



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΕΡΓΟ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ  
ΜΕ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΑΠΟ ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ  
ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 2000-2006

WISE: Western Greece Region Integrated Strategy for Employment Stimulation  
(Ολοκληρωμένη Στρατηγική για την προώθηση της απασχόλησης στην Περιφέρεια Δυτικής  
Ελλάδας)

GRANT AGREEMENT VS/2002/0359

*ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ W.P. 5*

## ΕΡΕΥΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

### ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΟΡΕΑΣ

-ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ

(Κ. Τσεκούρας, Δ. Σκούρας, Κ. Τσεγενίδη)

Στην υλοποίηση του παραδοτέου συμμετείχαν:

1. Περιφερειακό Ταμείο Ανάπτυξης Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας
2. Ηλειακή Α.Ε
3. Τριγωνίδα Α.Ε
4. ΝΕΑ
5. VFA



## **Executive Summary**

This deliverable is a study based on a survey of 397 businesses in the three NUTS III areas of Western Greece Region (Elia, Achaia and Aetoloakarnania). The business survey was complemented by the three Development Enterprises (WISE Partners) located each in every NUTS III area, and namely by Ileiaiki Development Enterprise, NEA and Trichonida. The overall aim of WISE project is to create an integrated employment strategy for Western Greece Region, a strategy which will exploit all the possibilities for employment creation at local level and which will promote synergies with all involved factors. This strategy will contribute positively to job demand and supply, will promote equal opportunities and support the development of a qualified labour force. Moreover, this strategy aims to develop entrepreneurship and the conditions for employment creation.

The business survey questionnaire collects data concerning the entrepreneur's and firm's characteristics, business networks and innovation characteristics, business performance and the entrepreneur's perception concerning arising opportunities and problems connected to business activity, as also support measures for entrepreneurship and new entrepreneurs.

The sample's major characteristics refer to the characteristics of the businesses and of the entrepreneurs operating the respective businesses in these areas. It was found that the sectoral distribution of businesses was not very much different in the three areas and followed very closely the sampling frame and thus resembles reality. As concerns the size of businesses measured in Annual Full-Time Equivalents, businesses operating in Achaia are considerably larger than businesses in Elia and Aetoloakarnania, where the dominant size are micro ones. Businesses in all areas are to a very large extent created by their present owners.

The human capital characteristics of the entrepreneurs refer to the formal and informal processes that lead knowledge to be accumulated and learning to be facilitated. Entrepreneurs in all study areas do not present significant differences as concerns levels of formal education and training, with the exception of Aetoloakarnania, where entrepreneurs have to a smaller extent obtained higher education and training.

Participation in various kinds of business networks is quite different between the three areas. As concerns access to suppliers networks, all areas achieve a very high percentage of 90%. However, concerning access to customers' networks, Aetoloakarnania presents a very low percentage, while Elia's percentage touches 90%. Achaia's businesses seem to have a very high access to financial services networks and although we would expect a significantly lower percentage for Elia and Aetoloakarnania, Aetoloakarnania seems to have developed a considerable local financial services network. The mean percentage of sales to local markets is very high for Elia and Aetoloakarnania, while for Achaia 30% of sales is directed to markets outside the area (something that happens mainly due to better accessibility of Achaia's entrepreneurs to the market of Athens). Finally, it should be noticed that almost 100% of employees are residents of the area, something that supports the view that employability can be enhanced through entrepreneurship. Only 18% of Achaia's firms have access to local horizontal supplier networks, while Elia and Aetoloakarnania present a percentage of 35% of businesses linked to other local businesses for input supply. Moreover, Achaia's firms seem to have better links with the Greek economy, as 70% have access to vertical sales networks.

The innovative activity among the surveyed businesses was very high for Achaia (23,4%), while it was lower for Elia and much lower for Aetoloakarnania. Innovative activity concerns mainly the introduction of new products to the firm or new marketing methods, while more than 50% of the innovative firms developed innovation inside firm. Main innovative business sectors are foodstuff industry and trade and in a smaller extent hotel services, transport and other services. Innovative business are larger and older than non- innovative ones, they are to a lesser extent family- run and their manager has a higher level education and training than it has in non- innovative ones. The innovative entrepreneur has also more previous experience of running a business or was grown up in an entrepreneurial environment.

Business performance is measured in a wide range of dimensions including growth in terms of employment, profit margins, total sales and investments. Further, strategic dimensions of performance were measured in terms of businesses reaching furthest markets and increasing their market share in the local, regional, national and European Union markets. More than 50% of firms present an increase in sales, profit, customers, reaching furthest markets, while 40-50% presents an increase in employment and investments. Aetoloakarnania presents the

highest increase in performance measures, while Achaia follows. Sectors of economic activity that achieve the highest performance are trade, other services, foodstuff industry, transport and tourism firms.

Among supportive measures for firms, entrepreneurs seem to prefer most finding, evaluating and training the appropriate personnel, while their second choice is real estate and finding the appropriate location infrastructure. Marketing services occupy the third position among their choices. Concerning new businesses, priority is given to ICTs, local government and business networks performance and the supply of a guarantee against risk for a new business start-up. According to them, the successful entrepreneur has mainly a good idea and good access to financial and family support.

## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

<b>1. Στόχοι και Σκοποί.....</b>	<b>σελ.8</b>
<b>2. Μεθοδολογικά Ζητήματα.....</b>	<b>9</b>
<b>3. Τα Χαρακτηριστικά των Επιχειρήσεων και των Επιχειρηματιών.....</b>	<b>14</b>
3.1 Κλαδική Διάρθρωση	
3.2. Μέγεθος Επιχειρήσεων	
3.3. Ηλικία των Επιχειρήσεων	
3.4. Δημιουργία, Ιδιοκτησιακό Καθεστώς και Διαχείριση	
3.5. Χαρακτηριστικά Ανθρώπινου και Επιχειρηματικού Δυναμικού	
<b>4. Επιχειρηματικά Δίκτυα.....</b>	<b>36</b>
4.1 Θεωρητικό Πλαίσιο	
4.2 Επιχειρηματικά Δίκτυα	
<b>5. Καινοτομία και Καινοτομικός Επιχειρηματικός Χώρος.....</b>	<b>46</b>
5.1 Καινοτομία: Βασικοί Ορισμοί	
5.2 Η Καινοτομική Διαδικασία	
5.3 Η Μέτρηση της Καινοτομίας	
5.4 Καινοτομία και Επιχειρηματική Απόδοση	
5.5. Η Καινοτομική Δραστηριότητα στις Περιοχές Έρευνας	
5.6. Καινοτομία και Χαρακτηριστικά Επιχειρήσεων στις Περιοχές Έρευνας	
<b>6. Επιχειρηματική Απόδοση.....</b>	<b>73</b>
6.1 Επιχειρηματική Απόδοση: Ορισμοί και Μέθοδοι Μέτρησής της	
6.2 Επιχειρηματική Απόδοση στις Περιοχές Έρευνας	
6.3 Παράγοντες που Επηρεάζουν την Επιχειρηματική Απόδοση	
<b>7. Η Αντίληψη των Επιχειρηματιών για τα Εργαλεία Στήριξης της Επιχειρηματικότητας και την Επιχειρηματικότητα στις Περιοχές Έρευνας.....</b>	<b>84</b>
<b>8. Η Επιχειρηματικότητα στην Ελληνική Ύπαιθρο.....</b>	<b>90</b>
8.1 Η έννοια της επιχειρηματικότητας	
8.2 Η ύπαιθρος σαν πλαίσιο ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας	
8.3 Σημαντικότεροι περιορισμοί στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας	
8.4 Μια ολοκληρωμένη πολιτική ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας στην ύπαιθρο	
<b>9. Η Επιχειρηματικότητα της Υπαίθρου: Ένα Θεωρητικό Πλαίσιο.....</b>	<b>110</b>
9.1. Εισαγωγικά	
9.2 Το Επιχειρηματικό και Καινοτόμο Περιβάλλον της Υπαίθρου	
9.3 Πλαίσιο Ανάλυσης της Επιχειρηματικότητας της Υπαίθρου	
<b>10. Παράγοντες που Επηρεάζουν την Διάρθρωση του Αρχικού Κεφαλαίου των Επιχειρήσεων στις Περιοχές Έρευνας.....</b>	<b>131</b>
10.1. Εισαγωγή	
10.2. Κεφάλαιο Εκκίνησης: Θεωρητικό πλαίσιο	
10.3 Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Διάρθρωση του Κεφαλαίου	
10.4. Τα Δεδομένα και Το Υπόδειγμα	
10.5. Οικονομετρικό Υπόδειγμα και Μεταβλητές	
10.6. Αποτελέσματα	
<b>Βιβλιογραφικές Αναφορές.....</b>	<b>152</b>
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....</b>	<b>163</b>

## **ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ**

- Πίνακας 2.1. Δειγματοληπτικό Πλαίσιο
- Πίνακας 3.1. Η εκατοστιαία κλαδική διάρθρωση των επιχειρήσεων
- Πίνακας 3.2. Μέσος και Διάμεσος Μεγέθους Επιχειρήσεων στις Περιοχές Έρευνας.
- Πίνακας 3.3. Μέσος και Διάμεσος Ηλικίας Επιχειρήσεων στις Περιοχές Έρευνας.
- Πίνακας 3.4. Η Ηλικιακή Διάρθρωση των Επιχειρήσεων σε Κλάσεις
- Πίνακας 3.5. Εκατοστιαία κατανομή των Επιχειρήσεων με την Μέθοδο Δημιουργίας τους
- Πίνακας 3.6. Εκατοστιαία κατανομή των Επιχειρήσεων με τη Νομική τους Μορφή
- Πίνακας 3.7. Τυπικές Διαδικασίες Συσσώρευσης Επιχειρηματικού Δυναμικού (%)
- Πίνακας 3.8. Άτυπες Διαδικασίες Συσσώρευσης Επιχειρηματικού Δυναμικού
- Πίνακας 3.9. Κοινωνικό Κεφάλαιο και Επιχειρηματίες
- Πίνακας 4.1. Πρόσβαση σε Δίκτυα από τις Επιχειρήσεις στις Περιοχές Έρευνας.
- Πίνακας 4.2. Ποσοστό των Συναλλαγών με Επιχειρήσεις της Περιοχής
- Πίνακας 4.3 Πρόσβαση σε Διάφορα Οριζόντια και Κάθετα Επιχειρηματικά Δίκτυα
- Πίνακας 4.4. Πρόσβαση σε Χωρικά Κάθετα και Οριζόντια Δίκτυα (ανεξάρτητα εισροών και εκροών)
- Πίνακας 5.1. Καινοτομική Δραστηριότητα στις Επιχειρήσεις των Περιοχών Έρευνας
- Πίνακας 5.2. Διαδικασία Σύλληψης της Καινοτομίας
- Πίνακας 5.3. Κλαδική Κατανομή των Καινοτόμων Επιχειρήσεων
- Πίνακας 5.4. Διαδικασία Απόκτησης Επιχείρησης Μεταξύ Καινοτόμων και Μη-Καινοτόμων Επιχειρήσεων.
- Πίνακας 5.5. Νομική Μορφή και Εμφάνιση Καινοτομίας
- Πίνακας 5.6. Επίπεδο Εκπαίδευσης Επιχειρηματία Ανάμεσα σε Καινοτόμες και Μη-Καινοτόμες Επιχειρήσεις
- Πίνακας 5.7. Επιχειρηματική Κατάρτιση και Καινοτομία
- Πίνακας 5.8. Άτυπες Διαδικασίες Συσσώρευσης Επιχειρηματικού Κεφαλαίου και Καινοτομία
- Πίνακας 5.9. Στοιχεία Κοινωνικού Κεφαλαίου και Καινοτομία
- Πίνακας 6.1. Διαστάσεις της Επιχειρηματικής Αποδοτικότητας σε Όλες τις Περιοχές.
- Πίνακας 6.2. Διαστάσεις της Επιχειρηματικής Αποδοτικότητας - Ηλεία.
- Πίνακας 6.3. Διαστάσεις της Επιχειρηματικής Αποδοτικότητας – Αχαΐα.
- Πίνακας 6.4. Διαστάσεις της Επιχειρηματικής Αποδοτικότητας – Αιτωλοακαρνανία.
- Πίνακας 6.5. Κλαδική Κατανομή και Επιχειρηματική Απόδοση.
- Πίνακας 6.6. Μέσο Μέγεθος και Ηλικία Επιχειρήσεων που Δηλώνουν Αύξηση των Δεικτών Απόδοσης.
- Πίνακας 6.7. Άτυπες Διαδικασίες Συσσώρευσης Επιχειρηματικού Δυναμικού
- Πίνακας 6.8. Κοινωνικό Κεφάλαιο και Επιχειρηματίες
- Πίνακας 7.1. Μέτρα Στήριξης των Επιχειρήσεων.
- Πίνακας 7.2. Μέτρα Στήριξης Νέων Επιχειρήσεων.
- Πίνακας 7.3. Τα Χαρακτηριστικά του Νέου Επιχειρηματία
- Πίνακας 7.4. Σημαντικά Χαρακτηριστικά της Περιοχής για την Προώθηση και Δημιουργία Νέων Επιχειρηματικών Δραστηριοτήτων
- Πίνακας 10.1. Ορισμοί και Περιγραφική Στατιστική Ανάλυση των Μεταβλητών
- Πίνακας 10.2 Logit Αποτελέσματα για τη Χρήση Εξωτερικής Χρηματοδότησης
- Πίνακας 10.3. Tobit Αποτελέσματα για τη Χρήση Εξωτερικής Χρηματοδότησης
- Πίνακας 10.4. Logit Αποτελέσματα για την Μεγέθυνση της Επιχείρησης

### **ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ**

Γράφημα 3.1. Οι Διαδικασίες Συσσώρευσης του Ανθρώπινου Κεφαλαίου  
Γράφημα 3.2 . Λειτουργία Οριζόντιων και Κάθετων Δικτύων στις Περιοχές Έρευνας  
Γράφημα 5.1. Οι τέσσερις τύποι περιφερειών και το περιβάλλον καινοτομίας.

### **ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΣΧΗΜΑΤΩΝ**

Σχέδιο 9.1. Μία Τριών Σταδίων Επιχειρηματική Διαδικασία σε Περιβάλλον της Υπαίθρου

## 1. Στόχοι και Σκοποί

Οι στόχοι του παρόντος προγράμματος είναι:

1. Η δημιουργία μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής απασχόλησης για την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας η οποία θα αξιοποιεί όλες τις δυνατότητες που δίνονται για δημιουργία θέσεων απασχόλησης σε τοπικό επίπεδο και θα προωθήσει τις συνέργιες με όλους τους εμπλεκόμενους φορείς.
2. Η στρατηγική θα έχει θετικές επιπτώσεις στην προσφορά και ζήτηση εργασίας.
3. Θα προωθήσει τις ίσες ευκαιρίες για όλους στην πρόσβαση στην αγορά εργασίας, με ιδιαίτερη έμφαση στις γυναίκες, στους μακροχρόνια άνεργους, τους νέους και σε αυτούς που κινδυνεύουν και εκτίθενται σε κοινωνικό αποκλεισμό.
4. Η στρατηγική θα συμβάλλει στην ανάπτυξη εκπαιδευμένου εργατικού δυναμικού και θα αναπτύξει την επιχειρηματικότητα και τις συνθήκες για δημιουργία θέσεων απασχόλησης.

Στα πλαίσια των ανωτέρω στόχων διενεργήθηκαν τρεις έρευνες πεδίου σε ανέργους, εργαζόμενους και επιχειρηματίες για να διαπιστωθούν οι ανάγκες σε εργατικό δυναμικό, τα χαρακτηριστικά της προσφοράς εργατικού δυναμικού καθώς και οι συνθήκες ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας. Στα πλαίσια του τελευταίου αυτού στόχου έγινε η έρευνα σε επιχειρηματίες και η παρούσα έκθεση παρουσιάζει τα κυριότερα αποτελέσματα αυτής της έρευνας.



## 2. Μεθοδολογικά Ζητήματα

Με βάση τις απογραφές πληθυσμού 2000, και διάφορες έρευνες βιομηχανίας, αποφασίστηκε η δειγματοληψία επιχειρήσεων σε στρωματοποιημένο δείγμα με βάση το κλάδο της οικονομικής δραστηριότητας και το μέγεθος των επιχειρήσεων. Με τον τρόπο αυτό σκοπεύαμε στην συλλογή ενός αντιπροσωπευτικού δείγματος επιχειρήσεων, τουλάχιστον ως προς αυτά τα δύο, εκ των προτέρων γνωστά, χαρακτηριστικά. Ο πίνακας 2.1 δείχνει την κατανομή του δείγματος στις τρεις περιοχές έρευνας, στους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας και στα διαφορετικά μεγέθη των επιχειρήσεων.

Η συλλογή δεδομένων από τους επιχειρηματίες έγινε με χρήση διαρθρωμένων ερωτηματολογίων την ευθύνη της συλλογής των οποίων είχαν οι τρεις αναπτυξιακές εταιρείες που συμμετέχουν στο πρόγραμμα. Κάθε αναπτυξιακή όρισε έναν επικεφαλής της έρευνας και ενημέρωσε – εκπαίδευσε τους συνεντευκτές. Επειδή οι έρευνες επιχειρήσεων διεξήχθησαν ταυτόχρονα με άλλες έρευνες προτιμήθηκε οι επικεφαλείς να είναι διαφορετικά πρόσωπα. Φυσικά διαφορετικά πρόσωπα ήταν και οι συνεντευκτές. Κάθε αναπτυξιακή εταιρεία προμηθεύτηκε από τα αντίστοιχα Εμπορικά και Βιομηχανικά Επιμελητήρια τα μητρώα των μελών τους. Με βάση αυτά κατηγοριοποίησε τις επιχειρήσεις σε δευτερογενή και τριτογενή τομέα της οικονομίας και τις κατέταξε αλφαβητικά. Με τυχαίο τρόπο επελέγη τουλάχιστον διπλάσιος αριθμός επιχειρήσεων ανά τομέα από αυτόν που ορίζεται στον πίνακα 2.1. Στη συνέχεια με τηλεφωνική επικοινωνία με τις επιχειρήσεις που είχαν αρχικά επιλεγεί προσδιορίστηκε το μέγεθος της απασχόλησης κάθε επιχείρησης. Με βάση αυτό το στοιχείο και με τον πίνακα δειγματοληψίας 2.1 διαμορφώθηκε ο τελικός κατάλογος των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα. Οι συνεντευκτές αφού συμφώνησαν τηλεφωνικά το χρόνο πραγματοποίησης της συνέντευξης και το πρόσωπο με το οποίο θα την πραγματοποιούσαν

επισκέφθηκαν τις επιχειρήσεις και συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο. Ο επικεφαλής της έρευνας παρακολουθούσε καθημερινά την πορεία υλοποίησης και πραγματοποιούσε τις αναγκαίες προσαρμογές όπου χρειαζόταν (π.χ. αντικατάσταση επιχείρησης με ομοειδή λόγω άρνησης συμμετοχής στην έρευνα).

