελτίωση της Ηλεκτρονικής Επιχειρηματικότητας.

#### **Το Ψηφιακό Θεματολόγιο για την Ευρώπη<sup>80</sup>**

Το Ψηφιακό Θεματολόγιο το οποίο ξεκίνησε το 2010, είναι ένας από τους επτά πυλώνες της στρατηγικής «**Ευρώπη 2020**» και κύριος στόχος του είναι να δημιουργήσει μια ενιαία ψηφιακή αγορά, βοηθώντας τους πολίτες και τις επιχειρήσεις, να εκμεταλλευτούν σε μεγάλο βαθμό τις ψηφιακές τεχνολογίες. Κάτι τέτοιο κατ' επέκταση, θα βοηθήσει την γενικότερη ανάπτυξη της Ευρώπης.

Περιλαμβάνει 101 δράσεις οι οποίες κατηγοριοποιούνται σε επτά τομείς προτεραιότητας. Μερικές από τις δράσεις που έχει σκεφτεί η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προς την επίτευξη της ενιαίας ψηφιακής αγοράς, είναι οι εξής :

---

<sup>80</sup> [http://europa.eu/legislation\\_summaries/information\\_society/strategies/si0016\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/si0016_en.htm) (τελευταία πρόσβαση 3/6/14).

- Η Επιτροπή προτίθεται να διευρύνει την on-line νόμιμη πρόσβαση, απλοποιώντας τη διαχείριση και εκκαθάριση των πνευματικών δικαιωμάτων και την διασυνοριακή αδειοδότηση.

- Διευκόλυνση ηλεκτρονικών τιμολογήσεων και πληρωμών : για να πραγματοποιηθεί αυτό, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θα πρέπει να ολοκληρώσει τον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών σε Ευρώ (**Single Euro Payment Area-SEPA**) και να αναθεωρήσει την οδηγία για τις ηλεκτρονικές υπογραφές, διασφαλίζοντας έτσι τα συστήματα ηλεκτρονικής επαλήθευσης της ταυτότητας. Επίσης, για να διασφαλίσει την προστασία των καταναλωτών, των πληρωμών και των δεδομένων μέσα στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η Επιτροπή σκέφτεται να δημοσιεύσει έναν on line κώδικα που θα αναφέρονται τα δικαιώματα των πολιτών στο περιβάλλον του ψηφιακού κόσμου.

- Προώθηση της γρήγορης πρόσβασης στο Διαδίκτυο : η Ε.Ε σκοπεύει να δημιουργήσει Δίκτυα Πρόσβασης Νέας Γενιάς, χρησιμοποιώντας ευρωπαϊκά κονδύλια, ούτως ώστε όλοι οι πολίτες να έχουν γρηγορότερη πρόσβαση στο Διαδίκτυο.

- Επενδύσεις για την έρευνα και την καινοτομία : πρόθεση της Επιτροπής είναι να ενθαρρύνει τις ιδιωτικές επενδύσεις και να αυξήσει τις δημόσιες επιχορηγήσεις στον τομέα της Τεχνολογίας Πληροφοριών και Επικοινωνίας (**ΤΠΕ**). Από αυτές τις ενέργειες, θα δημιουργηθούν επαγγελματίες χρήστες ΤΠΕ και θα ξεπεραστούν οι όποιες ανισότητες υπήρχανε ως προς τη χρήση των ψηφιακών τεχνολογιών.

- Εποικοδομητική και καινοτομική χρήση των ΤΠΕ : η χρήση των ΤΠΕ αποτελεί την ευκαιρία της Ευρωπαϊκής Ένωσης να τις αξιοποιήσει και σε τομείς όπως:

**Έξυπνα Συστήματα Μεταφορών** χρησιμοποιώντας την προτεινόμενη οδηγία. Τα συγκεκριμένα συστήματα θα συνεισφέρουν στο να αναπτυχθεί ένα αποδοτικότερο, ασφαλέστερο και οικονομικότερο σύστημα τεχνολογιών των πληροφοριών και των επικοινωνιών στον τομέα των οδικών δικτύων.