Το ερωτηματολόγιο της έρευνας αποσκοπούσε στη συλλογή δεδομένων σχετικά με:

- Τα χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών και των επιχειρήσεων.
- Τα χαρακτηριστικά των επιχειρηματικών δικτύων.
- Τα χαρακτηριστικά της ενδεχόμενης καινοτομίας των επιχειρήσεων.
- Την αποδοτικότητα των επιχειρήσεων.
- Την αντίληψη των επιχειρηματιών σε σχέση με τις ευκαιρίες και τα προβλήματα που παρουσιάζονται στην επιχειρηματική δραστηριότητα καθώς και με τα μέτρα στήριξης για την επιχειρηματικότητα και τους νέους επιχειρηματίες

Το ερωτηματολόγιο της έρευνας δίνεται στο παράρτημα αυτής της έκθεσης.

Πίνακας 2.1. Δειγματοληπτικό Πλαίσιο

Έρευνα Επιχειρήσεων									
Νομός	Σύνολο Ερωτ/γίων	Σύνολο Ερωτ/γίων Βγενή	Σύνολο Ερωτ/γίων Γγενή	Βγενής			Γγενής		
				Μικρές	Μεσαίες	Μεγάλες	Μικρές	Μεσαίες	Μεγάλες
				< 10 εργ.	11-50 εργ.	50+ εργ.	< 10 εργ.	11-50 εργ.	50+ εργ.
Αιτ/νία	120	21	99	14	5	1	75	19	6
Αχαΐα	236	66	170	38	18	9	117	41	12
Ηλεία	94	16	78	17	10	0	60	12	5
Σύνολο	450	103	347	69	33	11	252	72	23



**ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ**

**Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟΥΣ ΝΟΜΟΥΣ ΗΛΕΙΑΣ,  
ΑΧΑΪΑΣ ΚΑΙ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ**

### 3. Τα Χαρακτηριστικά των Επιχειρήσεων και των Επιχειρηματιών

#### 3.1 Κλαδική Διάρθρωση

Η κλαδική διάρθρωση είναι σημαντικός παράγοντας για την επιχειρηματική δικτύωση, την καινοτομία και την αποδοτικότητα. Διάφοροι κλάδοι της οικονομίας διαφέρουν ως προς το μέγεθος των επιχειρήσεων και την χρηματοοικονομική τους δομή, παράγοντες που έχουν σημαντική επίδραση στη δραστηριότητα των επιχειρήσεων. Οι διαφορές στη χρηματοοικονομική διάρθρωση των επιχειρήσεων ανάμεσα στους κλάδους μπορεί να οφείλονται σε διάφορους λόγους. Πρώτον, υπάρχουν κλάδοι με υψηλές απαιτήσεις σε κεφαλαιακή βάση, η οποία πολλές φορές υπερβαίνει τα ίδια κεφάλαια των επιχειρηματιών και σε αυτή την περίπτωση κάποιος περιμένει όλο και μικρότερα ποσοστά αρχικού κεφαλαίου να έρχονται από εσωτερικά από την επιχείρηση. Ειδικά στη βιομηχανία, περιμένει κάποιος οι «εξωτερικές» απαιτήσεις κεφαλαίου να είναι υψηλές, υψηλότερα από άλλες δραστηριότητες (Chandler & Hanks, 1998) και σε αυτή την περίπτωση η λειτουργία των αγορών κεφαλαίου, η θεσμική στήριξη της χρηματοδότησης των επιχειρήσεων, και η ύπαρξη ευέλικτων χρηματοδοτικών εργαλείων είναι πολύ σημαντικά. Η «θεσμική» θεωρία προτείνει ότι κάποιες οικονομικές δραστηριότητες αναπτύσσουν τις δικές τους χρηματοδοτικές πρακτικές όπως ο δανεισμός από προμηθευτές ή πελάτες (Mizguchi & Stearns, 1994; Thorne, 1989). Η υπάρχουσα κλαδική διάρθρωση έχει επίσης επιπτώσεις στην έναρξη λειτουργίας επιχειρήσεων. (Egeln et al, 1997). Μία πολύ σημαντική διαφορά είναι ανάμεσα στη βιομηχανία και τις υπηρεσίες, διαφορά που αναφέρεται στο μέγεθος των επιχειρήσεων, και την κεφαλαιοποίησή τους, με τη βιομηχανία να έχει υψηλότερο μέσο μέγεθος επιχειρήσεων και κεφαλαιοποίηση, δηλαδή λόγο παγίων προς σύνολο κεφαλαίων. Η κλαδική διάρθρωση στους τρεις νομούς έρευνας δίνεται στον πίνακα 3.1.

Πίνακας 3.1. Η εκατοστιαία κλαδική διάρθρωση των επιχειρήσεων

Κλάδος	Ηλεία	Αχαΐα	Αιτωλ/νία	Όλες
Γεωργία	0.0	0.0	0.9	0.3
Ορυχεία	1.0	0.0	0.9	0.5
Είδη Διατροφής	21.8	7.4	4.3	10.2
Άλλες Βιομηχ. Δραστ.	0.0	4.6	6.0	3.8
Ηλεκτρισμός	0.0	0.0	0.9	0.3
Κατασκευές	5.0	5.1	3.4	4.6
Χονδρικό και Λιανικό Εμπόριο	20.8	25.1	34.5	26.8
Ξενοδοχεία και Εστιατόρια	17.8	7.4	19.0	13.5
Μεταφορές	6.9	14.9	8.6	11.0
Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες	9.9	7.4	8.6	8.4
Μεσιτικές Υπηρεσίες	0.0	2.3	0.0	1.0
Άλλες Υπηρεσίες	16.8	25.7	12.9	19.6
Σύνολο (N)	101	175	116	392

### 3.2. Μέγεθος Επιχειρήσεων

Το μέγεθος των επιχειρήσεων όπως αυτό μετράται σε όρους απασχόλησης, πωλήσεων, παγίων ή άλλες φυσικές ποσότητες και χρηματοοικονομικούς δείκτες, είναι ένας εξαιρετικά σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει την επιχειρηματική απόδοση (συμπεριλαμβανομένης της επιβίωσης και του θανάτου των επιχειρήσεων) και την καινοτομία. Πολλοί ερευνητές

έχουν βρει σημαντική θετική σχέση μεταξύ μεγέθους επιχείρησης και οργανωτικής απόδοσης (Durand & Coeurderoy, 2001; Lauterbach & Vaninsky, 1999; Mudambi & Nicosia, 1998), ενώ ο Hall (1987) έχει βρει αρνητική σχέση μεταξύ μεγέθους επιχείρησης και βαθμού ανάπτυξης του μεγέθους της. Αντιθέτως ο Glancey (1998) δίνει στοιχεία ότι οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις έχουν υψηλότερο βαθμό ανάπτυξης. Οικονομετρικές εκτιμήσεις παραγωγής επιβεβαιώνουν ότι, γενικά, οι μικρές επιχειρήσεις είναι πιο παραγωγικές από τις μεγάλες επιχειρήσεις (Dhawan, 2001). Ο Paraque (1997) συμπεραίνει ότι η διαφορά μεταξύ των χρηματοοικονομικών δεικτών για ΜΜΕ και μεγάλες επιχειρήσεις σχετίζεται με την αναπτυξιακή συμπεριφορά η οποία διαφέρει με το μέγεθος. Ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων προσπαθούν να εξυπηρετήσουν τις δανειακές τους ανάγκες με σειρά προτίμησης από δικά τους κεφάλαια, βραχυπρόθεσμα δάνεια και πιο μακροπρόθεσμα δάνεια του θεσμικού χρηματοπιστωτικού συστήματος (Cosh & Hughes, 1994). Στην προσπάθειά τους να αποφύγουν εξωτερικούς επενδυτές και τη διείσδυση στην επιχείρησή τους, οι επιχειρηματίες μικρών επιχειρήσεων βασίζονται στα δικά τους κέρδη σαν πρώτη πηγή κεφαλαίου επέκτασης και έτσι, πολλές φορές, παρατηρούμε μία θετική συσχέτιση μεταξύ κερδοφορίας (μέσο λειτουργικό όφελος προς μέσο συνολικό κεφάλαιο) και αύξησης. Μάλιστα, ο Glancey (1998) υποστηρίζει ότι υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης μπορεί να σχετίζονται και με υψηλή κερδοφορία επειδή όσο μεγαλώνει μία επιχείρηση τόσο περισσότερο αποκτά εμπειρίες και επιχειρηματική γνώση που την βοηθούν να αυξήσει περαιτέρω την κερδοφορία της. Μία ενδελεχής εξέταση διαφόρων δεικτών αποδοτικότητας μεταξύ μικρών και μεγάλων επιχειρήσεων στη Γαλλία έδειξε ότι οι ΜΜΕ επενδύουν περισσότερο από μεγάλες επιχειρήσεις και διότι ο ρυθμός συσσώρευσης κεφαλαίου (επενδύσεις προς πάγια), σταθμισμένα με το ρυθμό επένδυσης (επενδύσεις προς προστιθέμενη αξία) και με την αποτελεσματικότητα του κεφαλαίου (προστιθέμενη αξία προς κεφάλαιο) είναι υψηλότερα στις ΜΜΕ (Paraque, 1997).



Πολλοί ερευνητές υποστηρίζουν επίσης το γεγονός ότι οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες επιβίωσης σε οικονομικά περιβάλλοντα που χαρακτηρίζονται από αβεβαιότητα και κίνδυνο. (Bruderl et al, 1992; Geroski, 1995; Sutton, 1997; Caves, 1998; Agarwal & Audretsch, 1999; Chen, 2002). Οι Agarwal και Audretsch (2001) βρήκαν ότι αυτό το γενικό συμπέρασμα ισχύει αλλά διαφοροποιείται κατά κλάδο δραστηριότητας, και πρότειναν ότι η τεχνολογία παραγωγής και το στάδιο του κύκλου του κλάδου είναι σημαντικοί παράγοντες για τη δυναμική του κλάδου και την είσοδο (δημιουργία) επιχειρήσεων. Βρήκαν οι ερευνητές αυτοί ότι ο κίνδυνος θανάτου μιας επιχείρησης αυξάνει όταν η επιχείρηση μπαίνει στην εφηβεία της (μετά δηλαδή την έναρξη). Αργότερα όμως ο κίνδυνος μειώνεται για τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Όταν πια οι επιχειρήσεις βρίσκονται στο στάδιο της ωριμότητας οι πιθανότητες θανάτου είναι οι ίδιες για μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις διότι οι μικρές έχουν βρει τη θέση τους στην αγορά και έχουν καταλάβει μια «φωλιά» στην αγορά. Επίσης οι Bruderl και Schussler (1990) αναγνωρίζουν υψηλό κίνδυνο θανάτου για τις μικρές επιχειρήσεις ενώ οι Bruderl et al, (1992) και ο Mahmood (1992, 2000), βρήκαν ότι όσο περισσότερο «προικισμένη» είναι μια επιχείρηση στο ξεκίνημα της τόσο μειώνει τον κίνδυνο θανάτου στην εφηβεία της. Οι Mata και Portugal (1995) και οι Mata et al, (1995) βρήκαν ότι το μέγεθος είναι σοβαρός παράγοντας προσδιορισμού του κινδύνου θανάτου μιας επιχείρησης και κυρίως για νέες επιχειρήσεις που ενδέχεται να αντιμετωπίζουν και προβλήματα ρευστότητας.

Αντιθέτως, ο Wagner, (1994) δεν βρήκε καθαρές διαφορές στον κίνδυνο θανάτου μεταξύ μεγάλων και μικρών επιχειρήσεων. Μέσα σε κάθε κλάδο το μέγεθος έναρξης μιας επιχείρησης δεν βρέθηκε να σχετίζεται σημαντικά με την πιθανότητα επιβίωσης (Audretsch et al, 1999). Αντιθέτως, οι Das και Srinivasan (1997) συμπεραίνουν ότι το μέγεθος εισόδου

συνδέεται θετικά με την πιθανότητα θανάτου. Βέβαια κάποιοι ερευνητές έχουν αναπτύξει εννοιολογικές διαφοροποιήσεις στο νόημα της εξόδου (θανάτου) σε διάφορες καταστάσεις θανάτου οι οποίες περιλαμβάνουν την εθελούσια έξοδο (κλείσιμο επιχείρησης) την ακούσια έξοδο (πτώχευση) και την εξαγορά. Ο Singh (1975) πρώτος αναγνώρισε μια σημαντική μη-γραμμική σχέση μεταξύ πιθανότητας εξαγοράς και μεγέθους επιχείρησης.

Κατά τους Dickerson et al, (1998,1999) οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις τείνουν να εξαγοράζουν μικρότερες έτσι ώστε να μεγαλώσουν πιο γρήγορα και να προστατευθούν από εξαγορές, και σε κάποιο βαθμό, και από πτωχεύσεις. Οι Harhoff et al, (1998) συμπεραίνουν ότι ο κίνδυνος εθελούσιας εξόδου χαρακτηρίζεται από αρνητική συσχέτιση μεγέθους και πιθανότητας θανάτου ενώ οι πτωχεύσεις είναι πιο πολύπλοκο φαινόμενο. Γενικά όμως οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις είναι λιγότερο πιθανό να κλείσουν από ότι οι μικρότερες (Nucci, 1999).

Οι Acs και Audretch (1987) βρήκαν ότι μεγαλύτερες επιχειρήσεις έχουν ένα πλεονέκτημα στην καινοτομία όταν ο κλάδος είναι εντάσεως κεφαλαίου, συγκεντρωμένος και επικρατεί υψηλή διαφοροποίηση προϊόντων. Αντίθετα, οι μικρές επιχειρήσεις έχουν πλεονεκτήματα καινοτομικής δραστηριότητας όταν ο κλάδος είναι συνολικά καινοτόμος αξιοποιεί υψηλής εκπαίδευσης εργατικό δυναμικό και απαρτίζεται από μεγάλο ποσοστό εταιρειών με μεγάλο μέγεθος (Acs & Audretch, 1987).

Ο πίνακας 3.2 δείχνει το μέσο όρο και τη διάμεσο των επιχειρήσεων στις τρεις περιοχές έρευνας. Ο μέσος όρος είναι πολλές φορές ένας παραπλανητικός δείκτης λόγω της επίδρασης ακραίων τιμών (πολύ μεγάλων ή πολύ μικρών επιχειρήσεων). Η διάμεσος, δηλαδή η τιμή εκείνη του μεγέθους που διαιρεί το δείγμα σε δύο ίσου πλήθους μέρη, είναι πολλές φορές ένας καλύτερος δείκτης. Η Αχαΐα διακρίνεται από μεγάλο μέσο μέγεθος επιχειρήσεων

ακολουθούμενη από την Ηλεία ενώ η Αιτωλοακαρνανία διακρίνεται από πάρα πολύ μικρές επιχειρήσεις. Βλέπουμε επίσης τη μεγάλη διαφορά που έχει ο υπολογισμός της διαμέσου στις αντίστοιχες περιοχές. Γενικά το μέγεθος εκείνο που διαιρεί το δείγμα μας στα δύο είναι γύρω στους τρεις πλήρους απασχόλησης ισοδύναμους εργαζόμενους. Ο πίνακας 3.2 είναι σημαντικός διότι μας δείχνει πρώτον ότι το δείγμα μας αποτελείται από κυριολεκτικά μικρο-επιχειρήσεις (ούτε καν μικρές) ενώ οι διαπεριφερειακές μεταβολές είναι σημαντικές.

Πίνακας 3.2. Μέσος και Διάμεσος Μεγέθους Επιχειρήσεων στις Περιοχές Έρευνας.

Μέγεθος Επιχείρησης	Ηλεία	Αχαΐα	Αιτωλ/νία	Όλες
Μέσος Όρος - Εργαζόμενοι	10.23	12.36	4.07	9.39
Διάμεσος – Εργαζόμενοι	2.50	3.50	3.00	3.00

### 3.3. Ηλικία των Επιχειρήσεων

Η ηλικία είναι σημαντικός παράγοντας της δυναμικής μιας επιχείρησης. Η πιθανότητα αποτυχίας μιας επιχείρησης, η ανάπτυξή της και η μεταβλητικότητα των ρυθμών ανάπτυξής της σχετίζονται με την ηλικία της. Η σημασία της ηλικίας είναι συνεπής με υποδείγματα που θεωρούν τη μάθηση σαν σημαντικό παράγοντα δυναμικής όπως του Jovanovich (1982) και του Evans (1987).

Οι πίνακες 3.3 και 3.4 δείχνουν το μέσο όρο και διάμεσο της ηλικίας των επιχειρήσεων στις τρεις περιοχές του δείγματος καθώς και την κατανομή των επιχειρήσεων σε κλάσεις ηλικίας. Οι επιχειρήσεις των περιοχών έρευνας είναι αρκετά νέες με μέσο όρο γύρω στα 20 έτη αλλά με διάμεσο γύρω στα 14 έτη. Μία καλύτερη εικόνα δίνεται από τον πίνακα 3.4. Ένα μεγάλο

ποσοστό επιχειρήσεων (43% στην Ηλεία) έχουν ηλικία κάτω από 10 έτη και συνεπώς βρίσκονται, όπως αναφέραμε παραπάνω, σε ηλικιακή ζώνη κινδύνου. Οι πραγματικά ώριμες επιχειρήσεις δηλαδή αυτές που έχουν ξεπεράσει τα 20 έτη αποτελούν μόνο το 1/4 των επιχειρήσεων της Αιτωλοακαρνανίας και γενικά το 1/3 των επιχειρήσεων του συνολικού δείγματος.

Η σχετικά νεαρή ηλικία των επιχειρήσεων στο δείγμα δείχνει επίσης την ανάγκη που έχουν αυτές οι επιχειρήσεις για διασύνδεση με επιχειρηματικά δίκτυα και πρόσβαση σε χρηματοοικονομικούς θεσμούς. Η ηλικιακή δομή των επιχειρήσεων όπως εμφανίζεται στο πίνακα 3.4 δείχνει επίσης και τη σημαντική δυναμική των νομών εκείνων που έχουν νέες επιχειρήσεις μια και η δημιουργία επιχειρήσεων είναι δείγμα δυναμικής οικονομίας που δημιουργεί θέσεις απασχόλησης. Ο νομός Ηλείας παρουσιάζει 43% των επιχειρήσεων να είναι νέες και συνεπώς δείχνει να είναι ένας από τους πιο δυναμικούς νομούς.

Πίνακας 3.3. Μέσος και Διάμεσος Ηλικίας Επιχειρήσεων στις Περιοχές Έρευνας.

Ηλικία Επιχείρησης	Ηλεία	Αχαΐα	Αιτωλ/νία	Όλες
Μέσος Όρος	21.10	23.04	15.54	20.27
Διάμεσος	12.50	16.50	12.50	14.50

Πίνακας 3.4. Η Ηλικιακή Διάρθρωση των Επιχειρήσεων σε Κλάσεις

Ηλικία σε Κλάσεις	Ηλεία	Αχαΐα	Αιτωλ/νία	Όλες
1-10	43.0	33.7	38.9	37.6
11-20	20.4	24.7	34.5	26.6

>20	36.6	41.6	26.5	35.8
Σύνολο (N)	93	166	113	372

#### 3.4. Δημιουργία, Ιδιοκτησιακό Καθεστώς και Διαχείριση

Η διαχειριστική κατάσταση μιας εταιρείας μπορεί να δώσει δύο αντικρουόμενες συμπεριφορές. Η αυξημένη διαχείριση από τον ιδιοκτήτη μπορεί να βελτιώσει την αποδοτικότητα ενώ αντίθετα εάν ο διαχειριστής δεν έχει ιδιοκτησιακό ενδιαφέρον η σχέση διοίκησης και αποτελεσματικότητας δεν είναι πάντα ξεκάθαρη. Οι απόπειρες να εξετασθεί η επίπτωση του ιδιοκτησιακού καθεστώτος και της διοίκησης στην απόδοση δεν είναι ξεκάθαρες. Οι Mudambi και Nicosia (1998) θεωρούν ότι η συγκέντρωση της ιδιοκτησίας μπορεί να έχει διαφορετικές επιπτώσεις στην αποδοτικότητα των επιχειρήσεων. Αυξημένος έλεγχος φαίνεται να επηρεάζει θετικά την αποδοτικότητα ενώ αυξημένη συγκέντρωση των μετοχών επηρεάζει αρνητικά την αποδοτικότητα. Άλλες έρευνες δείχνουν ότι οι οικογενειακές επιχειρήσεις που διοικούνται από μέλη της οικογένειας αποδίδουν λιγότερο από αντίστοιχες επιχειρήσεις (οικογενειακές) που όμως διοικούνται από επαγγελματίες (Lauterbach & Vaninsky, 1999). Οι Harhoff et al, (1998) θεωρούν ότι η νομική μορφή μιας επιχείρησης επηρεάζει την αποδοτικότητά της και με εμπειρικά δεδομένα από τη Γερμανία θεωρούν ότι επιχειρήσεις με περιορισμένη ευθύνη (Ε.Π.Ε, Α.Ε) έχουν υψηλότερους ρυθμούς αύξησης και ανάπτυξης από αντίστοιχες εταιρείες με προσωπική ευθύνη (προσωπικές εταιρείες, ομόρρυθμες, κ.λ.π).

Ο πίνακας 3.5 δείχνει ότι ένα μικρό μόνο ποσοστό επιχειρήσεων προέρχεται από κληρονομιά ενώ ένα μεγάλο ποσοστό (που αγγίζει τα 3/4 σε μερικούς νομούς) έχει δημιουργηθεί από τον σημερινό κάτοχό τους.

Πίνακας 3.5. Εκατοστιαία κατανομή των Επιχειρήσεων με την Μέθοδο Δημιουργίας τους

Μέθοδος Δημιουργίας	Ηλεία	Αχαΐα	Αιτωλ/νία	Όλες
Κληρονομιά	12.7	11.9	13.9	12.7
Αγορά	4.9	7.7	7.8	7.0
Ενοικίαση	2.0	3.0	3.5	2.9
Δημιουργία	76.5	70.2	73.0	72.7
Άλλο	3.9	7.1	1.7	4.7
Σύνολο (N)	102	168	115	385

Ο πίνακας 3.6 δείχνει την κατανομή των επιχειρήσεων ανάλογα με το νομικό καθεστώς τους. Όπως θα περιμέναμε από το μέγεθος των επιχειρήσεων, το μεγαλύτερο ποσοστό (σχεδόν οι μισές) είναι προσωπικές εταιρείες ενώ οι νομικές μορφές της ομώνυμης και ανώνυμης εταιρίας μοιράζονται εξίσου το άλλο μισό της κατανομής.

Πίνακας 3.6. Εκατοστιαία κατανομή των Επιχειρήσεων με τη Νομική τους Μορφή

Νομική Μορφή	Ηλεία	Αχαΐα	Αιτωλ/νία	Όλες
Προσωπική	48.0	50.0	63.8	53.5
Ο.Ε ή Ε.Ε	21.6	16.3	27.6	21.0
Ε.Π.Ε	3.9	6.7	4.3	5.3
Α.Ε	24.5	25.3	3.4	18.7

Συνεταιρισμός	0.0	0.0	0.9	0.3
Άλλο	2.0	1.7	0.0	1.3
Σύνολο (N)	102	178	116	396

### 3.5. Χαρακτηριστικά Ανθρώπινου και Επιχειρηματικού Δυναμικού

Στην παρουσίαση της διαδικασίας συσσώρευσης επιχειρηματικού και ανθρώπινου δυναμικού μπορούμε να υιοθετήσουμε μια δενδροειδή διαδικασία , όπως φαίνεται στο σχήμα 3.1. Το βασικό τμήμα της διαδικασίας συγκέντρωσης ανθρώπινου δυναμικού βρίσκεται μεταξύ των επίσημων και άτυπων διαδικασιών, με επίσημη αναφορά στη θεσμοποιημένη εκπαίδευση και κατάρτιση. Οι άτυπες διαδικασίες διαιρούνται περαιτέρω στις γνωστικές και μη γνωστικές διαδικασίες. Οι γνωστικές διαδικασίες αναφέρονται στο περιεκτικό ανθρώπινο δυναμικό που συσσωρεύεται μέσω της γνώσης που αποκτιέται από την επαγγελματική εμπειρία ή με τη διεύθυνση κάποιας άλλης επιχείρησης. Στις γνωστικές διαδικασίες ο επιχειρηματίας είναι ένα ενεργό μέρος εκμάθησης της διαδικασίας. Οι μη γνωστικές διαδικασίες αναφέρονται στο ανθρώπινο δυναμικό που είναι επίκτητο και συσσωρεύεται αυθόρμητα. Οι μη γνωστικές διαδικασίες εμφανίζονται όταν ο επιχειρηματίας είναι παθητικό μέρος στη διαδικασία συγκέντρωσης ανθρώπινου δυναμικού και λαμβάνει και αποθηκεύει τις πληροφορίες, τις εικόνες και την εμπειρία που θα χρησιμοποιηθούν στο μέλλον. Οι μη γνωστικές διαδικασίες πρέπει να αναζητηθούν στη ζωή του επιχειρηματία πριν εργασθεί και μπορούν να αναφερθούν στην ανατροφή του επιχειρηματία σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον με τουλάχιστον έναν από τους γονείς να είναι επιχειρηματίας, ή μπορούν να αναφερθούν στον επιχειρηματία που έχει μεγαλώσει στην περιοχή. Οι επίσημες διαδικασίες μπορούν να θεωρηθούν ότι έχουν προηγηθεί των επιχειρηματικών ικανοτήτων ενώ οι άτυπες διαδικασίες

είναι στόχοι και συμπεριφορά που οδηγούν στις επιχειρηματικές ικανότητες. Και οι επίσημες και άτυπες διαδικασίες συσσώρευσης ανθρώπινου δυναμικού βοηθούν τον επιχειρηματία στην επίτευξη των προτύπων ικανοτήτων σε ένα ευρύ φάσμα επιχειρηματικών λειτουργικών περιοχών όπως η χρηματοδότηση, η διαχείριση και το μάρκετινγκ. Η γραφική παράσταση 3.1 δεν στοχεύει να περιλάβει τις διαδικασίες που οδηγούν στη συσσώρευση του ανθρώπινου δυναμικού αλλά στοχεύει να παρουσιάσει μια ενδεικτική σειρά εργασιακών παραδειγμάτων.

Η λειτουργία και οι επιδράσεις των επίσημων διαδικασιών έχουν τεκμηριωθεί εκτενώς στη λογοτεχνία επιχειρησιακών οικονομικών και διαχείρισης και αναγνωρίζονται ευρέως ως κύριοι παράγοντες της μεμονωμένης, περιφερειακής και εθνικής ευημερίας (ΟΟΣΑ, 2001). Η εκπαίδευση και η κατάρτιση είναι σημαντικές επιχειρηματικές μεταβλητές που σχετίζονται με τη γνώση, τις δεξιότητες, το κίνητρο, την αυτοπεποίθηση και τη δυνατότητα να παρασχεθούν οι λύσεις σε βραχυπρόθεσμα και σε μακροπρόθεσμα ζητήματα επιχειρησιακού προγραμματισμού. Οι επίσημες διαδικασίες της συσσώρευσης ανθρώπινου δυναμικού στοχεύουν στην υποκίνηση της δημιουργικότητας, της περιέργειας, της ευρύτητας σκέψης και των καλών διαπροσωπικών δεξιοτήτων και όλες μαζί συμβάλλουν στη δυνατότητα για καινοτομία και επιχειρηματικό πνεύμα. Η βασική εκπαίδευση και η κατάρτιση δίνουν στον επιχειρηματία τεχνογνωσία όπως γνώση για τα γεγονότα, ‘know-why’ δηλαδή γνώση για τις αρχές και τους νόμους στη φύση, ανθρώπινο μυαλό και κοινωνία, τεχνογνωσία αναφερόμενη στην απόκτηση δεξιοτήτων και δυνατότητας να κάνει κάτι και ‘know-who’ αναφερόμενη στην κοινωνική δυνατότητα για συνεργασία και επικοινωνία με διαφορετικά είδη ανθρώπων και εμπειρογνομόνων, ιδρυμάτων και οργανώσεων (Lundvall & Johnson, 1994).



Η επαγγελματική εμπειρία βρίσκεται στα όρια των επίσημων και άτυπων διαδικασιών δεδομένου ότι μπορεί να εμφανιστεί ως υποχρεωτικό συστατικό στη βασική εκπαίδευση ή σε ένα εκπαιδευτικό μάθημα ή ως ανεξάρτητη δραστηριότητα. Η εμπειρία μπορεί να είναι είτε άμεση (ρητή) είτε άρρητη. Η πρώτη είναι αποτέλεσμα της συμμετοχής του ατόμου στο ξεκίνημα μιας άλλης επιχείρησης ενώ η δεύτερη υποδηλώνει εργασία για έναν άλλο εργοδότη ή την οικογενειακή επιχείρηση. Η εμπειρία μπορεί να λάβει μορφή βιομηχανική, διευθυντική και επιχειρηματική. Η βιομηχανική εμπειρία σε μια σχετική εργασία ορίζει τα πλεονεκτήματα του επιχειρηματία λόγω απλής γνώσης προϊόντων, παραγόντων παραγωγής και μεθόδων παραγωγής, γνώσης των συγκεκριμένων κανονισμών βιομηχανίας, των σχέσεων εργασίας, των σχέσεων πελατών και προμηθευτών και ενός μεταβλητού βαθμού δικτύου σε προμηθευτές/ πελάτες/ δανειοδότες καθώς επίσης και λόγω της δυνατότητας αναγνώρισης των προκλήσεων και της αξιολόγησης και ρύθμισης του κίνδυνου. Η προηγούμενη εμπειρία σε μια επιχείρηση διαφορετική από την τρέχουσα μπορεί να μην αυξήσει τα οφέλη της επιχείρησης από εμπειρίες που αποκτήθηκαν σε μια επιχείρηση παρόμοια με την τρέχουσα. Εντούτοις, απονέμει στον επιχειρηματία την αποκαλούμενη ‘ομοιότητα στόχου’ που αφορά τις δεξιότητες, τη γνώση, τη διαχείριση και τις γενικές δυνατότητες (Chandler & Hanks, 1991).

Η διευθυντική εμπειρία αναφέρεται στην εμπειρία που αποκτιέται με τη διεύθυνση μιας επιχείρησης ενώ η επιχειρηματική εμπειρία αναφέρεται στην εμπειρία που αποκτιέται με την καθιέρωση και τη διεύθυνση μιας επιχείρησης. Εντούτοις, στις πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις της περιφέρειας, ο επιχειρηματίας είναι συνήθως ο ιδιοκτήτης-διευθυντής της εταιρίας και έτσι δεν υπάρχει καμία ουσιαστική διάκριση μεταξύ της διευθυντικής και επιχειρηματικής εμπειρίας. Η δημιουργία μιας καινούριας επιχείρησης είναι ένα κρίσιμο γεγονός στη ζωή του παρόντος διευθυντή-ιδιοκτήτη, δεδομένου ότι ρίχνει το φως στην

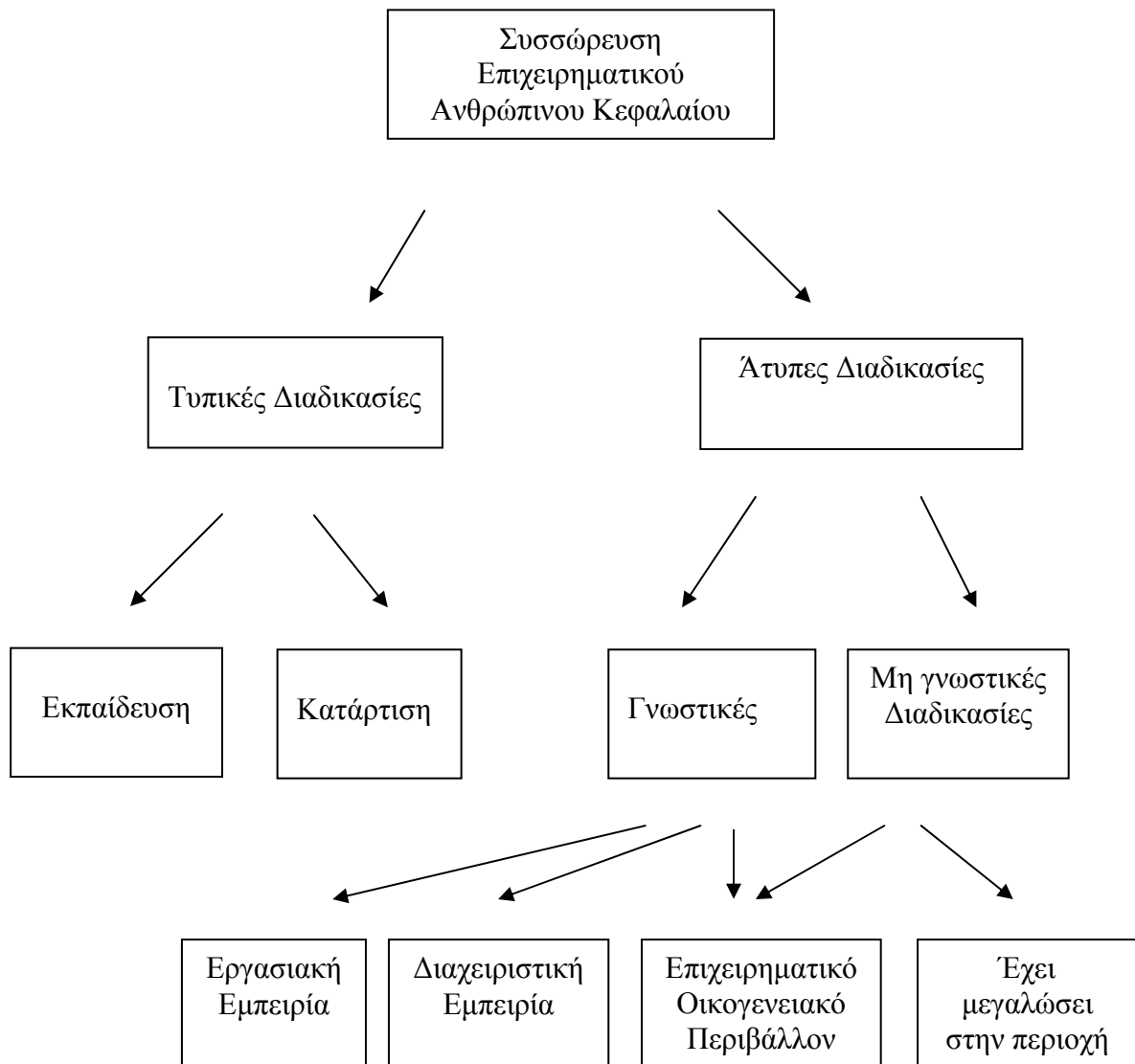
αποκαλούμενη ‘επιχειρηματική εκμάθηση’. Μια τέτοια εμπειρία βοηθά το άτομο στην αρχή μιας νέας επιχείρησης δεδομένου ότι γνωρίζει τους κινδύνους και τα προβλήματα που θα αντιμετωπίσει μόλις καθιερωθεί η νέα επιχείρηση ενώ τα προηγούμενα λάθη που μπορεί να είχαν οδηγήσει την παλαιότερη επιχείρηση στην αποτυχία είναι ένα πολύτιμο μάθημα που καθιστά τον επιχειρηματία πιο αποκατάληπτο και λιγότερο αφελή. Κάποιος μπορεί να υποστηρίξει ότι η εμπειρία στις προγενέστερες επιχειρήσεις περιέχει τη γλυκιά προτίμηση της ανεξαρτησίας, της δημιουργικότητας, της δυνατότητας για καινοτομίες, του ελέγχου και της ηγεσίας ενώ το αντίθετο επιχείρημα υποστηρίζει ότι η περάτωση των προγενέστερων επιχειρήσεων δίνει στον επιχειρηματία το στίγμα ‘της αποτυχίας’ και δεν διευκολύνει μια καινούρια προσπάθεια.

Το επιχειρηματικό οικογενειακό περιβάλλον διευκολύνει και τις γνωστικές και τις μη γνωστικές διαδικασίες συσσώρευσης ανθρώπινου δυναμικού .Μπορεί να χρησιμεύσει ως μια θέση συνειδητών διαδικασιών μέσω της επαγγελματικής εμπειρίας και της συμμετοχής στη λήψη οικογενειακών αποφάσεων ή ασυναίσθητα να χρησιμοποιήσει πληροφορίες και εικόνες κάποια στιγμή και όταν απαιτείται. Κατά συνέπεια, οι επιχειρηματίες που μεγαλώνουν σε ένα επιχειρηματικό οικογενειακό υπόβαθρο γνωρίζουν τις προκλήσεις που θα έρθουν και προετοιμάζονται καλύτερα για να επιδιώξουν και να δώσουν λύσεις στα προβλήματα που θα προκύψουν. Εντούτοις, οι σημαντικότερες συνεισφορές του επιχειρηματικού οικογενειακού υποβάθρου στις ικανότητες του επιχειρηματία βρίσκονται στην παροχή πρόσβασης και αξιοποίησης άτυπων και επίσημων δικτύων προμηθευτών, πελατών και κεφαλαιοκρατών της επιχείρησης .

Το χαρακτηριστικό γνώρισμα του επιχειρηματικού οικογενειακού υποβάθρου μαζί με τη μη γνωστική διαδικασία της συσσώρευσης ανθρώπινου δυναμικού που εμφανίζεται όταν ο

επιχειρηματίας έχει μεγαλώσει στην περιοχή, συνδέεται άμεσα με τη δημιουργία του επιχειρηματικού πνεύματος ως ενσωματωμένη κοινωνικοοικονομική διαδικασία. Το Embeddedness στην κοινωνική δομή δημιουργεί επιχειρηματικές ευκαιρίες και βελτιώνει την απόδοση (Jack & Anderson, 2002). Η έρευνα του Fukuyama (1995) για τις σχέσεις του κοινωνικού κεφαλαίου με την οικονομική ανάπτυξη έδειξε ότι η οικονομική ευημερία μπορεί να εξηγηθεί κατά 80% από οικονομικά ορθολογική συμπεριφορά. Το υπόλοιπο 20%, εξηγείται από το ρόλο του κοινωνικού κεφαλαίου που βασίζεται στην ανάγκη των ανθρώπων για μέτρα και κανόνες που τους δεσμεύει με τους άλλους. Στην εργασία του Fukuyama όπου το κοινωνικό κεφάλαιο ως εμπιστοσύνη μειώνει τις δαπάνες συναλλαγής, έχουν παρασχεθεί ήδη τα εμπειρικά στοιχεία που υποδεικνύουν τη σημασία των αδύνατων δεσμών, δηλ., των σχέσεων βασισμένων στην οικογένεια, ή/και τη φιλία και την εμπιστοσύνη, για την ανάπτυξη των μικρών επιχειρήσεων (Bröderl & Preisendörfer, 1998; Donckels & Lambrecht, 1995). Κατά συνέπεια, η συνταύτιση ενός επιχειρηματία με την κοινωνική δομή επηρεάζεται σημαντικά εάν έχει ανατραφεί σε ένα επιχειρηματικό οικογενειακό περιβάλλον και, σε μια μικρότερη έκταση, εάν έχει μεγαλώσει στην περιοχή. Η προαναφερθείσα ανάλυση αναφέρεται στις διαδικασίες που συμβάλλουν στη συσσώρευση επιχειρηματικού κεφαλαίου και όχι στο είδος γνώσης που αποκτιέται μέσω αυτού. Ο Johnson et al, (2002) υποστηρίζουν ότι η προσωπική, και επιχειρηματική- επίσης, γνώση αποτελείται από τέσσερις ευδιάκριτους τύπους γνώσεων, συγκεκριμένα, ` ξέρω-ποιος `, ` ξέρω-γιατί`, ` τεχνογνωσία `, και ` ξέρω-που`.