**Διαχείριση της πληθυσμιακής γήρανσης** μέσω των συστημάτων και των υπηρεσιών τηλεϊατρικής και ηλεκτρονικής υγείας. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή με μια σειρά δράσεων και στρατηγικών, βοηθά στην επέκταση των παραπάνω συστημάτων, αποσκοπώντας στην βελτίωση της αποδοτικότητας και της ποιότητας στον τομέα της υγείας καθότι αποτελεί έναν από τους πιο ισχυρούς οικονομικούς τομείς.

**Ψηφιοποίηση ευρωπαϊκού πολιτισμικού υλικού** μέσω της ψηφιακής βιβλιοθήκης Europeana. Με την χρήση της, παρέχεται πρόσβαση στους Ευρωπαίους πολίτες σε πλούσιο πολιτισμικό υλικό (βιβλία, φωτογραφίες, ταινίες, χάρτες, εφημερίδες, κ.τ.λ).

Μιλώντας με αριθμούς :

Με την ολοκληρωτική εφαρμογή του Ψηφιακού Θεματολογίου, θα επέλθει άνοδος του ευρωπαϊκού ΑΕΠ κατά 5% (1500 ευρώ ανά άτομο), για τα επόμενα οκτώ χρόνια, καθότι θα αυξηθούν οι επενδύσεις σε ΤΠΕ, θα βελτιωθούν τα επίπεδα των ηλεκτρονικών δεξιοτήτων του εργατικού δυναμικού και θα αναδιαμορφωθούν οι συνθήκες στο περιβάλλον της διαδικτυακής οικονομίας. Επίσης, θα δημιουργηθούν παραπάνω από 1,2-3,8 εκατομμύρια θέσεις στον τομέα της ψηφιακής εργασίας μέχρι το 2020.

## **Η Συνεδρίαση του Γενικού Συμβουλίου<sup>81</sup>**

Τον Δεκέμβριο του 2011, πραγματοποιήθηκε στη Γενεύη η όγδοη Σύνοδος της Υπουργικής Διάσκεψης. Εκεί οι Υπουργοί ενέκριναν μία απόφαση με το όνομα «**Μεταξύ άλλων**» (**Inter Alia**), με την οποία θα συνεχίζονταν οι δράσεις και οι στρατηγικές που είχαν αναληφθεί για την ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Το Γενικό Συμβούλιο ανέλαβε να πραγματοποιήσει μελέτες και να συντάξει εκθέσεις σχετικά με την πρόοδο που θα παρουσίαζαν αυτές οι δράσεις και στρατηγικές στις επόμενες συνεδριάσεις που θα λάμβαναν χώρα τον Δεκέμβριο του 2012 και τον Ιούλιο του 2013.

Οι πρωτοβουλίες του προγράμματος των δράσεων και στρατηγικών, πάρθηκαν στο Συμβούλιο Συναλλαγών Υπηρεσιών. Το 2012, οι συζητήσεις επικεντρώθηκαν στην υποβολή διαφόρων προτάσεων από τα μέλη της, που σχετίζονταν με την ενίσχυση και ανάπτυξη των δικτύων του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Συγκεκριμένα, από τις ΗΠΑ προτάθηκαν κανόνες που θα υποστηρίζουν

---

<sup>81</sup> [https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE\\_Search/FE\\_S\\_S009-  
Html.aspx?Id=120768&BoxNumber=3&DocumentPartNumber=1&Language=E&Window=L&Pre  
viewContext=DP&FullTextSearch=#KV\\_GENERATED\\_FILE\\_000002.htm](https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Search/FE_S_S009-Html.aspx?Id=120768&BoxNumber=3&DocumentPartNumber=1&Language=E&Window=L&PreviewContext=DP&FullTextSearch=#KV_GENERATED_FILE_000002.htm) (τελευταία πρόσβαση 3/6/14).