Γράφημα 3.1. Οι Διαδικασίες Συσσώρευσης του Ανθρώπινου Κεφαλαίου



Τέλος, το ‘know-who’ αναφέρεται στη γνώση για το ποιος ξέρει τι και ποιος ξέρει τι να κάνει και επειδή περιλαμβάνει την κοινωνική δυνατότητα να συνεργαστεί και να επικοινωνήσει με τα διαφορετικά είδη ανθρώπων και εμπειρογνομόνων είναι ιδιαίτερα εξαρτώμενο από το περιβάλλον και βασισμένο στο κοινωνικό κεφάλαιο στα πλαίσια της εμπιστοσύνης και των δικτύων.

Σε ένα άλλο πλαίσιο, ο Storper ( 1997,) αναφέρεται στην εκμάθηση των οικονομιών ως σύνολο ανταγωνιστικών δυνατοτήτων, αυτοπαθές στη φύση, που δημιουργήθηκαν από τις νέες ικανότητες της κεφαλαιοκρατίας, καθώς επίσης και στους κινδύνους ή στους περιορισμούς που κατασκευάζονται με την αυτοπαθή εκμάθηση των άλλων. Σε αυτό, οι οικονομίες εκμάθησης είναι βασισμένες στην κοσμοπολίτικη/ παγκόσμια και μη-κοσμοπολίτικη γνώση. Η παγκόσμια γνώση είναι η γνώση που είναι προσιτή σε μια ιδιαίτερα αναπαραγωγική μορφή και είναι βασισμένη στην κωδικοποίηση και την τυποποίηση που, στη συνέχεια, επιτρέπει τη μίμηση και τη διάχυση. Η μη-κοσμοπολίτικη γνώση είναι η γνώση που είναι ενσωματωμένη σε συγκεκριμένες σχέσεις ή πολιτισμούς, οι οποίοι επιτρέπουν στα μέλη τους να έχουν πρόσβαση ή να ερμηνεύουν τη γνώση και τις πληροφορίες ή να την χρησιμοποιούν με έναν χρήσιμο τρόπο (Storper, 1997) ένα είδος γνώσης που, υπό κάποια έννοια, θα συνέπιπτε με την άρρητη γνώση. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι, η μη-κοσμοπολίτικη γνώση σε αντιδιαστολή με την κοσμοπολίτικη γνώση προκαλεί την αύξηση της μη τυποποίησης και την ποικιλία ενάντια στην τυποποίηση και γενικός, τη δημιουργία της ασυμμετρικής γνώσης ενάντια στη διάχυση και τη μη-κωδικοποίηση ενάντια στην κωδικοποίηση. Η κοσμοπολίτικη και μη-κοσμοπολίτικη γνώση επιτρέπει στους επιχειρηματίες να αντιληφθούν, να ερμηνεύουν και να χρησιμοποιούν πληροφορίες και

συνθήκες στις συναλλαγές με άλλους οικονομικούς και κοινωνικούς φορείς. Οι συνθήκες περιλαμβάνουν τις δεδομένες αμοιβαίες προσδοκίες, τις ρουτίνες, και τις πρακτικές, που φανερώνονται μερικές φορές ως επίσημα ιδρύματα και κανόνες αλλά συχνά όχι (Storper & Salais, 1997). Στο πλαίσιο που παρουσιάζεται ανωτέρω, οι επίσημες διαδικασίες της συσσώρευσης επιχειρηματικού κεφαλαίου είναι, σε μεγάλο βαθμό, η απόκτηση υψηλά κωδικοποιημένων και ως εκ τούτου μη-πολιτισμικά-εξαρτώμενων, κοσμοπολίτικων επιστημονικών ή επαγγελματικών γνώσεων. Αφ' ετέρου, οι άτυπες διαδικασίες της συσσώρευσης επιχειρηματικού κεφαλαίου αναφέρονται στην απόκτηση και της κοσμοπολίτικης και μη-κοσμοπολίτικης γνώσης, αλλά, είναι οι μόνες που οδηγούν στην εδαφικά συγκεκριμένη και ιδιοσυγκρασιακή εκμάθηση των τοπικών συνθηκών.

Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών δεν διαφοροποιούνται σημαντικά ανάμεσα στις τρεις περιοχές έρευνας εκτός από τη συμμετοχή των γυναικών στις επιχειρήσεις. Η συμμετοχή των γυναικών στην επιχειρηματικότητα αγγίζει το 30% στην Αχαΐα ενώ είναι γύρω στο 14% και 17.7% στην Αιτωλοακαρνανία και Ηλεία αντίστοιχα. Βέβαια, θα πρέπει να επισημάνει κανείς ότι πολλές φορές η ιδιοκτησία μιας επιχείρησης εγγράφεται στο όνομα της συζύγου διότι ο σύζυγος δεν έχει δικαίωμα να διατηρεί επιχείρηση (λόγω εργασίας στο δημόσιο, χρεών, κ.λ.π). Στην περίπτωση των ερευνών για την παρούσα εργασία έχουμε αποκλείσει αυτό το ενδεχόμενο λόγω του ότι οι συνεντεύξεις γίνονταν με τον ιδιοκτήτη της επιχείρησης και έτσι κάποια γυναίκα που θα εξυπηρετούσε απλά θεσμικούς κανόνες (εγγραφή σε μητρώα επιμελητηρίων, εφορία, κ.λ.π) δεν θα ήταν σε θέση να απαντήσει στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου ούτε και να παράσχει τα στοιχεία που ζητήθηκαν. Συνεπώς, λαμβάνοντας υπόψη ότι τα ποσοστά είναι αρκετά κοντά στην πραγματικότητα, θα πρέπει να αναζητηθούν οι λόγοι της σημαντικής συμμετοχής των

γυναικών στην επιχειρηματικότητα στο νομό Αχαΐας σε σχέση με τους άλλους δύο νομούς της έρευνας.

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα εμφανίζεται αυξημένη στα αστικά κέντρα σε σχέση με τις περιοχές της υπαίθρου και ένας λόγος για την πραγματικά υψηλή συμμετοχή των γυναικών στην επιχειρηματικότητα της Αχαΐας θα πρέπει να δικαιολογηθεί από τη επιρροή του μεγάλου αστικού κέντρου της Πάτρας στην Αχαΐα που είναι μεγαλύτερο, σε όρους μεγέθους από τα αντίστοιχα του Πύργου της Αμαλιάδας, του Αγρινίου και Μεσολογγίου, αλλά επίσης το μέγεθός του ασκεί και μία κοινωνική επιρροή στις παραδοσιακές αντιλήψεις που θέλουν την γυναίκα να μην εμπλέκεται με την επιχειρηματικότητα. Το ποσοστό των παντρεμένων επιχειρηματιών κυμαίνεται από 67.5% στην Αιτωλοακαρνανία μέχρι 75% στην Ηλεία. Ενώ για αυτούς που έχουν παιδιά ο μέσος αριθμός παιδιών κυμαίνεται από 1.95 στην Ηλεία μέχρι 2.25 στην Αιτωλοακαρνανία. Τέλος, ο μέσος όρος της ηλικίας των επιχειρηματιών είναι γύρω στα 43 χρόνια στην Ηλεία και την Αιτωλοακαρνανία αντίστοιχα και 45 χρόνια στην Αχαΐα.

Ο πίνακας 3.7 δείχνει τις τυπικές διαδικασίες συσσώρευσης επιχειρηματικού δυναμικού στις τρεις περιοχές έρευνας. Το υψηλότερα εκπαιδευμένο επιχειρηματικό δυναμικό το βρίσκουμε στο νομό Αχαΐας με ένα ποσοστό περίπου 30% αποφοίτων πανεπιστημίου και συγχρόνως μόνο αθροιστικά 12% των επιχειρηματιών έχουν την βασική εκπαίδευση (δημοτικό και γυμνάσιο). Αυτή η διαφοροποίηση θα πρέπει να αναζητηθεί στην ύπαρξη και μακρόχρονη λειτουργία του Πανεπιστημίου Πατρών το οποίο παράγει εκπαιδευμένο δυναμικό υψηλής ποιότητας που προέρχεται από την ευρύτερη περιοχή της Δυτικής Ελλάδας ή, που μετά το τέλος των σπουδών του, παραμένει στην περιοχή και ξεκινά τη δική του επιχείρηση. Είναι

σημαντικό επίσης να σημειώσουμε ότι η ύπαρξη του Πανεπιστημίου Πατρών έχει και ευρύτερες επιπτώσεις στην ύπαρξη και εύρεση από τις επιχειρήσεις ανθρώπινου δυναμικού για την στελέχωση της επιχείρησης. Τέλος, όπως δείχνεται πάλι στον πίνακα 3.7 η Αχαΐα έχει το μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρηματιών που έχουν παρακολουθήσει σεμινάρια. Πάνω από τους μισούς επιχειρηματίες της Αχαΐας έχουν καταρτισθεί μέσα από τον θεσμό της κατάρτισης ή της συνεχιζόμενης εκπαίδευσης ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά είναι σχεδόν 46% για την Ηλεία και μόνον 33% για την Αιτωλοακαρνανία. Αυτό το εύρημα θα πρέπει επίσης να αποδοθεί στην ύπαρξη και λειτουργία του Πανεπιστημίου Πατρών.

Πίνακας 3.7. Τυπικές Διαδικασίες Συσσώρευσης Επιχειρηματικού Δυναμικού (%)

Ποσοστό Επιχειρηματιών που Πήγε Μόνο:	Ηλεία	Αχαΐα	Αιτωλ/νία	Όλες
Δημοτικό	6.9	5.1	1.8	4.6
Γυμνάσιο	9.8	6.9	28.9	14.1
Λύκειο	37.3	36.6	47.4	39.9
Πανεπιστήμιο	23.5	29.7	17.5	24.6
Μεταπτυχιακοί Τίτλοι	4.9	4.6	0.0	3.3
Ιδιωτική/ Δημόσια Μεταλυκ. Εκπαίδευση	17.6	17.1	4.4	13.6
Σύνολο (N)	102	175	114	391
Σεμινάρια				
Ναι	45.7	52.6	33.3	48.2
Όχι	54.3	47.4	66.7	51.8
Σύνολο (N)	92	133	92	249



Ο πίνακας 3.8 δείχνει τις άτυπες διαδικασίες συσσώρευσης του ανθρώπινου δυναμικού. Αυτό που θα ονομάζαμε διευθυντική εμπειρία, δηλαδή ο επιχειρηματίας να είχε την ευθύνη μιας άλλης επιχείρησης πριν τη δημιουργία της επιχείρησης που έχει τώρα είναι σημαντικά υψηλό σε όλες τις περιοχές έρευνας με προεξάρχουσα την Αχαΐα. Αθροιστικά, σχεδόν 35% των επιχειρηματιών στην Αχαΐα είχαν την ευθύνη διοίκησης άλλης εταιρείας ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά στην Ηλεία και Αιτωλοακαρνανία είναι 21.5% και 23%. Προφανώς οι επιχειρηματίες είχαν τη δική τους επιχείρηση η οποία για κάποιους λόγους που δεν μπορούσαν να εγερθούν στα πλαίσια αυτής της έρευνας, έκλεισαν ή άλλαξαν μορφή και οι επιχειρηματίες συνεχίζουν τη δραστηριότητά τους με την παρούσα επιχείρηση. Αυτό αναδεικνύει τη σημασία που έχει η ομαλή μετάβαση από τη μία επιχείρηση στην άλλη και η αποφυγή ‘στιγματισμού’ των επιχειρηματιών εκείνων που για κάποιους λόγους αναγκάζονται να κλείσουν τις επιχειρήσεις τους και να ξεκινήσουν νέες δραστηριότητες.

Επίσης, αθροιστικά, σχεδόν 37% των επιχειρηματιών έχουν εργασιακή εμπειρία σε επιχειρήσεις των περιοχών έρευνας ή αλλού. Στο σημείο αυτό θα σημειώσουμε το πολύ υψηλό ποσοστό επιχειρηματιών που έχει εργασιακή εμπειρία από επιχειρήσεις εγκαταστημένες εκτός περιοχής στην Αιτωλοακαρνανία. Περίπου ένας στους πέντε σημερινούς επιχειρηματίες εργαζόταν σε επιχείρηση εκτός περιοχής έρευνας πριν ξεκινήσει τη δικιά του επιχείρηση (τα αντίστοιχα ποσοστά της Αχαΐας και Ηλείας είναι 14% και 13.7%). Αυτό σημαίνει, και δεδομένου ότι το ποσοστό των επιχειρηματιών που έχουν γεννηθεί στην Αιτωλοακαρνανία είναι υψηλό (σχεδόν 83%), ότι στην επιχειρηματική ζωή της Αιτωλοακαρνανίας παρατηρείται μία τάση αντιστροφής της διαδικασίας μετανάστευσης του επιχειρηματικού δυναμικού στα μεγάλα αστικά κέντρα (Αθήνας και Πάτρας) και

επανάκαμψη του επιχειρηματικού δυναμικού στην Αιτωλοακαρνανία, αφού φυσικά έχει συσσωρευση εργασιακή εμπειρία αλλού.

Τέλος, από τον πίνακα 3.8 θα πρέπει επίσης να σημειώσουμε το υψηλό ποσοστό επιχειρηματιών που προέρχονται από την περιοχή Αιτωλοακαρνανίας (σχεδόν 83%) σε σχέση με τις περιοχές Αχαΐας (σχεδόν 63%) και Ηλείας (σχεδόν 67%). Αυτό το εύρημα θα πρέπει να εξηγηθεί από την ύπαρξη των μεγάλων αστικών κέντρων στις περιοχές Αχαΐας και Ηλείας και συγχρόνως από την προσβασιμότητα των περιοχών αυτών σε σχέση με την Αθήνα και φυσικά τη λειτουργία του Πανεπιστημίου της Πάτρας. Οι περιοχές Αχαΐας και Ηλείας είναι σαφώς πιο ελκυστικές για την εγκατάσταση επιχειρηματιών που δεν προέρχονται από την περιοχή και αυτό θα πρέπει να αποδοθεί σε ένα σύμπλοκο παραγόντων που περιλαμβάνουν φυσικά την ύπαρξη πολλών και διαφοροποιημένων επιχειρηματικών ευκαιριών αλλά και την ποιότητα ζωής (αστικά κέντρα, προσβασιμότητα).

Το κοινωνικό κεφάλαιο στις περιοχές έρευνας διαφοροποιείται σημαντικά μόνο ως προς την περιοχή της Ηλείας όπου φαίνεται ότι η συμμετοχή των επιχειρηματιών σε γενικότερα κοινωνικά και άτυπα δίκτυα είναι πολύ μικρότερη από τις άλλες δύο περιοχές. Συγχρόνως, η συμμετοχή των επιχειρηματιών της Ηλείας σε θεσμικά επιχειρηματικά δίκτυα όπως τα επιμελητήρια είναι κατά πολύ υψηλότερη από τις άλλες δύο περιοχές έρευνας.

Πίνακας 3.8. Άτυπες Διαδικασίες Συσσώρευσης Επιχειρηματικού Δυναμικού

Ποσοστό Επιχειρηματιών που:	Ηλεία	Αχαΐα	Αιτωλ/νία	Όλες
Είχε την ευθύνη άλλης επιχείρησης στην περιοχή	12.75	21.23	18.97	18.39
Είχε την ευθύνη άλλης επιχείρησης σε άλλη περιοχή	8.82	12.85	4.31	9.32
Εργαζόταν σε άλλη επιχείρηση στην περιοχή	18.63	22.91	36.21	25.69
Εργαζόταν σε άλλη επιχείρηση σε άλλη περιοχή	13.73	14.04	21.55	16.16
Τουλάχιστον ένας από τους γονείς είχε δικιά του επιχείρηση. Εδώ	24.51	21.79	30.17	24.94
Τουλάχιστον ένας από τους γονείς είχε δικιά του επιχείρηση. Αλλού	5.88	3.35	6.03	4.79
Γεννήθηκαν και μεγάλωσα εδώ	66.67	63.13	82.76	69.77

Πίνακας 3.9. Κοινωνικό Κεφάλαιο και Επιχειρηματίες

Κοινωνικό Κεφάλαιο	Ηλεία	Αχαΐα	Αιτωλ/νία	Όλες
Μέλος σε αθλητικές ενώσεις	8.82	17.32	15.52	14.61
Μέλος πολιτιστικών συλλόγων	4.90	12.85	12.93	10.83
Συμμετοχή στην τοπική αυτοδιοίκηση	8.82	15.64	10.34	12.34
Μέλος επιμελητηρίων	83.33	56.42	61.21	64.74

## 4. Επιχειρηματικά Δίκτυα

### 4.1 Θεωρητικό Πλαίσιο

Ένα δίκτυο είναι μια σύνθεση στην οποία διάφοροι κόμβοι συνδέονται με συγκεκριμένα νήματα (Hakansson & Ford, 2002). Τόσο τα νήματα όσο και οι κόμβοι είναι πλούσιοι σε πόρους, γνώση και κατανόηση ως αποτέλεσμα των σύνθετων αλληλεπιδράσεων, των προσαρμογών και των επενδύσεων μέσα και μεταξύ των εταίρων του δικτύου κατά τη διάρκεια του χρόνου. Η επιχειρηματική δικτύωση είναι επίσης μια κοινωνική δομή, η οποία υφίσταται όταν το άτομο κατανοεί και χρησιμοποιεί ένα δίκτυο (Johannisson, 1995; Monsted, 1995; Chell & Baines, 2000). Άλλοι ορισμοί των επιχειρηματικών δικτύων και της δικτύωσης τείνουν να εστιάζουν στο ζήτημα των σχέσεων που δημιουργούνται μεταξύ των επιχειρήσεων. Υπό αυτή την έννοια, τα επιχειρηματικά δίκτυα ορίζονται ως «ένα ενθικευμένο και συντονισμένο σύνολο τρεχουσών οικονομικών και μη-οικονομικών σχέσεων που ενσωματώνονται μέσα, μεταξύ και εκτός των επιχειρήσεων» (Yeung, 1994). Διάφοροι ερευνητές (Aldrich et al, 1987,1989; Sanders & Nee, 1996) υποστηρίζουν ότι τα δίκτυα και το σχετικό ‘περιβάλλον’ (πόροι, δράσεις, υποστήριξη) είναι χρήσιμα για τις πρωτοεμφανιζόμενες εταιρίες και κατά συνέπεια τα κοινωνικά δίκτυα παρακινούν το επιχειρηματικό πνεύμα.

Αναγνωρίζεται ότι ειδικά οι ΜΜΕ, που είναι η κυρίαρχη μορφή επιχείρησης στις αγροτικές και απομακρυσμένες περιοχές, μπορούν να υπερνικήσουν μερικά από τα υποτιθέμενα μειονεκτήματα του περιορισμένου μεγέθους, μέσω της πρόσβασης και της χρήσης των εξωτερικών πόρων στο δίκτυο (Havnes & Senneseth, 2001). Διάφορες μελέτες δείχνουν ότι οι

έντονα δικτυωμένες μικρές επιχειρήσεις ξεπερνούν άλλες μικρές επιχειρήσεις (Ostgaard & Birley, 1996; Barkham et al, 1996), και διευκολύνουν την ανάπτυξη τους σε ξένες αγορές (Johnsen & Johnsen, 1999) και την καινοτομία (Dickson & Hadjimanolis, 1998; Freel, 2000). Κατά συνέπεια, η δικτύωση μπορεί να εξυπηρετεί ή να στηρίζει τους μακροπρόθεσμους ή στρατηγικούς στόχους μιας επιχείρησης. Αντιθέτως, άλλες μελέτες έχουν αποτύχει να αποκαλύψουν οποιαδήποτε σχέση μεταξύ των χαρακτηριστικών δικτύωσης και της επίδοσης των επιχειρήσεων (Johannisson, 1995).

Οι Havnes και Senneseth (2001) προτείνουν ότι η δικτύωση δεν συνδέεται άμεσα με την υψηλή αύξηση της απασχόλησης ή των συνολικών πωλήσεων, αλλά υπάρχουν στοιχεία που συνηγορούν στο ότι η δικτύωση επηρεάζει την γεωγραφική εμβέλεια των αγορών μιας επιχείρησης. Η δικτύωση είναι πολύ υψηλή μεταξύ των επιχειρήσεων και στις δύο περιοχές μελέτης. Ένα πολύ σημαντικό ποσοστό των επιχειρήσεων (93.3%) αναγνωρίζει ότι η σημαντικότερη αξία των προμηθειών τους προέρχεται από τις επιχειρήσεις με τις οποίες έχουν συχνή επιχειρησιακή συναλλαγή χωρίς σημαντική διαφοροποίηση μεταξύ των επιχειρήσεων στις περιοχές Α ή Β. Ένα αρκετά σημαντικό ποσοστό των επιχειρήσεων αναγνωρίζει επίσης αύξηση των δικτύων των πελατών, των δικτύων επιχειρηματικής χρηματοδότησης και των δικτύων επιχειρηματικών πληροφοριών και βοήθειας.

Οι άτυπες ή ανεπίσημες επιχειρηματικές αλληλεπιδράσεις είναι βασισμένες στην εμπιστοσύνη, τη φιλία ή τις οικογενειακές σχέσεις. Η αποκαλούμενη ‘προοπτική προσωπικών δικτύων’, εστιάζει σε μια επιχειρηματικότητα, η οποία είναι ενθικευμένη σε ένα κοινωνικό πλαίσιο, και διοχετεύεται, διευκολύνεται, περιορίζεται ή εμποδίζεται από τις θέσεις των ανθρώπων στα κοινωνικά δίκτυα (Aldrich & Zimmer, 1986). Τα προσωπικά δίκτυα

θεωρούνται κεντρικά κανάλια για την πρόσβαση σε πληροφορίες που είναι συχνά χρήσιμες, αποκλειστικές και πολύτιμες, καθότι μπορεί να προέλθουν από απομακρυσμένα και διαφορετικά μέρη του κοινωνικού συστήματος (Granovetter, 1974,1983). Οι διαρκείς προσωπικές σχέσεις μετατρέπουν την εμπιστοσύνη και την ασύμμετρη ισχύ σε προτερήματα (αποκλειστικότητα πληροφοριών κ.τ.λ) (Kalantaridis, 1996). Το οικογενειακό δίκτυο είναι ένα ειδικό παράδειγμα ενός κοινωνικού δικτύου που είναι μεγάλης σπουδαιότητας στην περιφέρεια (πρόσληψη οικογενειακών μελών, παροχή συναισθηματικής υποστήριξης) (Bröderl & Preisendorfer, 1998). Αντίθετα, τα επίσημα δίκτυα αποτελούνται από επιχειρηματίες, τράπεζες, λογιστές, πιστωτές, νομικούς αντιπροσώπους και εμπορικές ενώσεις (Littunen, 2000a).

Ένα άλλο σημαντικό χαρακτηριστικό γνώρισμα των απομακρυσμένων και αγροτικών επιχειρησιακών δικτύων είναι η χωρική επέκτασή τους. Η ορολογία των κάθετων και οριζόντιων δικτύων χρησιμοποιείται στα οικονομικά των επιχειρήσεων για να προσδιορίσει τα δίκτυα που συνδέουν τις επιχειρήσεις στα διαφορετικά στάδια της αλυσίδας παραγωγής (κάθετοι σύνδεσμοι) και στο ίδιο στάδιο της παραγωγής (οριζόντιοι σύνδεσμοι). Η πρώτη προσπάθεια να καθοριστούν οι ίδιοι όροι κάτω από μια χωρική προοπτική εμφανίζεται αρχικά στον Murdoch (2000), ο οποίος αναφέρεται στα κάθετα δίκτυα ως δίκτυα που συνδέουν τον αγροτικό χώρο στον αγροτροφικό τομέα και στα οριζόντια δίκτυα ως δίκτυα που συνδέουν τον αγροτικό χώρο σε γενικότερες και μη γεωργικές διαδικασίες της οικονομικής αλλαγής. Αυτό είναι μια σαφής χωρική-τομεακή άποψη της λειτουργίας δικτύων με μια προφανή εστίαση στον αγροτροφικό τομέα. Η έννοια του δικτύου σαν ένα νέο παράδειγμα της αγροτικής ανάπτυξης, έχει επαναπροσδιοριστεί και προσαρμοστεί σε ένα πλαίσιο πολιτισμικής οικονομίας . Σύμφωνα με την Kneafsey et al, (2001), τα κάθετα δίκτυα

επιτρέπουν στις τοπικές επιχειρήσεις να προχωρήσουν σε συμμαχίες με καταναλωτές, προμηθευτές, διανομείς, ή λιανοπωλητές χωροθετημένους εντός περιφέρειας. Από την άλλη, τα οριζόντια δίκτυα υποστηρίζουν σχέσεις με τοπικούς παραγωγούς, όργανα, και καταναλωτές. Τα δίκτυα προϊόντων είναι μια ειδική παραλλαγή των επιχειρηματικών δικτύων και ενσωματώνουν κάθετες και οριζόντιες διαστάσεις της διακίνησης προϊόντων, υπερνικώντας προβλήματα σχετικά με τις αλυσίδες και τα κυκλώματα προσφοράς (Whatmore & Thorne, 1997; Murdoch, 2000; O’Neil & Whatmore, 2000) και επομένως μπορούν να αποτελέσουν μια συγχώνευση ιδεών που σχετίζονται με αλυσίδες προϊόντων και γεωγραφίες κατανάλωσης (Crewe, 2000; Hughes, 2000).

#### *4.2 Επιχειρηματικά Δίκτυα*

Στο σημείο αυτό θα εξετάσουμε την διαμόρφωση των επιχειρηματικών δικτύων στις τρεις περιοχές έρευνας. Στον πίνακα 4.1 φαίνεται ότι σε όλες τις περιοχές οι επιχειρήσεις έχουν πρόσβαση σε δίκτυα προμηθευτών σε ποσοστό μεγαλύτερο του 90%. Η πρόσβαση σε δίκτυα πελατών όμως διαφοροποιείται σημαντικά ανάμεσα στις περιοχές έρευνας. Οι επιχειρήσεις στο νομό Αιτωλοακαρνανίας έχουν τη μικρότερη πρόσβαση σε δίκτυα πελατών και είναι εμφανές ότι περισσότερες από τις μισές αναζητούν πελάτες τυχαία και το πελατολόγιό τους αλλάζει διαρκώς. Το αντίστοιχο ποσοστό στην Ηλεία είναι πολύ υψηλό και αγγίζει το 90%. Οι επιχειρήσεις του νομού Αχαΐας έχουν πολύ υψηλό ποσοστό πρόσβασης σε χρηματοδοτήσεις μέσω ενός χρηματοδοτικού δικτύου. Λόγω μεγέθους αγοράς θα περίμενε κανείς ότι το αντίστοιχο ποσοστό στους νομούς Ηλείας και Αιτωλοακαρνανίας θα ήταν σημαντικά μικρότερο, πράγμα που δεν ισχύει για την Αιτωλοακαρνανία. Προφανώς η απομόνωση του νομού από την Πάτρα έχει οδηγήσει στην ανάπτυξη τοπικών

χρηματοδοτικών δικτύων. Τέλος, σε όλες τις περιοχές έρευνας ένα ποσοστό γύρω στο 70% των επιχειρήσεων αναζητά συμβουλές και πληροφορίες από ένα δίκτυο συμβούλων.

Πίνακας 4.1. Πρόσβαση σε Δίκτυα από τις Επιχειρήσεις στις Περιοχές Έρευνας.

% Επιχειρηματιών με Πρόσβαση σε Δίκτυο:	Ηλεία	Αχαΐα	Αιτωλ/νία	Όλες
Προμηθευτών	90.0 (100)	92.7 (124)	91.3 (115)	91.4 (339)
Πελατών	89.1 (101)	76.3 (135)	46.1 (115)	70.1 (351)
Χρηματοδοτήσεων	44.8 (96)	80.2 (121)	80.0 (115)	69.9 (332)
Επιχειρηματικών Συμβουλών-Πληροφοριών	68.0 (97)	74.6 (110)	68.7 (115)	70.5 (322)

Οι αριθμοί στην παρένθεση δείχνουν το μέγεθος του δείγματος πάνω στο οποίο υπολογίστηκαν τα αντίστοιχα ποσοστά. Η διαφορά με το αρχικό δείγμα οφείλεται σε χαμένες παρατηρήσεις.

Στον πίνακα 4.2 φαίνεται το ποσοστό των συναλλαγών που έχουν οι επιχειρήσεις με άλλες τοπικές επιχειρήσεις για προμήθεια εισροών, πώληση προϊόντων ή υπηρεσιών, εξεύρεση κεφαλαίων και αναζήτηση τεχνικο-οικονομικών συμβουλών. Το ποσοστό της αξίας των εισροών από επιχειρήσεις εγκαταστημένες στη περιοχή μελέτης είναι μεταξύ 45% και 47%, χωρίς αξιοσημείωτες διαφοροποιήσεις ανάμεσα στους τρεις νομούς. Το ποσοστό όμως της αξίας των πωλήσεων σε τοπικές αγορές είναι πολύ υψηλό στους νομούς Ηλείας και Αιτωλοακαρνανίας δείχνοντας μια επιχειρηματική εσωστρέφεια ενώ στην περίπτωση της Αχαΐας ένα μέσο ποσοστό πωλήσεων γύρω στο 30% κατευθύνεται σε αγορές εκτός νομού. Κανείς θα περίμενε το αντίθετο διότι ο νομός Αχαΐας λόγω του μεγέθους του μπορεί να υποστηρίξει αγορές επιχειρήσεων και συνεπώς να αυξήσει το μέσο ποσοστό πωλήσεων που



κατευθύνονται στην περιοχή. Εδώ θα πρέπει μάλλον αν αναγνωρίσουμε τα πλεονεκτήματα προσβασιμότητας στην κεντρική αγορά της Αθήνας που έχουν οι επιχειρηματίες της Αχαΐας και που δικαιολογούν αυτά τα ποσοστά. Το ποσοστό χρηματοδοτήσεων και τεχνικο-οικονομικών συμβούλων που αναζητούνται τοπικά δεν παρουσιάζει μεγάλες διαπεριφερειακές διαφορές. Είναι επίσης σημαντικό να σημειώσουμε ότι σε ποσοστό που σχεδόν πλησιάζει το 100% οι εργαζόμενοι των επιχειρήσεων προέρχονται από τις περιοχές που είναι εγκατεστημένες οι επιχειρήσεις αναδεικνύοντας την σημασία της επιχειρηματικότητας για την αύξηση της απασχόλησης.

Πίνακας 4.2. Ποσοστό των Συναλλαγών με Επιχειρήσεις της Περιοχής

Μέσο % Αξίας Συναλλαγών από την Περιοχή με Σκοπό:	Ηλεία	Αχαΐα	Αιτωλ/νία	Όλες
Υλικές Εισροές	47.3 (97)	44.6 (123)	45.4 (115)	45.7 (335)
Πωλήσεις (Εκροές)	80.4 (99)	66.9 (143)	86.1 (115)	76.8 (357)
Επενδυμένο Κεφάλαιο	88.6 (42)	86.9 (75)	96.0 (115)	91.7 (232)
Τεχνικές Συμβουλές	94.3 (92)	84.4 (101)	90.0 (115)	89.5 (308)
Εργαζόμενοι	99.7 (91)	97.4 (129)	99.7 (91)	98.7 (311)

Οι αριθμοί στην παρένθεση δείχνουν το μέγεθος του δείγματος πάνω στο οποίο υπολογίστηκαν τα αντίστοιχα ποσοστά. Η διαφορά με το αρχικό δείγμα οφείλεται σε χαμένες παρατηρήσεις.

Ενώ, όπως έχουμε προαναφέρει, για την επιστήμη της διοίκησης των επιχειρήσεων τα κάθετα και οριζόντια δίκτυα σηματοδοτούν επιχειρηματικά δίκτυα που εκτείνονται στο ίδιο επίπεδο

παραγωγής ή σε δραστηριότητες στα ανάντι ή κατόντι της παραγωγικής διαδικασίας, για την παρούσα έκθεση, τα οριζόντια επιχειρηματικά δίκτυα είναι αυτά που ενώνουν επιχειρήσεις της ίδιας περιοχής ενώ κάθετα είναι τα επιχειρηματικά δίκτυα που ενώνουν επιχειρήσεις της περιοχής έρευνας με επιχειρήσεις εγκαταστημένες εκτός των γεωγραφικών (χωρικών) ορίων της αντίστοιχης περιοχής έρευνας.

Στον πίνακα 4.3 φαίνεται ότι μόνο σχεδόν 18% των επιχειρήσεων που είναι εγκαταστημένες στην Αχαΐα έχουν πρόσβαση σε τοπικά (οριζόντια) δίκτυα προμηθευτών (και αυτό αντιστοιχεί σε ένα μέσο όρο 44.6% της αξίας των εισροών). Αντίθετα οι περιοχές Ηλείας και Αιτωλοακαρνανίας εμφανίζουν σχεδόν 35% των επιχειρήσεων να είναι διασυνδεδεμένες με άλλες τοπικές επιχειρήσεις για προμήθεια εισροών. Στα δίκτυα πελατών φαίνεται ότι οι επιχειρήσεις της Αχαΐας είναι οι πλέον διασυνδεδεμένες με την υπόλοιπη Ελληνική οικονομία αφού σχεδόν 70% (68.2%) έχουν πρόσβαση σε κάθετα δίκτυα πωλήσεων που τις συνδέουν με επιχειρήσεις ή πελάτες εγκαταστημένους εκτός Αχαΐας. Για χρηματοδοτήσεις και τεχνικο-οικονομικές συμβουλές επίσης οι επιχειρήσεις της Αχαΐας εμφανίζονται να έχουν υψηλότερο βαθμό διασύνδεσης με την υπόλοιπη οικονομία ενώ οι αντίστοιχες της Ηλείας (για συμβουλευτικές υπηρεσίες) και της Αιτωλοακαρνανίας (για χρηματοδοτήσεις και συμβουλευτικές υπηρεσίες) φαίνεται να έχουν έντονο τοπικό χαρακτήρα.

Στο πίνακα 4.3 και στο γράφημα 3.2 φαίνεται η διασύνδεση των επιχειρήσεων στις τρεις περιοχές έρευνας με επιχειρήσεις εγκαταστημένες εκτός των αντίστοιχων περιοχών έρευνας.

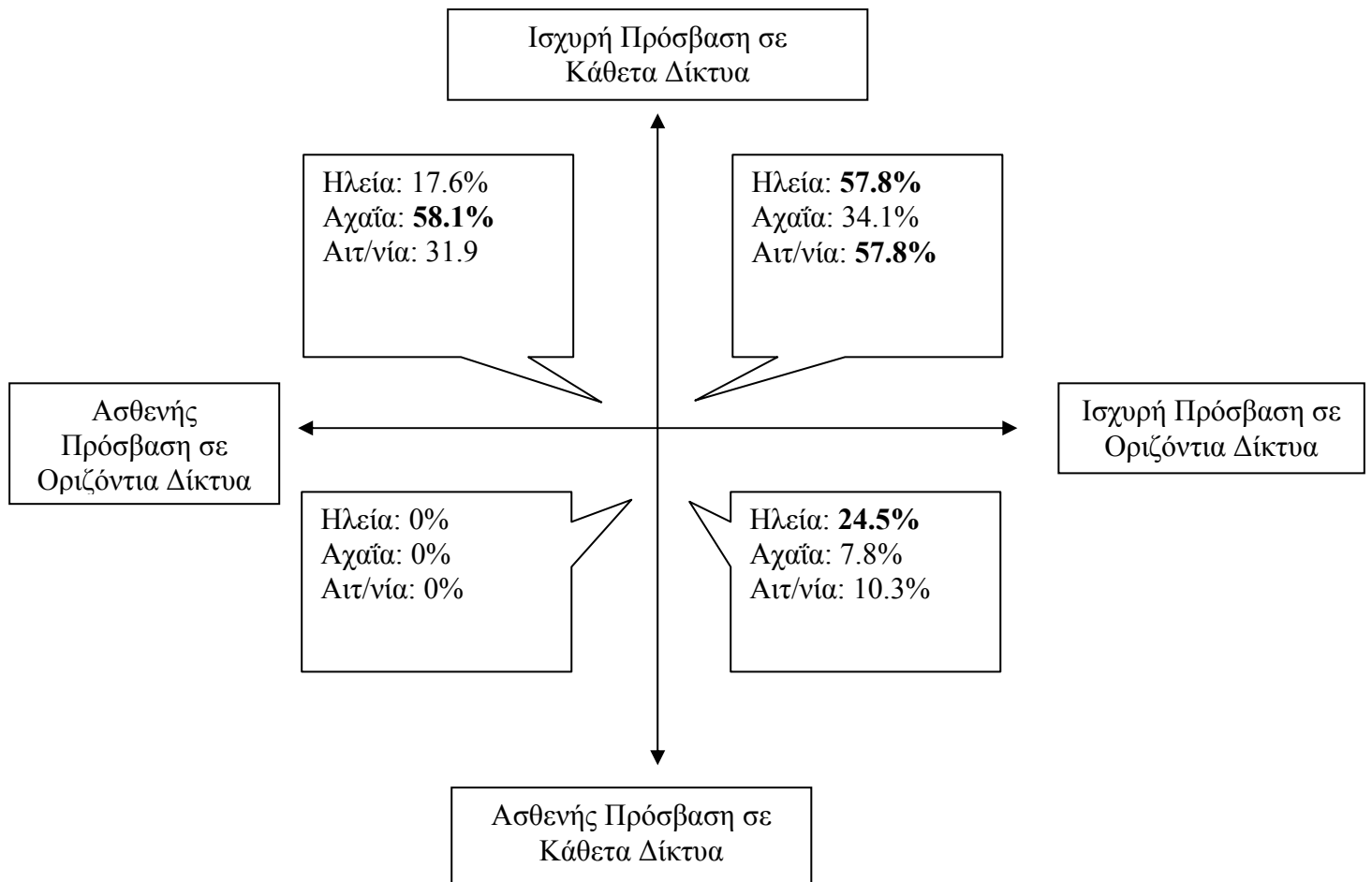
Πίνακας 4.3 Πρόσβαση σε Διάφορα Οριζόντια και Κάθετα Επιχειρηματικά Δίκτυα