καινοτόμες εξελίξεις στον τομέα εφαρμογών πλατφορμών. Από την Ε.Ε προτάθηκαν κανόνες που αφορούσαν στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο και στις μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις καθώς επίσης και σε τεχνολογίες επικοινωνιών και πληροφοριών που σχετίζονται με τις εγκρίσεις και τις άδειες. Τέλος, η Αυστραλία πρότεινε να εξεταστούν τρεις επιπλέον αρχές ΤΠΕ που αφορούσαν τα ανεπιθύμητα ηλεκτρονικά εμπορικά μηνύματα, την online προστασία των προσωπικών δεδομένων και την online προστασία του καταναλωτή.

Τον Μάρτιο του 2013, το Συμβούλιο Συναλλαγών Υπηρεσιών, εξέτασε μία πρόταση που έγινε από τα διαχωρισμένα τελωνειακά εδάφη της Ταϊβάν, των νησιών Penghu, Kinmen και Matsu που είχε την ονομασία «**Προστασία των Προσωπικών Δεδομένων και Ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου**». Έπειτα από μία σειρά συναντήσεων, κατέληξαν στο να πραγματοποιηθεί μια μεγάλη συνεδρίαση στις 17 και 18 Ιουνίου 2013. Εκεί, θα συμμετείχαν εκπρόσωποι διεθνών και ρυθμιστικών οργανισμών όπου θα εξετάζαν θέματα που σχετίζονταν με την ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.

Μια σειρά πρωτοβουλιών για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, αναλήφθηκαν και από την Επιτροπή για το Εμπόριο και την Ανάπτυξη (ΕΕΑ). Κατόπιν πρότασης της Κούβας και του Εκουαδόρ και της επίσημης έγκρισης της ΕΕΑ, πραγματοποιήθηκε στις 8 και 9 Απριλίου 2013 ημερίδα για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, την ανάπτυξη και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Στην ημερίδα αυτή συμμετείχαν εμπειρογνώμονες διεθνών οργανισμών, επιχειρηματίες και εκπρόσωποι των ακαδημαϊκών κοινοτήτων και της κοινωνίας των πολιτών.

Στις 18 Ιουλίου 2013 και στις 18 Οκτωβρίου του ίδιου έτους, πραγματοποιήθηκε η Ένατη Σύνοδος της Υπουργικής Διάσκεψης. Σκοπός της Συνόδου αυτής ήταν να εξεταστεί η ισχύουσα κατάσταση στον τομέα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Επίσης παρουσιάστηκε ένα σχέδιο εργασίας βάσει του οποίου θα συνεχίζονταν οι περαιτέρω ενέργειες για την ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Τα μέλη του Συμβουλίου αναγνώρισαν την σημαντικότητα που είχε η Σύνοδος αυτή ως προς την συνέχιση των εργασιών του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου για την προώθηση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Επιπλέον, προτάθηκε από τους διαφόρους εκπροσώπους, να εξεταστούν θέματα όπως η βελτίωση της συνδεσιμότητας στο διαδίκτυο, το cloud computing, η προστασία των εμπιστευτικών δεδομένων, της ιδιωτικής ζωής και της προστασίας των καταναλωτών και η πρόσβαση στις τεχνολογίες των



τηλεπικοινωνιών και πληροφοριών. Η Επιτροπή πρόσθεσε πως θα συνεχίζει να μελετά ευκαιρίες που θα παρουσιάζονται για πρόσβαση στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο για τις πολύ μικρές, τις μικρές και τις μεσαίες επιχειρήσεις.

### 3.5 Οι Τάσεις του Ηλεκτρονικού Εμπορίου για το 2014<sup>82</sup>

Είναι αδιαμφισβήτητη η σημαντικότητα των στρατηγικών και των προγραμμάτων που τίθενται σε εφαρμογή για την ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Αυτά διαμορφώνονται ανάλογα με τις τάσεις που επικρατούν κάθε χρόνο και με τις εξελίξεις που παρουσιάζονται στον χώρο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Παρακάτω θα δούμε μερικές από αυτές τις τάσεις που θα επικρατήσουν το 2014.

#### **Glocalization**

Ο όρος αυτός προέρχεται από την συνένωση των λέξεων **globalization** (παγκοσμιοποίηση) και **localization** (εντοπιότητα) και αποτελεί κάτι το «παράδοξο» στον χώρο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.