% Επιχειρήσεων με Πρόσβαση σε:	Ηλεία	Αχαΐα	Αιτωλ/νία	Όλες
<i>Δίκτυα Προμηθευτών</i>				
Οριζόντια	35.3	17.9	36.2	27.7
Κάθετα ή χωρίς δίκτυο	64.7	82.1	63.8	72.3
Σύνολο (N)	102	179	116	397
<i>Δίκτυα Πελατών</i>				
Οριζόντια	71.6	31.8	42.2	45.1
Κάθετα ή χωρίς δίκτυο	28.4	68.2	57.8	54.9
Σύνολο (N)	102	179	116	397
<i>Δίκτυα Χρηματοδοτήσεων</i>				
Οριζόντια	31.4	29.6	74.1	43.1
Κάθετα ή χωρίς δίκτυο	68.6	70.4	25.9	56.9
Σύνολο (N)	102	179	116	397
<i>Δίκτυα Συμβουλευτικών Υπηρεσιών</i>				
Οριζόντια	55.9	28.5	63.8	45.8
Κάθετα ή χωρίς δίκτυο	44.1	71.5	36.2	54.2
Σύνολο (N)	102	179	116	397

Πίνακας 4.3. Πρόσβαση σε Χωρικά Κάθετα και Οριζόντια Δίκτυα (ανεξάρτητα εισροών και εκροών)

% Επιχειρήσεων με Πρόσβαση σε:	Ηλεία	Αχαΐα	Αιτωλ/νία	Όλες
<i>Τουλάχιστον 1 Οριζόντιο και 1 Κάθετο Δίκτυο</i>	57.8	34.1	57.8	47.1
<i>Τουλάχιστον 1 Κάθετο Δίκτυο</i>	17.6	58.1	31.9	40.1
<i>Τουλάχιστον 1 Οριζόντιο Δίκτυο</i>	24.5	7.8	10.3	12.8
Σύνολο (N)	102	179	116	397

Γράφημα 3.2 . Λειτουργία Οριζόντιων και Κάθετων Δικτύων στις Περιοχές Έρευνας



Οι επιχειρήσεις της Ηλείας και Αιτωλοακαρνανίας είναι επιχειρήσεις με υψηλή ταυτόχρονη πρόσβαση σε κάθετα και οριζόντια επιχειρηματικά δίκτυα. Οι επιχειρήσεις της Αχαΐας έχουν εξαγωγικό προσανατολισμό και συνεπώς πρόσβαση σε κάθετα δίκτυα και απουσία σημαντικής τοπικής δικτύωσης. Τέλος, ένα μεγάλο ποσοστό επιχειρήσεων στην Ηλεία (σχεδόν 1/4) έχουν σαφή τοπικό προσανατολισμό.

## 5. Καινοτομία και Καινοτομικός Επιχειρηματικός Χώρος

### 5.1 Καινοτομία: Βασικοί Ορισμοί

Είναι σχετικά δύσκολο να οριστεί η καινοτομία. Καταρχήν είναι σημαντικό να διαχωριστεί η έννοια της «καινοτομίας» από αυτή της «εφεύρεσης», ορισμοί που συχνά συγχέονται. Η εφεύρεση ορίζεται ως «μια ιδέα, ένα σχέδιο ή ένα μοντέλο για μια νέα, βελτιωμένη συσκευή, προϊόν, διαδικασία ή σύστημα», ενώ η καινοτομία επιτυγχάνεται «μόνο με την πρώτη εμπορική συναλλαγή που αφορά το νέο προϊόν, διαδικασία, σύστημα ή συσκευή» (Freeman, 1982). Ο κύριος ορισμός της καινοτομίας, τον οποίο αναφέρουν πολλοί συγγραφείς (e.g. Freeman, 1971; Porter, 1990; Pavitt et al, 1987; Thwaites & Wynarczyk, 1996; North & Smallbone, 2000a; Neely & Hii, 1998) είναι εκείνος που προτάθηκε από τον OECD (1981), όπου η καινοτομία αφορά «όλα εκείνα τα επιστημονικά, τεχνικά, εμπορικά και οικονομικά βήματα, τα οποία είναι αναγκαία για την επιτυχημένη ανάπτυξη και το μάρκετινγκ νέων ή βελτιωμένων μεταποιητικών προϊόντων, την εμπορική χρήση νέων ή βελτιωμένων διαδικασιών ή εξοπλισμού ή την εισαγωγή μιας νέας προσέγγισης κοινωνικής υπηρεσίας. Η ΕΤΑ είναι μόνο ένα από αυτά τα βήματα». Η καινοτομία αφορά ριζικές αλλαγές, οι οποίες είναι το αποτέλεσμα της εφαρμογής μιας νέας ιδέας ή εφεύρεσης μέσω της δημιουργίας ενός νέου προϊόντος ή διαδικασίας. Αυτές οι αλλαγές είναι τεχνική πρόοδος και στοχεύουν στη δημιουργία ή διατήρηση ενός συγκριτικού πλεονεκτήματος (Freeman, 1971; Porter, 1990; Pavitt et al, 1987; Thwaites & Wynarczyk, 1996 in North & Smallbone, 2000a; Freeman, 1986; Fischer, 1999). Η καινοτομία μπορεί επίσης να αφορά νέα ανάπτυξη στα πλαίσια ενός τομέα ή μιας οικονομίας («ριζική καινοτομία») ή νέες αλλαγές σε μια επιχείρηση, τις οποίες έχουν ήδη άλλες υιοθετήσει («καινοτομία προσαρμοστική ή διάχυσης») (North & Smallbone,

2000b; Neely & Hii, 1998) ή τροποποίηση υπαρχόντων προϊόντων και υπηρεσιών («σταδιακή καινοτομία») (Ratti, 1991); (Mole & Worrall, 2001).

Οι συγγραφείς διακρίνουν μια σειρά διαφόρων τύπων καινοτομίας. Ο Schumpeter (1934) ήταν ο πρώτος που διέκρινε πέντε τύπους, οι οποίοι είναι «η ανάπτυξη νέων προϊόντων» (“development of new products”), «η τροποποίηση ήδη υπαρχόντων» (“modification of existing ones”), «η καινοτομία αγοράς» (“market innovation”), «η οργανωτική καινοτομία» (“sourcing and organizational innovation”) και τέλος «η καινοτομία διεργασίας» (“process innovation”). Σύμφωνα με τους Neely και Hii (1999), Neely και Hii (1998), Goudis και Skuras (2001), η καινοτομία μπορεί να ταξινομηθεί σε τρεις κατηγορίες (καινοτομία προϊόντος, διεργασίας και οργάνωσης), οι οποίες δεν αποκλείουν η μία την άλλη, αλλά αντίθετα, η μία μπορεί να οδηγήσει στην άλλη.

Καινοτομία προϊόντος: Ένα νέο προϊόν, εξοπλισμός ή υπηρεσία για την αγορά με αλλαγμένα τα κύρια χαρακτηριστικά του ή ένα ήδη υπάρχον ή νέο προϊόν με βελτιωμένα τεχνικά χαρακτηριστικά. Οι Neely και Hii (1999) κάνουν αναφορά σε τέσσερις αναγκαίες δραστηριότητες για την καινοτομία προϊόντος και συγκεκριμένα την ενσωμάτωση του προϊόντος στις ανάγκες της αγοράς και του τεχνολογικού δυναμικού, την οργάνωση για δημιουργική επίλυση προβλημάτων, την παρακολούθηση αυτής της οργάνωσης και την ανάπτυξη υποχρέωσης για προσπάθεια.

Καινοτομία διεργασίας: Οι Gopalakrishnan και Damanpour (1997) κάνουν αναφορά στην υιοθέτηση νέων ή σημαντικά καλύτερων μεθόδων παραγωγής. Η καινοτομία διεργασίας των MME στις μικρές περιοχές δείχνει να απαιτεί κυρίως εσωτερική γνώση, συγκεντρωμένη από την επιχείρηση, αλλά και κάποια εγγύτητα σε προμηθευτές και πελάτες (Capello, 1999). Ένα πολύ γνωστό παράδειγμα καινοτομίας διεργασίας είναι η ηλεκτρονική επιχείρηση και τα διάφορα προγράμματα διασφάλισης ποιότητας (ISO 9000 series, etc.). Η καινοτομία

διεργασίας αποτελείται από τις παρακάτω δραστηριότητες: επίλυση προβλημάτων, εφαρμογή και ενσωμάτωση, πειραματισμός και εισαγωγή γνώσης (Neely & Hii, 1999).

Οργανωτική καινοτομία: Ίσης σημασίας στη δημιουργία νέων προϊόντων και διαδικασιών είναι η εισαγωγή νέων προσεγγίσεων στη διοίκηση και οργάνωση της επιχείρησης (Littunen, 2000). Η οργανωτική καινοτομία δημιουργεί νέα γνώση και πληροφορία. Γι' αυτό το λόγο απαιτείται μια θεωρία γνώσης, με σκοπό να εξηγήσει τη διαδικασία της καινοτομίας. Ένα παράδειγμα οργανωτικής καινοτομίας βασίζεται στη συλλογική μάθηση και αποτελείται από συνεργασίες, βασισμένες στην εμπιστοσύνη και σε ένα κοινό όραμα, ενώ δεν μπορούν να ληφθούν αυτές υπόψη χωρίς το θεσμικό και πολιτιστικό τους περιβάλλον (Lundvall 1992). Σε αυτό τον τύπο καινοτομίας οι δραστηριότητες που πρέπει να προωθηθούν είναι «η συμμετοχή στη μη κωδικοποιημένη γνώση, η δημιουργία σκέψεων- ιδεών, η δικαιολόγησή τους, η κατασκευή ενός αρχέτυπου και η διασταύρωση των διαφόρων επιπέδων γνώσης» (Neely & Hii, 1999).

Οι North και Smallbone (2000a) διακρίνουν πέντε τύπους καινοτομίας

- Την εισαγωγή ενός νέου αγαθού
- Την εισαγωγή μιας νέας διεργασίας
- Το άνοιγμα μιας νέας αγοράς
- Την αναγνώριση μιας νέας πηγής πρώτων υλών
- Τη δημιουργία ενός νέου τύπου βιομηχανικής οργάνωσης

Τέλος, σύμφωνα με τους Neely και Hii (1999), Goudis και Skuras (2001), η ικανότητα για καινοτομία επηρεάζεται από τέσσερις κύριες «πηγές», οι οποίες είναι:

*Πολιτισμός:* Η συνεισφορά της κουλτούρας είναι κρίσιμη για την ανάπτυξη της ικανότητας της επιχείρησης να καινοτομεί, δίνοντας μορφή σε δεξιότητες και γνώση που



είναι ενσωματωμένες σε φυσικά και διοικητικά συστήματα. Κάθε επιχείρηση σύμφωνα με τη δική της επιχειρησιακή κουλτούρα αναπτύσσει μια στρατηγική καινοτομίας, η οποία επηρεάζει τη δομή της και τις σχέσεις μεταξύ των εργαζομένων.

*Πόροι:* Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των επιχειρήσεων δημιουργείται ή υποστηρίζεται μέσω της συμβολής μιας σειράς πόρων, όπως προσωπικά πλεονεκτήματα και δεξιότητες. Το οικονομικό, ανθρώπινο και δομικό κεφάλαιο κατέχει ζωτικό ρόλο στη διαδικασία καινοτομίας της επιχείρησης.

*Ικανότητες:* Εδώ περιλαμβάνεται η ενσωμάτωση ευκαιριών που παρουσιάζονται στην αγορά, η δημιουργική επίλυση προβλημάτων, η πρόσβαση στη μη κωδικοποιημένη γνώση και ο πειραματισμός, όπως επίσης και ικανότητες που αφορούν τη μηχανική επιστήμη, το σχεδιασμό, την έρευνα και το μάρκετινγκ.

*Δίκτυα:* Η καινοτομία αφορά το συνδυασμό παλιών και νέων ιδεών και γνώσης, τα οποία καταλήγουν σε νέα προϊόντα, τεχνικές, μορφές οργάνωσης και νέες αγορές. Οι πρωτοβουλίες δικτύωσης είναι απαραίτητες στην καινοτομία, καθώς συμβάλλουν στην εισαγωγή εξωτερικής γνώσης, ενώ συνήθως είναι μη επίσημες. Οι καινοτόμες επιχειρήσεις στηρίζονται εξίσου σε επίσημα και ανεπίσημα δίκτυα.

Τέλος, πολλοί συγγραφείς αναφέρουν και τα εμπόδια στην καινοτομία (Neely & Hii, 1998; OECD, 1992), τα οποία διακρίνουν σε «εσωτερικά» και «εξωτερικά». Τα εσωτερικά περιλαμβάνουν το συντηρητισμό, έλλειψη οράματος και κινήτρων, ιεραρχικές επικοινωνιακές δομές, άκαμπτες ή δύσκαμπτες οργανωτικές διαδικασίες κλπ. Τα εξωτερικά εμπόδια περιλαμβάνουν έλλειψη υποδομών, κατάλληλης νομοθεσίας, κατάλληλων εκπαιδευτικών συστημάτων και συστημάτων κατάρτισης και μια γενική αμέλεια από την πλευρά της κοινωνίας. Οι Camagni και Capello (1999) περιγράφουν τέσσερις ομάδες εμποδίων και συγκεκριμένα τα «οικονομικά», τα οποία αφορούν τις οικονομικές υποθέσεις

της επιχείρησης, τα «πληροφοριακά» που αφορούν την έλλειψη πληροφόρησης για νέες τεχνολογίες και την αγορά, τα «οργανωτικά» και τις σχετικές δομές που επιτρέπουν την ανάπτυξη καινοτομίας και τέλος τα «εμπόδια συνεργασίας», τα οποία αφορούν τη συνεργασία με προμηθευτές, άλλες επιχειρήσεις ή ιδρύματα.

## 5.2 Η Καινοτομική Διαδικασία

Η δημιουργία καινοτομίας μπορεί να εξηγηθεί με τη βοήθεια της σύνθετης σχέσης τριών στοιχείων: του χωρικού, το οποίο είναι ο «λειτουργικός χώρος» μιας επιχείρησης, των διαφόρων τύπων καινοτομίας και του «καινοτόμου περιβάλλοντος». Μέσα λοιπόν στο λειτουργικό χώρο και με τη βοήθεια του καινοτόμου περιβάλλοντος αναπτύσσονται οι διάφοροι τύποι καινοτομίας.

Σύμφωνα με τον Ratti (1991) τρεις είναι οι λειτουργικοί χώροι που έχουν στρατηγική σημασία για μια επιχείρηση.

Ο «χώρος παραγωγής»: Καθορίζεται από τον τρόπο με τον οποίο πραγματοποιεί η επιχείρηση τις πωλήσεις της.

Ο «χώρος της αγοράς»: Καθορίζεται από τη σχέση της επιχείρησης με την αγορά (από μια χωρική άποψη).

Ο «υποστηρικτικός χώρος»: Αποτελείται από τις παρακάτω σχέσεις εκτός αγοράς:

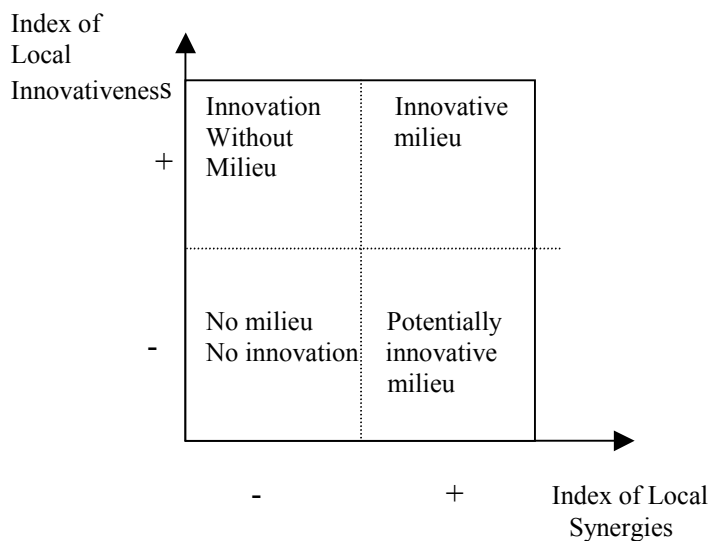
- Οργάνωση των συντελεστών παραγωγής
- Σχέση με εταίρους, πελάτες και εταιρείες μάρκετινγκ
- Σχέση με τοπικά ιδρύματα

Ο ευρύτερα χρησιμοποιούμενος ορισμός για το «περιβάλλον καινοτομίας» (innovative milieu) (Neely & Hii, 1998); (Mole & Worrall, 2001) είναι αυτός του Camagni (1991,1995), ο οποίος το περιγράφει ως «το σύνολο ή το σύνθετο δίκτυο των κυρίως ανεπίσημων κοινωνικών σχέσεων σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή, οι οποίες καθορίζουν μια συγκεκριμένη εξωτερική εικόνα και εσωτερική αντιπροσώπευση, πράγματα τα οποία προάγουν την τοπική ικανότητα για καινοτομία, μέσω διαδικασιών συνεργατικής και συλλογικής μάθησης». Οι Maillat και Lecoq (1992) περιγράφουν το καινοτόμο περιβάλλον ως «ένα νέο μοντέλο ανάπτυξης, στο οποίο η διαδικασία καινοτομίας έχει μια χωρική βάση, η οποία είναι συνάρτηση των χαρακτηριστικών του». Σύμφωνα με τους Perrin (1991); (Bramanti & Senn, 1991), τα στοιχεία ενός δικτύου καινοτομίας ή ενός περιβάλλοντος καινοτομίας είναι άτομα ή ιδρύματα, τα οποία συμμετέχουν σε μια διαδικασία καινοτομίας, καθώς και οι επίσημες και ανεπίσημες σχέσεις που αναπτύσσονται. Οι ανεπίσημες σχέσεις αναπτύσσονται κυρίως μεταξύ πελατών και προμηθευτών, δημόσιων και ιδιωτικών παραγόντων και με τη βοήθεια μεταφοράς μη κωδικοποιημένης γνώσης μέσω της κινητικότητας και της μίμησης. Οι επίσημες σχέσεις είναι συνήθως διατοπικές και αφορούν την κατάρτιση, την τεχνολογική ανάπτυξη και την υποδομή (Camagni & Capello, 1999).

Ο ρόλος του περιβάλλοντος καινοτομίας είναι υψίστης σημασίας για την επιχείρηση, καθώς δημιουργεί την καινοτόμο συμπεριφορά προσφέροντας ένα υπόβαθρο, το οποίο προωθεί τη διαδικασία μάθησης και την ανταλλαγή μη κωδικοποιημένης γνώσης και συνεπώς προάγει τη δημιουργικότητα και την καινοτομία. Επίσης, μέσω της συγχρονισμένης προσπάθειας βοηθά στη μείωση της αβεβαιότητας μέσω καλύτερων προβλέψεων για τις τάσεις της αγοράς, μέσω της ανάλυσης και ερμηνείας της τεχνολογικής πληροφορίας, των στρατηγικών παρακολούθησης άλλων επιχειρήσεων και γενικά την εκτίμηση της εισερχόμενης πληροφορίας (Camagni & Capello, 1999).