Το 2014, το Ηλεκτρονικό Εμπόριο θα αναπτυχθεί περαιτέρω μέσω της παγκοσμιοποίησης στις καταναλωτικές προτιμήσεις και της εντοπιότητας της αγοραστικής εμπειρίας.

Η άνοδος των διαδικτυακών αγορών και η ζήτηση για ξένα προϊόντα θα κάνει πολύ έντονη την παρουσία της τάσης αυτής στις αναδυόμενες αγορές. Για παράδειγμα στην Κίνα, οι καταναλωτές το 2013 ξόδεψαν πολλά περισσότερα δισεκατομμύρια δολάρια σε διαδικτυακές αγορές συγκριτικά με το 2012. Επίσης, σύμφωνα με την Bain and Company, οι ηλεκτρονικές αγορές, διπλασιάζονται χρόνο με το χρόνο. Αντίθετα, σύμφωνα με στοιχεία του Διαδικτυακού Κέντρου Πληροφοριών της Κίνας, το 60% των ηλεκτρονικών αγορών ξένων αγαθών, πραγματοποιήθηκαν σε εγχώριες πλατφόρμες το 2012. Δηλαδή ενώ η ζήτηση

---

<sup>82</sup> <http://insights.wired.com/profiles/blogs/e-commerce-in-2014-seven-key-trends> (τελευταία πρόσβαση 3/6/14).

ξένων αγαθών ενδυναμώνεται στην Κίνα, οι καταναλωτές προτιμούν μια εγχώρια εμπειρία Ηλεκτρονικού Εμπορίου.

Το συμπέρασμα που προκύπτει είναι πως με την εντοπιότητα των μεθόδων πληρωμής, τις εκστρατείες προώθησης των πωλήσεων και του εμπορίου καθώς επίσης και με την υποστήριξη του εγχώριου νομίματος, οι επιχειρήσεις μπορούν να ανταγωνιστούν πιο αποτελεσματικά τους τοπικούς φορείς.

Πιστεύεται πως το glocalization, θα συνεχίσει την επεκτατική του πορεία καθώς οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις θα τελειοποιούν τις διαδικασίες και θα χρησιμοποιούν μαζικές οικονομικές κλίμακες ούτως ώστε αυτό να μπορεί να είναι εφαρμόσιμο σε παγκόσμιο επίπεδο.

### **Συνεχής σπουδαιότητα των χωρών B.R.I.C**

Ο μεγάλος αριθμός του πληθυσμού και η αυξανόμενη μεσαία τάξη των χωρών **B.R.I.C (Βραζιλία, Ρωσία, Ινδία, Κίνα)**, θα εντείνουν τον ανταγωνισμό ανάμεσα στους παγκόσμιους εκπροσώπους του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.

Σε Έκθεση που πραγματοποιήσανε το 2013 τα Ηνωμένα Έθνη για την ανθρώπινη ανάπτυξη, διαπιστώθηκε πως οι οικονομίες των B.R.I.C, θα ξεπεράσουν το συνολικό ΑΕΠ της Αμερικής, του Καναδά, της Γερμανίας, της Ιταλίας, της Γαλλίας και του Ηνωμένου Βασιλείου, μέχρι το 2020.

Επίσης, σύμφωνα με τον Διεθνή Οργανισμό Δεδομένων, το 2014 οι χώρες B.R.I.C, θα ξεπεράσουν τις πιο ανεπτυγμένες χώρες στην αγορά των «έξυπνων συσκευών», γεγονός που σημαίνει την ευρύτερη χρήση των υπηρεσιών του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.

### **Η ανάπτυξη του Κοινωνικού Εμπορίου**

Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί παγκοσμίως μία «έκρηξη» στα λεγόμενα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter, κ.τ.λ), η οποία έχει αλλάξει ριζικά τον τρόπο επικοινωνίας των ανθρώπων.