Ο Camagni (1995) αναφέρει τέσσερις τύπους περιφερειών, σύμφωνα με την έκταση στην οποία εμφανίζουν τα χαρακτηριστικά ενός καινοτόμου περιβάλλοντος. Στον πρώτο τύπο δεν υπάρχει ούτε καινοτομία ούτε περιβάλλον. Ο δεύτερος τύπος περιφέρειας δεν έχει περιβάλλον αλλά διαθέτει καινοτομία. Στον τρίτο υπάρχει μια μορφή περιβάλλοντος και σε περιορισμένη έκταση κάποια καινοτομία. Τέλος, στον τέταρτο τύπο παρατηρείται το καινοτόμο περιβάλλον, όπου η γνώση και η μάθηση μεταφέρονται με τη βοήθεια μηχανισμών, όπως σχέσεις και συνδέσεις με επιχειρήσεις, προμηθευτές, πελάτες, κινητικότητα υψηλά εξειδικευμένου προσωπικού, συνεργασία με πανεπιστήμια και εργαστήρια (Keeble et al, 1999). Το ακόλουθο σχήμα παρουσιάζει τους τέσσερις τύπους περιφερειών (προσαρμοσμένο από τους Shefer & Frenkel (1998)).

Γράφημα 5.1. Οι τέσσερις τύποι περιφερειών και το περιβάλλον καινοτομίας.



Αν θελήσουμε να συνδέσουμε τους τύπους καινοτομίας (ριζική, προσαρμοστική και σταδιακή) στον τύπο περιβάλλοντος και τον τύπο λειτουργικού χώρου της επιχείρησης, έχουμε τα εξής αποτελέσματα (Ratti, 1991) η ριζική καινοτομία συνήθως υιοθετείται από μεγάλες επιχειρήσεις, όχι ιδιαίτερα συνδεδεμένων μεταξύ τους, άρα στην περίπτωση αυτή δεν υπάρχει περιβάλλον καινοτομίας, το οποίο να διακρίνεται χωρικά. Ο αντίστοιχος λειτουργικός χώρος είναι αυτός της παραγωγής. Στην περίπτωση της προσαρμοστικής καινοτομίας ο αντίστοιχος χώρος είναι εκείνος της αγοράς. Υπάρχει επίσης ένα χωρικά διακριτό περιβάλλον καινοτομίας, το οποίο είναι διαφοροποιημένο. Τέλος, υπάρχει και το χωρικά διακριτό περιβάλλον, το οποίο είναι ενσωματωμένο και εξειδικευμένο, ενώ αναπτύσσεται στο χώρο υποστήριξης και σε αυτό αναπτύσσεται η σταδιακή καινοτομία.

### 5.3 Η Μέτρηση της Καινοτομίας

Η μέτρηση της καινοτομίας είναι δύσκολη, αλλά επίσης πολύ σημαντική για δύο λόγους: καταρχήν διότι αποτελεί μια ανατροφοδότηση για την τρέχουσα καινοτομία μιας επιχείρησης και κατά δεύτερον διότι αποκαλύπτει τυχόν κενά στην επίδοσή της ενώ ταυτόχρονα δίνει ένα κίνητρο για μια διαδικασία συνεχούς βελτίωσης (Neely and Hii, 1998).

Οι Coombs et al, (1996) τους οποίους αναφέρει ο Komninos (2000) διακρίνουν τρεις γενικές κατηγορίες μεθόδων μέτρησης καινοτομίας. Αυτές είναι:

- Οι «βασισμένες στο υποκείμενο» (*“subject- based”*). Εξετάζουν τα χαρακτηριστικά εκείνου που καινοτομεί και ένας από τους κύριους δείκτες που μετρώνται είναι η δαπάνη ΕΤΑ (η συγκεκριμένη μέθοδος έχει εφαρμοστεί στις Κοινοτικές Έρευνες Καινοτομίας- Community Innovation Surveys).

- Οι «βασισμένες στο αντικείμενο» (*“object- based”*). Οι δείκτες που μετρώνται είναι οι ανακοινώσεις σε τεχνικά περιοδικά, μεγάλες βάσεις δεδομένων για την καινοτομία και γενικά τεχνική βιβλιογραφία σχετικά με νέα προϊόντα ή υπηρεσίες, πατέντες ή πωλήσεις νέων προϊόντων.
- Οι «βασισμένες σε δείκτες διαδικασίας» (*“based on process indicators”*). Αυτές οι μέθοδοι μετρούν συνδέσμους, ροές και αλληλεπίδραση παραγόντων, οι οποίοι συνεισφέρουν στην καινοτομική διαδικασία. Το πλεονέκτημά τους είναι η δυνατότητα να παρουσιάζουν τις αλληλεπιδράσεις κατά τη διάρκεια της καινοτομικής διαδικασίας.

Στις αρχές της δεκαετίας '90 οργανισμοί όπως ο ΟΟΣΑ και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή συνειδητοποίησαν τη σημασία της μέτρησης της καινοτομίας και έλαβαν πρωτοβουλίες για τον καθορισμό μιας σειράς δεικτών. Οι πρωτοβουλίες αυτές περιλαμβάνουν το εγχειρίδιο του «Όσλο» (έκδοση 1992 και 1997) και την Κοινοτική Έρευνα Καινοτομίας της Eurostat (των ετών 92-93 και 97-98) (Smith, 2000).

Σε γενικές γραμμές υπάρχουν τέσσερις τύποι διαθέσιμων δεδομένων που αφορούν τη μέτρηση της καινοτομίας: δεδομένα ETA για τις χώρες του ΟΟΣΑ, δεδομένα σχετικά με πατέντες, τα οποία προέρχονται από τα US and European Patent Office, δεδομένα σχετικά με επιστημονικές εκδόσεις και αναφορές και τέλος δεδομένα τα οποία μετρούν άμεσα τις εισροές, εκροές και στόχους των διαφόρων διαδικασιών καινοτομίας (Smith, 2000).

Ο Ευρωπαϊκός Πίνακας Καινοτομίας του 2002 (Technical Paper 4:2) μετρά την καινοτομία στην Ε.Ε και τις νέες χώρες- μέλη με τη βοήθεια των παρακάτω 17 δεικτών (και τριών πρόσθετων για τα νέα μέλη)

- *Ανθρώπινοι πόροι για καινοτομία (5 κύριοι δείκτες):*
  - 1.1 Νέοι απόφοιτοι ειδικοί επιστήμονες και μηχανικοί (% από την ηλικιακή ομάδα 20-29)
  - 1.2 Πληθυσμός με τριτοβάθμια εκπαίδευση (% από την ηλικιακή ομάδα 25-64)
  - 1.3 Συμμετοχή στη δια βίου μάθηση (% από την ηλικιακή ομάδα 25-64)
  - 1.4 Απασχόληση στη μεταποίηση μέσης προς υψηλής και υψηλής τεχνολογίας (% του συνόλου του εργατικού δυναμικού)
  - 1.5 Απασχόληση σε υπηρεσίες υψηλής τεχνολογίας (% του συνόλου του εργατικού δυναμικού)
- *Η δημιουργία νέας γνώσης (τρεις κύριοι δείκτες από τους οποίους ο ένας χωρίζεται σε πατέντες EPO και USPTO):*
  - 2.1 Δημόσια δαπάνη ETA (GERD - BERD) (% ΑΕΠ)
  - 2.2 Επιχειρησιακή δαπάνη ETA (BERD) (% ΑΕΠ)
    - 2.3.1 EPO- εφαρμογές πατεντών υψηλής τεχνολογίας (ανά εκατομμύριο κατοίκων)
    - 2.3.2 USPTO- εφαρμογές πατεντών υψηλής τεχνολογίας (ανά εκατομμύριο κατοίκων)και ένας εναλλακτικός δείκτης για τα νέα μέλη:
  - 2.3.1A Όλες οι εφαρμογές πατεντών EPO (ανά εκατομμύριο κατοίκων) (αντικαθιστά το δείκτη «EPO- εφαρμογές πατεντών υψηλής τεχνολογίας»)
- *Η μεταφορά και εφαρμογή της γνώσης ( 3 κύριοι δείκτες):*
  - 3.1 Εσωτερική καινοτομία MME(% των μεταποιητικών MME)
  - 3.2 Μεταποιητικές MME εμπλεκόμενες σε συνεργασία για καινοτομία
  - 3.3 Δαπάνες καινοτομίας (% του κύκλου εργασιών της μεταποίησης)
- *Χρηματοδότηση καινοτομίας, παραγωγή και αγορές (6 κύριοι δείκτες):*
  - 4.1 Επένδυση σε υψηλή τεχνολογία με κεφάλαιο κινδύνου (% ΑΕΠ)
  - 4.2 Νέο κεφάλαιο σε χρηματιστηριακές αγορές (% ΑΕΠ)

4.3 Προϊόντα «νέα στην αγορά» (% των πωλήσεων των μεταποιητικών επιχειρήσεων)

4.4 Πρόσβαση Internet στο σπίτι (% του συνόλου των νοικοκυριών)

4.5 Δαπάνες ICT (% ΑΕΠ)

4.6 Ποσοστό της μεταποιητικής προστιθέμενης αξίας από υψηλή τεχνολογία

και δυο εναλλακτικοί δείκτες για τα νέα μέλη:

4.4A Πρόσβαση Internet (% του συνολικού πληθυσμού) (αντικαθιστά το δείκτη «Πρόσβαση internet στο σπίτι»)

4.6A Απόθεμα εσωτερικής FDI (% ΑΕΠ) (αντικαθιστά το δείκτη «Ποσοστό της μεταποιητικής προστιθέμενης αξίας από υψηλή τεχνολογία»).

Μέτρα καινοτομίας (CBI/DTI (1993: 27-28).

Διάσταση	Μέτρα
Καινοτομία προϊόντος	-Αριθμός ιδεών για νέα προϊόντα -% πωλήσεων/ κερδών από προϊόντα 3(5) ετών -μερίδιο αγοράς -ορίζοντας σχεδιασμού προϊόντος
Ανάπτυξη προϊόντος	-χρόνος στην αγορά -απόδοση προϊόντος -απόδοση σχεδίου
Διαδικαστική καινοτομία	-παράμετροι διαδικασίας, κόστος, ποιότητα, επίπεδα WIP, χρόνος υλοποίησης κλπ -χρόνος υλοποίησης εγκατάστασης -αριθμός νέων διαδικασιών -συνεχής βελτίωση -πρόοδος γραμμικής παραγωγής WIP, χρόνοι υλοποίησης, ποιότητα
Απόκτηση τεχνολογίας	-αριθμός διπλωμάτων in/out τα τελευταία 3 χρόνια -αριθμός πατεντών τα τελευταία 3 χρόνια



	-% σχεδίων ΕΤΑ που οδηγούν σε επιτυχημένα νέα ή βελτιωμένα προϊόντα/ διαδικασίες/ διπλώματα
Αρχηγική ικανότητα	-αριθμός μελών στην ανάπτυξη προϊόντων/ τεχνική λειτουργία -% εργαζομένων που γνωρίζουν την πολιτική καινοτομίας της επιχείρησης -αριθμός σελίδων στην ετήσια αναφορά αφιερωμένων στην καινοτομία/ τεχνολογία
Καινοτομία «πόρων»	-% καθυστερημένων σχεδίων, ακυρωμένων λόγω έλλειψης ανθρωπίνων πόρων -% του προσωπικού στην ανάπτυξη προϊόντων οι οποίοι να έχουν εργαστεί για περισσότερες από 1/ 2 λειτουργίες -% σχεδίων καθυστερημένων/ ακυρωμένων λόγω έλλειψης χρηματοδότησης
Σύστημα και εργαλεία	-% σχεδιαστών/ μηχανικών με πρόσβαση σε οθόνες CAD -% προϊόντων βάσης δεδομένων CAD -% προϊόντων παραγομένων με διαδικασίες με SPC -% σχεδιαστών εκπαιδευμένων σε βιομηχανικό σχεδιασμό -% σχεδίων ανάπτυξης με χρήση πιστοποιημένων διαδικασιών BS5750

Παρόμοιους δείκτες χρησιμοποιούν και οι Romijn και Albu (2002). Αυτοί είναι μία τουλάχιστον ουσιαστική σταδιακή καινοτομία προϊόντος, διαδικασίας ή οργανωτική τα τρία τελευταία χρόνια, αριθμός πατεντών και διαπίστευση ποιότητας. Οι North και Smallbone (2000a), (2000b) μετρούν την καινοτομία με μια σειρά παραμέτρων, οι οποίες είναι α) καινοτομία προϊόντος και υπηρεσίας, β) ανάπτυξη αγοράς, γ) μέθοδοι μάρκετινγκ, δ) τεχνολογία διεργασίας και καινοτομία και ε) χρήση Η/Υ και IT στη διοίκηση. Συγκεκριμένα, οι μεταβλητές που χρησιμοποιούνται είναι: α) ένα καινοτόμο προϊόν που δημιουργήθηκε ή ένα νέο προϊόν που βελτιώθηκε, β) μια νέα δημιουργημένη μη τοπική εγχώρια αγορά ή μια νέα αγορά εξαγωγών, γ) τρεις ή περισσότερες νέες μέθοδοι μάρκετινγκ και η χρήση του

διαδικτύου για το μάρκετινγκ, δ) χρήση τεχνολογίας υπολογιστών για κύρια μεταποιητική δραστηριότητα ή για παροχή υπηρεσιών ή για την εισαγωγή καινοτομίας διεργασίας και ε) χρήση τεχνολογιών πληροφορίας για καινοτομική διοίκηση.

Τέλος, οι Coombs et al, (1996) μετρούν την καινοτομία μέσω των ανακοινώσεων σε περιοδικά τεχνικής, εμπορικής και μηχανικής φύσης. Η πληροφορίες που συγκεντρώνουν και οι δείκτες που αναπτύσσουν αφορούν την ταυτότητα του προϊόντος και της επιχείρησης, τον τύπο της καινοτομίας, την εθνική της προέλευση, τον βιομηχανικό κλάδο και το μέγεθος της επιχείρησης.

Παρόλα αυτά γίνεται κριτική σχετικά με την αποτελεσματικότητα των μεθόδων και δεικτών που χρησιμοποιούνται. Σε σχέση με τη μέθοδο που βασίζεται στο υποκείμενο, παρουσιάζεται πρόβλημα μέτρησης κατά τη χρήση της ETA και των πατεντών ως δεικτών, καθώς δεν μπορούν να εξηγήσουν τέλεια τη διαδικασία καινοτομίας.

Σύμφωνα με τους Coombs et al, (1996) τα κύρια μειονεκτήματα της χρήσης των δαπανών ETA είναι το γεγονός ότι δεν δείχνουν τον τρόπο που «οι εισροές μετατρέπονται σε εκροές ή καινοτομικά προϊόντα» της διαδικασίας καινοτομίας από οικονομική ή ποιοτική άποψη ή η τεχνολογική συνθετότητα των παραγόμενων προϊόντων. Σχετικά με τις πατέντες ως δείκτη το μειονέκτημα είναι ότι «πολλές τεχνολογικές πρόοδοι δεν ‘πατεντοποιούνται’ και το τεχνολογικό πλεονέκτημα των επιχειρήσεων τους επιτυγχάνεται μέσω άλλων μεθόδων. Η μέθοδος που βασίζεται στο αντικείμενο έχει επίσης μειονεκτήματα, όπως το γεγονός ότι δεν περιλαμβάνει την εσωτερική καινοτομία της επιχείρησης, ότι δεν είναι εύκολη η επιλογή των κατάλληλων περιοδικών στα οποία θα βασιστούν οι δείκτες και το γεγονός ότι κάποιες

επιχειρήσεις τείνουν να υπερβάλλουν σχετικά με τα επιτεύγματά τους για διαφημιστικούς λόγους και λόγους δημοσίων σχέσεων (Coombs et al, 1996).

#### *5.4 Καινοτομία και Επιχειρηματική Απόδοση*

Πολλοί συγγραφείς υποστηρίζουν ότι η καινοτομία συνδέεται με την απόδοση των επιχειρήσεων. Ο Geroski (1994), τον οποίο αναφέρουν οι Neely και Hii (1998), αναφέρεται σε δυο απόψεις που κυριαρχούν. Η μια υποστηρίζει ότι η καινοτομία προάγει την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης, αλλά αυτό διαρκεί όσο η επιχείρηση μπορεί να υπερασπίσει τον εαυτό της από τους ανταγωνιστές. Σύμφωνα με τη δεύτερη άποψη, η επίδραση της καινοτομίας είναι θεμελιώδης και κάνει την επιχείρηση ικανότερη (προάγοντας την ευελιξία και την προσαρμοστικότητά της) από τις μη καινοτόμες απέναντι στις πιέσεις της αγοράς. Παρόλα αυτά, οι Neely και Hii (1998) τονίζουν ότι η καινοτομία δεν είναι το μόνο προαπαιτούμενο για την απόδοση των επιχειρήσεων, αλλά ένας από μια σειρά παραγόντων.

Η έρευνα που διεξήχθη από τους North και Smallbone (2000a) δείχνει ότι «οι πιο καινοτόμες αγροτικές επιχειρήσεις έχουν και την καλύτερη απόδοση». Οι ιδιαίτερα καινοτόμες πέτυχαν αύξηση στις πωλήσεις τους, η οποία αγγίζει το 80%, ενώ το ποσοστό για τις αρκετά καινοτόμες και τις μη καινοτόμες αγγίζει το 20% και το 29% αντίστοιχα. Συνολικά, οι ιδιαίτερα καινοτόμες πέτυχαν 77% αύξηση του μέσου κύκλου εργασιών (σε πραγματικούς όρους) και τα ποσοστά για τους άλλους δύο τύπους επιχειρήσεων είναι αντίστοιχα 35% και 9%. Τέλος, οι ιδιαίτερα καινοτόμες επιχειρήσεις κατάφεραν να επιτύχουν τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και η απασχόλησή τους αυξήθηκε κατά 50% (για τους άλλους δύο τύπους ήταν 27% και 22%). Για τις ιδιαίτερα καινοτόμες επιχειρήσεις που ανήκουν στον κλάδο της

μεταποίησης η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας σημαίνει μια μέση αύξηση κατά οκτώ θέσεις εργασίας, ενώ για τις επιχειρήσεις που ανήκουν στον τομέα της παροχής υπηρεσιών αυτό σημαίνει δύο θέσεις.

Μια άλλη εμπειρική έρευνα σε βρετανικές επιχειρήσεις έδειξε ότι «80% από αυτές με τουλάχιστον μια καινοτομία τα τελευταία τρία χρόνια βελτίωσε την απόδοσή τους από άποψη κερδών, μεριδίου αγοράς και εισχώρηση σε νέες αγορές» (Neely & Hii, 1998). Οι Mole και Worrall (2001) διεξήγαγαν δύο έρευνες στην περιοχή West Midlands το 1995 και το 1996 και συμπεραίνουν ότι εκείνοι που καινοτομούν είναι περισσότερο ανταγωνιστικοί από εκείνους που δεν καινοτομούν. Τέλος, ο Heunks (1998) συμπεραίνει, με τη βοήθεια μιας έρευνας σε 200 επιχειρήσεις έξι χωρών, ότι οι μικρές καινοτόμες επιχειρήσεις αυξάνουν την απόδοσή τους κυρίως σε όρους παραγωγικότητας και μεγέθυνσης, ενώ τα κέρδη τείνουν να είναι χαμηλά. Αυτό θα μπορούσε να οφείλεται είτε στην τιμή των καινοτόμων επενδύσεων είτε τα χαμηλά κέρδη θα μπορούσαν να είναι ένας λόγος επιδίωξης της καινοτομίας (και γι' αυτό προηγείται).