Αυτό δεν θα μπορούσε να αφήσει ανεπηρέαστο το Ηλεκτρονικό Εμπόριο. Εκτιμάται πως οι καταναλωτές θα στρέφονται ολοένα και περισσότερο στα μέσα

κοινωνικής δικτύωσης προκειμένου να αναζητήσουν πληροφορίες σχετικά με προϊόντα ή υπηρεσίες που κεντρίζουν το ενδιαφέρον τους και επιθυμούν να τα αγοράσουν. Οι εταιρείες με τη σειρά τους παρατηρώντας αυτή την τάση, θα ενθαρρύνουν τους καταναλωτές να πραγματοποιούν τις αγορές τους και να συζητούν για αυτές στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

### **Μεγάλα Δεδομένα και Αναλύσεις**

Το 2014, μεγάλη εξέλιξη θα παρουσιάσουν τα Μεγάλα Δεδομένα και οι Αναλύσεις. Οι επιχειρήσεις Ηλεκτρονικού Εμπορίου θα συλλέγουν και θα αναλύουν δεδομένα ώστε να διακρίνουν τις πρότυπες αγορές και να κατανοούν τις εμπειρίες των καταναλωτών στο φυσικό και ψηφιακό περιβάλλον. Για παράδειγμα, πολλές επιχειρήσεις συνδέουν τα προϊόντα τους με εφαρμογές smart phones, παρέχοντας μακροπρόθεσμες αναλύσεις σχετικά με αυτά.

Τα Δεδομένα θα είναι το μέσο για την προσέλκυση περισσότερων πελατών, καθώς και για τη διατήρηση των ήδη υπαρχόντων για όσο το δυνατόν μεγαλύτερο διάστημα. Τα Μεγάλα Δεδομένα και οι Αναλύσεις που θα «αναδυθούν» το 2014, δεν θα είναι μία βραχυπρόθεσμη επιφανειακή τάση αλλά μία ουσιαστική και βασική επιχειρηματική πρακτική που θα χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις Ηλεκτρονικού Εμπορίου για να κατανοήσουν την ίδια τους την υπόσταση αλλά και τους πελάτες τους, με βαθύτερους και νεότερους τρόπους.

### **Νέα Μοντέλα Νομισματοποίησης**

Η ανάπτυξη των Μεγάλων Δεδομένων και Αναλύσεων που αναφέρθηκε παραπάνω, θα βοηθήσει με τη σειρά της στη δημιουργία εσόδων. Νέα μοντέλα νομισματοποίησης, θα κάνουν την εμφάνισή τους, τα οποία θα βασίζονται στη βαθύτερη κατανόηση των πελατών, με στόχο τις ποιοτικές παροχές.

Οι εταιρείες χρησιμοποιούν πλέον μεθόδους ανάλυσης, όπως εφαρμογές και λογισμικό προκειμένου να εξάγουν συμπεράσματα για την καταναλωτική συμπεριφορά των πελατών τους. Με τη βοήθεια των εφαρμογών και των λογισμικών, παρακολουθούνε την ανταπόκριση των πελατών τους στα προϊόντα

και στις υπηρεσίες τους και σε περίπτωση που εκείνοι κάνουνε χρήση αυτών, τους επιβραβεύουνε.

Σημαντική επίσης θα είναι η άνοδος των επιχειρηματικών μοντέλων που βασίζονται στις συνδρομές. Οι καταναλωτές θα επιδείξουν μεγαλύτερη εμπιστοσύνη στις επιχειρήσεις που χρησιμοποιούνε τέτοια μοντέλα προκειμένου να επιμεληθούν την παράδοση των προϊόντων τους.

Σε γενικές γραμμές τα επιχειρηματικά μοντέλα που βασίζονται στα δεδομένα, προσδίδουνε ένα πιο ανθρώπινο πρόσωπο στις διαδικτυακές αγορές.

### **Το B2B αντιγράφει τις επιτυχίες του B2C**

Σήμερα οι καταναλωτές θέλουνε άνετες, γρήγορες και απλές διαδικασίες όταν πραγματοποιούν τις διαδικτυακές αγορές τους. Οι εταιρείες B2B αναλογιζόμενες αυτές τις απαιτήσεις, προσπαθούν να τις ικανοποιούν σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερο βαθμό. Οι τρόποι που προσπαθούν να καταφέρουνε κάτι τέτοιο, είναι με το να παρέχουν βίντεο, γραφικά και διαδραστικό περιεχόμενο, πράγματα δηλαδή τα οποία αποδείχθηκαν το ίδιο αποτελεσματικά και στο B2C Ηλεκτρονικό Εμπόριο.

Εκτιμάται πως όσες επιχειρήσεις στοχεύουν σε πελάτες B2C αλλά δεν καταφέρουν να προσαρμοστούν με τα θέλω τους και με τον εκσυγχρονισμό του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, διατρέχουν άμεσο και σοβαρό κίνδυνο να τους χάσουν.

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι μία μορφή Επιχειρηματικότητας με ανεξάντλητες δυνατότητες για περαιτέρω ανάπτυξη και εξέλιξη. Επιπλέον, η φύση του είναι τέτοια που μεταβάλλεται και εξελίσσεται συνεχώς και η πορεία του εξαρτάται και από τους χειρισμούς των ανθρώπων και τις ικανότητές τους να μπορούν να δημιουργούν όλες εκείνες τις στρατηγικές και τις δράσεις προκειμένου να διατηρήσουνε και να ενισχύσουνε την ύπαρξη του.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η Επιχειρηματικότητα ήταν είναι και θα είναι αναπόσπαστο κομμάτι της οικονομικής και κοινωνικής ζωής μιας χώρας. Το περιεχόμενό της αποτελεί πόλο έλξης για μελέτη από θεωρητικούς και αναλυτές της οικονομικής επιστήμης και του επιχειρηματικού κόσμου σε παγκόσμιο επίπεδο. Επιπροσθέτως, οι πτυχές της προσφέρουν έναν απίστευτο όγκο πληροφοριών και γνώσεων για τους εκάστοτε ενδιαφερόμενους.

Η θετική της συμβολή δεν επιδέχεται αμφισβήτησης και οι δυνατότητες αξιοποίησης της είναι ανεξάντλητες. Το αντικείμενο και οι αρχές που τη διέπουν θα μπορούσαν να επεκταθούν και τα τεθούν σε εφαρμογή και σε επιμέρους τομείς πέραν του αμιγώς οικονομικού/επιχειρηματικού όπως είναι ο πολιτισμός, η εκπαίδευση, ο αθλητισμός και το περιβάλλον.

Η πετυχημένη εφαρμογή της αποτελεί τον σημαντικότερο ίσως παράγοντα ισχυροποίησης των οικονομιών ορισμένων χωρών. Οι χώρες αυτές δεν περιορίστηκαν μόνο στην τυπική εφαρμογή της Επιχειρηματικότητας αλλά διέθεταν και την ανάλογη παιδεία και εκπαίδευση ούτως ώστε να μπορέσουν να την αξιοποιήσουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο αλλά και να πάνε ένα βήμα παραπέρα, εισάγοντας νέες ιδέες και μεθόδους που συνέβαλαν στο να πραγματοποιηθούν επιχειρηματικές καινοτομίες.

Σε αυτό ακριβώς το κομμάτι της εκπαίδευσης γύρω από την Επιχειρηματικότητα είναι που πρέπει ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι να εστιάσουν το ενδιαφέρον τους. Θα πρέπει να γίνει κατανοητό πως η Επιχειρηματικότητα δεν είναι πλέον υπόθεση των λίγων αλλά κάτι που αφορά όλους μας.

Η ποιοτική εκπαίδευση και πληροφόρηση θα βοηθήσουν στο να τολμήσουν να δραστηριοποιηθούν περισσότεροι άνθρωποι στον επιχειρηματικό κλάδο ούτως ώστε να καταστεί δυνατό μέσα από ιδιωτικές και κρατικές πρωτοβουλίες, να «οικοδομηθεί» ένα ισχυρό περιβάλλον μέσα στο οποίο η οικονομία κάθε χώρας, θα μπορέσει να αναπτυχθεί, να σταθεροποιηθεί αλλά και να ανταγωνιστεί επάξια οικονομίες χωρών που παραδοσιακά θεωρούνται ισχυρές.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- Λεωνίδας Α. Ζαμπετάκης : Σημειώσεις από τις διαλέξεις του διατμηματικού μαθήματος επιλογής «Επιχειρηματικότητα και Περιβάλλον» Α.Τ.Ε.Ι Κρήτης, Ηράκλειο 2005
- Δρ.Κατερίνα Κεδράκα : Η επιχειρηματικότητα «ανοίγει» επαγγελματικές προοπτικές στους νέους, Γραφείο Διασύνδεσης, Σπουδών και Σταδιοδρομίας, Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης, 2008
- Π. Κυριαζόπουλος – Λ. Βρυζίδης : Εισαγωγή στην Επιχειρηματικότητα, Σύγχρονη Εκδοτική, 2008
- Πάνος Μουρδουκούτας, Στράτος Παπαδημητρίου, Αντώνης Ιωαννίδης, Επιχειρηματικότητα : Θεσμοί και Πολιτικές, Κλειδάριθμος 2004
- Πετράκης Π., Μπουρλετίδης Κ., Βασίλαρος Β., Σταματίου Θ., Παύλου Γ., Ευθυμιόπουλος Α., Καλαντζής Φ., Επιχειρηματικότητα, ΥΠΕΠΘ 2003
- Π.Κυριαζόπουλος : Η σύγχρονη επιχείρηση στο ξεκίνημα του 21<sup>ου</sup> αιώνα, Σύγχρονη Εκδοτική 2000.
- Σταύρος Ιωαννίδης, Επιχείρηση και Επιχειρηματικότητα, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 2001
- Διπλωματική εργασία «Νέες Προκλήσεις για την Ανάπτυξη Διεθνούς Επιχειρηματικότητας και Στρατηγική Ανταπόκριση των Ελληνικών Επιχειρήσεων», της μεταπτυχιακής φοιτήτριας Σαμαρτζή Άρτεμις, Πανεπιστήμιο Πατρών -Τμήμα Διοίκησης. Επιχειρήσεων, Ακαδημαϊκό Έτος : 2007-2008
- Σταύρος Ιωαννίδης, Άγγελος Τσακανίκας, Στελίνα Χατζηχρήστου, Ευαγγελία Βαλαβανιώτη, Η Επιχειρηματικότητα στα πρόθυρα της κρίσης. Η έρευνα του GEM 2008-2009, IOBE 2009
- Σταύρος Ιωαννίδης, Άγγελος Τσακανίκας, Τάκης Πολίτης, Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2004-2005, IOBE 2005
- EOMMEX – Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις : Εγχειρίδιο Πράσινης Επιχειρηματικότητας για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις
- Α. Καραχάλιου, Γ. Τζένου, Α. Μαρίνου, Η. Scott, Πράσινη Επιχειρηματικότητα, Περιοδικό Καινοτομία, Έρευνα & Τεχνολογία, τεύχος 67, Ιούλιος-Αύγουστος 2008, Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης 2008
- Κοινοτική πρωτοβουλία Equal «Επιχειρούμε Αλληλέγγυα»
- Efraim Turban, Ηλεκτρονικό Εμπόριο : αρχές-εξελίξεις-στρατηγική από τη σκοπιά του manager, Μ.Γκιούρδας, Αθήνα 2002

## **ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ**

<http://www.tetras-consult.gr>

<http://kbourletidis.blogspot.com>

<http://img.pathfinder.gr>

<http://el.wikipedia.org>

<http://christosb.blogspot.com>

<http://library.tee.gr>

<http://en.wikipedia.org>

<http://www.iobe.gr>

<http://www.lib.duth.gr>

<http://government.gov.gr>

<http://www.solon.org.gr>

<http://www.career.aua.gr>

<http://searchcio.techtarget.com>

<http://nefeli.lib.teicrete.gr>

<http://www.ictplus.gr>

<http://estia.hua.gr>

<http://eureka.lib.teithe.gr>

<http://www.google.gr>

<http://www.searchengineshowdown.com>

<http://www.e-go.gr>

<http://prowthisi.blogspot.gr>

<http://ioannisnasioulas.wordpress.com>

<http://www.e-boss.gr>

<http://www.econews.gr>

<http://ec.europa.eu>

<https://docs.wto.org>

<http://insights.wired.com>