Σύμφωνα με το Goodall (1987), η περιφερειακότητα είναι «η κατάσταση που αντιμετωπίζουν τα άτομα, οι επιχειρήσεις και οι περιφέρειες που βρίσκονται στην άκρη ενός επικοινωνιακού συστήματος, όπου βρίσκονται μακριά από το κέντρο ελέγχου της οικονομίας». Η περιφερειακότητα συνεπάγεται συνήθως για τις επιχειρήσεις έλλειψη άνεσης φυσικής επικοινωνίας, υψηλά εξειδικευμένο προσωπικό, πελάτες και προμηθευτές, παράγοντες οι οποίοι τείνουν να εγκαθίστανται στο κέντρο. Οι απομακρυσμένες επιχειρήσεις πρέπει να πληρώσουν έξτρα κόστος, καθώς η κλίμακα παραγωγής τους και η πρόσβαση σε υψηλής ποιότητας εργατικό δυναμικό και υπηρεσίες συμβούλων είναι περιορισμένες (λόγω των περιορισμένων τοπικών αγορών τους). Επίσης, οι μεγαλύτεροι προμηθευτές και πελάτες τους

βρίσκονται μακριά (Anderson, 2000; Fynes & Ennis, 1997). Συνεπώς, αυτό που πραγματικά έχει σημασία δεν είναι η μείωση της φυσικής απόστασης, αλλά η δυνατότητα ανταλλαγής πληροφοριών μέσω των συχνών επαφών και της κινητικότητας (Camagni, 1991).

Σύμφωνα με τους Keeble et al, (1988), οι οποίοι αναφέρονται από τον Burca (1997), η καινοτομία αναπτύσσεται αρχικά στο κέντρο και σε δεύτερο στάδιο διαχέεται στην περιφέρεια. Αυτό συμβαίνει κυρίως στη δυνατότητα των επιχειρήσεων που είναι εγκατεστημένες στο κέντρο να έχουν άμεση πρόσβαση σε δίκτυα πληροφοριών και υψηλά εξειδικευμένο προσωπικό. Επίσης, η επιτυχία των καινοτομιών τους είναι περισσότερο πιθανή στις πιο κεντρικές περιοχές, όπου οι άνθρωποι είναι πιο ανοιχτοί σε νέες ιδέες και προθυμότεροι να αγοράσουν νέα προϊόντα.

Εμπειρικές μελέτες δείχνουν ότι οι ζώνες της περιφέρειας χαρακτηρίζονται από χαμηλό δυναμικό καινοτομίας (το οποίο αφορά κυρίως καινοτομία προϊόντος και σε μικρότερο βαθμό καινοτομία διεργασίας) και τεχνολογικού δυναμισμού (Burca, 1997). Σε μια προσπάθεια να εξετάσει πώς επηρεάζει η περιφερειακή πολιτική το δυναμικό για καινοτομία των απομακρυσμένων επιχειρήσεων, ο Frenkel (2000) διεξάγει μια έρευνα σε 211 ισραηλινές επιχειρήσεις σε μητροπολιτικές, ενδιάμεσες και απομακρυσμένες περιοχές του βόρειου Ισραήλ. Τα αποτελέσματα που αφορούν τις απομακρυσμένες περιοχές δείχνουν ότι αυτές προσελκύουν καινοτόμες επιχειρήσεις της παραδοσιακής βιομηχανίας, ενώ οι καινοτόμες επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας εγκαθίστανται στις ενδιάμεσες και τις μητροπολιτικές περιοχές. Ένας βασικός λόγος που συμβαίνει αυτό είναι το γεγονός ότι η περιφέρεια δε δείχνει να προσφέρει ένα υποστηρικτικό καινοτομικό περιβάλλον, καθώς έχει έλλειψη υψηλά εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού. Την ίδια έλλειψη τονίζουν και τα αποτελέσματα της έρευνας των Keeble και Tyler (1995), οι οποίοι αναφέρουν ότι γι' αυτό το λόγο οι

περισσότερο και λιγότερο προσβάσιμες περιοχές τείνουν να απασχολούν προσωπικό μη τοπικά.

Ο Anderson (2000) κάνει μια ανασκόπηση της βιβλιογραφίας που σχετίζεται με την επιχειρηματικότητα των απομακρυσμένων περιφερειών της Ευρώπης. Σύμφωνα με τους Whitley (1990) και Perry (1982,1987) υπάρχει ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό MME έντασης εργασίας σε περιοχές μακριά από το κέντρο, οι οποίες έχουν να αντιμετωπίσουν πολλά προβλήματα, τα οποία προκαλεί η απόσταση (Keeble, 1990). Οι Smallbone et al, (1993) αναφέρουν ότι οι αγορές που εξυπηρετούνται από τις αγροτικές MME είναι συνήθως απομακρυσμένες και μη τοπικές. Ο Mason (1991) προσπαθεί να εξηγήσει τα υψηλά ποσοστά των νέων μεταποιητικών επιχειρήσεων στα Highlands και Islands της Σκωτίας και σχολιάζει ότι αυτά οφείλονται στον τουρισμό και στις επιχειρήσεις που ασχολούνται με τη χειροτεχνία και δεν είναι προσανατολισμένες στο κέρδος. Σημειώνει επίσης ότι υπάρχει «έλλειψη νέων επιχειρήσεων στους τομείς των υπηρεσιών χρηματοοικονομικής και διαχείρισης ιδιοκτησίας και γης εξηγώντας ότι οι κεντρικές περιφέρειες έχουν τη μεγαλύτερη συγκέντρωση διοικητικού και εξειδικευμένου προσωπικού».

Παρόλα αυτά αυτή η απομόνωσή τους μπορεί να γίνει και το συγκριτικό τους πλεονέκτημα. Έρευνα των Keeble et al, (1992) σε αγροτικές και αστικές επιχειρήσεις δείχνει ότι 33% των απομακρυσμένων αγροτικών επιχειρήσεων (εκτός των τουριστικών) δήλωσαν αυξημένο εισόδημα, ενώ η αντίστοιχη αναλογία στις προσβάσιμες αγροτικές επιχειρήσεις ήταν 21% και στις αστικές μόνο 16%. Επίσης, το 18% των απομακρυσμένων αγροτικών επιχειρήσεων ήταν έντονα προσανατολισμένες σε προσωπικούς πελάτες, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των αστικών ήταν μόνο 4%. Οι Keeble και Tyler (1995) στην έρευνά τους σε 1000 επιχειρήσεις σε απομακρυσμένες, προσβάσιμες και αστικές περιοχές, συμπεραίνουν ότι οι προσβάσιμες

αγροτικές επιχειρήσεις είναι πιο καινοτόμες, δυναμικές και αναπτύσσουν περισσότερη εσωτερική τεχνολογική εξειδίκευση σε σχέση με τις αντίστοιχες αστικές ή απομακρυσμένες αγροτικές. Οι ίδιοι συγγραφείς και ο Townroe (1991) αναφέρουν ότι η φυσική ομορφιά και η υψηλή ποιότητα ζωής των απομακρυσμένων αγροτικών περιοχών είναι παράγοντας- κλειδί για το σχηματισμό νέων μικρών επιχειρήσεων. Σύμφωνα με τους Bye και Font (1990) «ο αγροτικός χώρος γίνεται η κύρια πηγή για την παροχή υπηρεσιών και συντελεστών παραγωγής, οι οποίοι είναι λιγότερο «τροποποιημένοι» (αέρας, νερό, τουρισμός, ελεύθερες δραστηριότητες, υγιεινά αγαθά καθώς και άλλα δευτερεύοντα προϊόντα)». Οι επιχειρήσεις που δεν αντιμετωπίζουν οικονομικά εμπόδια σχετικά με τη χωροθέτησή τους τις προτιμούν, ενώ η υψηλή ποιότητα ζωής προσελκύει μάνατζερ και προσωπικό (Keeble & Tyler, 1995).

Οι North και Smallbone, (2000a) διεξάγουν μια έρευνα στις απομακρυσμένες και προσβάσιμες αγροτικές περιοχές για την περίοδο 1991-1996 και μελετούν την καινοτομία τους. Συμπεραίνουν ότι οι προσβάσιμες αγροτικές περιοχές παρουσιάζουν σε υψηλότερο ποσοστό καινοτομία προϊόντος και διαδικασίας. Ο κύριος λόγος δεν είναι τόσο η τοποθεσία τους, αλλά το γεγονός ότι η μεγαλύτερη αναλογία των ΜΜΕ τους ανήκουν σε περισσότερο καινοτόμους κλάδους. Επίσης, οι καινοτόμες επιχειρήσεις τείνουν περισσότερο να αναπτύσσουν νέες αγορές από ότι οι μη καινοτόμες. Εντούτοις, όσον αφορά τις νέες μεθόδους μάρκετινγκ, οι προσβάσιμες αγροτικές περιοχές είναι δυο φορές πιο πιθανό σε σχέση με τις απομακρυσμένες να χρησιμοποιήσουν το διαδίκτυο για λόγους μάρκετινγκ, κάτι που δείχνει καθαρά το περιορισμένο περιβάλλον μάθησης των απομακρυσμένων περιφερειών. Τέλος, οι απομακρυσμένες αγροτικές περιοχές τείνουν να παρουσιάζουν λιγότερη καινοτομία διεργασίας, κάτι που είναι πιθανά το αποτέλεσμα του χαμηλότερου κόστους εργασίας, πράγμα που τις ενθαρρύνει να χρησιμοποιούν μεθόδους παραγωγής έντασης εργασίας από το να εκσυγχρονίζουν τον εξοπλισμό της διαδικασίας παραγωγής. Ένα

συνολικό αποτέλεσμα είναι ότι οι απομακρυσμένες αγροτικές περιοχές είναι λίγο περισσότερο καινοτόμες από τις περισσότερο προσβάσιμες, ενώ το αντίθετο ισχύει για τις επιχειρήσεις του τομέα των υπηρεσιών.

Οι ίδιοι συγγραφείς (Smallbone et al, 1999) συγκρίνουν τα αποτελέσματα με παρόμοια έρευνα που διεξήχθη τη δεκαετία '80 (Smallbone et al, 1993). Η σύγκριση δείχνει ότι η ανάπτυξη νέων προϊόντων και αγορών (και ειδικά των μη τοπικών), γενικός στόχος των επιχειρήσεων που επιδιώκουν το κέρδος, γίνεται προτεραιότητα των απομακρυσμένων αγροτικών περιφερειών. Ένα από τα χαρακτηριστικά τους είναι η αυξημένη εισχώρησή τους σε εθνικές και διεθνείς αγορές. Ένα άλλο συμπέρασμα είναι ότι οι αγορές εργασίας των αγροτικών περιοχών δεν ενθαρρύνουν τη βελτίωση της παραγωγικότητας της εργασίας των επιχειρήσεων και παρόλο που οι επιχειρήσεις με την καλύτερη απόδοση χρησιμοποιούν μεθόδους εκσυγχρονισμού του εξοπλισμού της διαδικασίας παραγωγής, αυτός δεν είναι ο κύριος στόχος όλων των επιχειρήσεων. Αξιοσημείωτο είναι ακόμη το γεγονός ότι ακόμα και σε περίοδο ύφεσης, οι απομακρυσμένες αγροτικές επιχειρήσεις πέτυχαν να δημιουργήσουν απασχόληση. Τέλος, υπάρχει και η πιθανότητα να μην επηρεάζεται η καινοτομία από τη γεωγραφική τοποθεσία. Σύμφωνα με τον Roper (2001) και την έρευνά του στην Ιρλανδία, η γεωγραφική τοποθεσία των επιχειρήσεων δεν δείχνει να επηρεάζει την καινοτομία τους και όροι όπως το περιβάλλον καινοτομίας και τα πλεονεκτήματα της συγκέντρωσης δεν αποδεικνύονται εμπειρικά.

#### *5.5. Η Καινοτομική Δραστηριότητα στις Περιοχές Έρευνας*

Ο πίνακας 5.1 δείχνει την καινοτομική δραστηριότητα των επιχειρήσεων στις περιοχές έρευνας. Όπως θα περίμενε κανείς η καινοτομική δραστηριότητα είναι πολύ υψηλή ανάμεσα



στις επιχειρήσεις του νομού Αχαΐας. Σχεδόν μία στις τέσσερις (23.46%) επιχειρήσεις του νομού Αχαΐας (42 επιχειρήσεις) παρουσιάζουν καινοτομική δραστηριότητα. Η καινοτομική δραστηριότητα στην Αχαΐα σχετίζεται περισσότερο με εισαγωγή νέων προϊόντων στην εταιρεία ή με νέες μεθόδους προώθησης των προϊόντων. Αντίθετα ανάμεσα στις επιχειρήσεις της Ηλείας (18 επιχειρήσεις) η εισαγωγή νέων προϊόντων για την επιχείρηση ή το νομό προηγείται της εισαγωγής νέων μεθόδων διανομής ή προώθησης του προϊόντος. Τέλος, στο νομό Αιτωλοακαρνανίας οι δύο επιχειρήσεις που παρουσιάζουν καινοτομική δραστηριότητα σχετίζεται με την εισαγωγή νέων προϊόντων σε επίπεδο νομού και νέες μεθόδους προώθησης των προϊόντων. Τέλος, είναι σημαντικό να σημειώσουμε ότι σχεδόν 10% των επιχειρήσεων της Αχαΐας κατέχουν διπλώματα ευρεσιτεχνίας για τις καινοτομίες τους ενώ το ποσοστό αυτό είναι 7% για τις επιχειρήσεις του νομού Ηλείας.

Πίνακας 5.1. Καινοτομική Δραστηριότητα στις Επιχειρήσεις των Περιοχών Έρευνας

% Επιχειρήσεων που Δήλωσαν Καινοτομική Δραστηριότητα με Μορφή:	Ηλεία	Αχαΐα	Αιτωλ/νία	Όλες
Νέο προϊόν/υπηρεσία για την επιχείρηση	8.82	11.73	0.00	7.56
Νέο προϊόν/υπηρεσία για την περιοχή	8.82	8.38	0.86	6.30
Νέο προϊόν/υπηρεσία	2.94	3.91	0.00	2.52
Νέα μέθοδος παραγωγής	2.94	6.70	0.86	4.30
Νέα μέθοδος διανομής	2.94	3.91	0.00	2.52
Νέα μέθοδος προώθησης	2.94	10.61	0.86	5.79
Άλλο	0.00	0.56	0.00	0.25
Μία τουλάχιστον καινοτομία	17.65	23.46	1.72	15.62
Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας	6.86	10.06	0.00	6.30

Σύνολο (N)	102	179	116	397

Τα ποσοστά δεν αθροίζουν διότι μία επιχείρηση μπορεί να έχει δηλώσει μία ή περισσότερες καινοτόμες δράσεις.

Στο πίνακα 5.2 φαίνεται η διαδικασία που ακολούθησαν οι επιχειρήσεις για την σύλληψη και την εκτέλεση της καινοτομίας. Σε όλες τις περιοχές έρευνας η καινοτομία δημιουργείται μέσα από την επιχείρηση σε ποσοστό περισσότερο από 50%. Οι εμπορικοί συνεργάτες σαν πηγή έμπνευσης για καινοτομία παίζουν ρόλο στις επιχειρήσεις της Αχαΐας, ενώ οι θεσμοί και οι οργανισμοί είναι σημαντικοί μόνο στην περιοχή της Ηλείας.

Πίνακας 5.2. Διαδικασία Σύλληψης της Καινοτομίας

% Επιχειρήσεων με Καινοτομία που Δήλωσαν την Διαδικασία:	Ηλεία	Αχαΐα	Αιτωλ/νία	Όλες
Μέσα από την επιχείρηση	50.0	61.9	50.0	58.1
Από συνεργάτες	11.1	16.7	0.0	14.5
Από φίλους και συγγενείς	0.0	7.14	0.0	4.8
Από συμβούλους	16.7	16.7	0.0	16.1
Από οργανισμούς/θεσμούς	11.1	2.4	0.0	4.8
Άλλο	11.1	14.3	50.0	14.5
Σύνολο (N)	18	42	2	62

Τα ποσοστά δεν αθροίζουν διότι μία επιχείρηση μπορεί να έχει δηλώσει μία ή περισσότερες διαδικασίες καινοτομίας.

Τα μικρά ποσοστά καινοτομίας στην περιοχή της Αιτωλοακαρνανίας (μόνο δύο επιχειρήσεις δήλωσαν καινοτομική δραστηριότητα δεν μας επιτρέπουν να κατατάξουμε τις περιοχές έρευνας σε ‘Χώρους Καινοτομίας – Innovative Milieu’.

### 5.6. Καινοτομία και Χαρακτηριστικά Επιχειρήσεων στις Περιοχές Έρευνας

Στο σημείο αυτό θα προσπαθήσουμε να συσχετίσουμε την εμφάνιση καινοτομικής δραστηριότητας με κάποια από τα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων και των επιχειρηματιών που αναλύθηκαν στο τρίτο μέρος της παρούσας έκθεσης. Από την ανάλυση εξαιρούνται όλες οι επιχειρήσεις της περιοχής Αιτωλοακαρνανίας διότι δεν παρουσιάζουν σημαντική καινοτομική δραστηριότητα και εάν συμπεριληφθούν θα διαταράζουν τα αποτελέσματα του δείγματος με μεροληψία προς τα κάτω. Από τον πίνακα 5.3 φαίνεται ότι η κύρια ομάδα καινοτομιών εμφανίζεται στον κλάδο ειδών διατροφής και στο εμπόριο. Σε μικρότερο βαθμό ακολουθούν οι ξενοδοχειακές υπηρεσίες, οι μεταφορές και διάφορες άλλες υπηρεσίες.

Πίνακας 5.3. Κλαδική Κατανομή των Καινοτόμων Επιχειρήσεων

Κλάδος	% Καινοτόμων	Αριθμός Επιχειρήσεων στον Κλάδο
Γεωργία	0.0	0
Ορυχεία	0.0	1
Είδη Διατροφής	18.6	35
Άλλες Βιομηχ. Δραστ.	5.1	8
Ηλεκτρισμός	0.0	0
Κατασκευές	5.1	14
Χονδρικό και Λιανικό Εμπόριο	23.7	65
Ξενοδοχεία και Εστιατόρια	11.9	31
Μεταφορές	11.9	33
Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες	5.1	23
Μεσιτικές Υπηρεσίες	0.0	4

Άλλες Υπηρεσίες	18.6	62
Σύνολο (N)	100.0	276

Οι καινοτόμες επιχειρήσεις διαφέρουν από τις μη-καινοτόμες στο μέγεθος και στην ηλικία. Ο μέσος όρος μεγέθους σε αριθμό εργαζομένων των καινοτόμων επιχειρήσεων είναι 22.22 σε αντίθεση με τις μη καινοτόμες επιχειρήσεις που το μέγεθός τους είναι 8.7. Η ηλικία των καινοτόμων επιχειρήσεων είναι μεγαλύτερη από την αντίστοιχη των μη-καινοτόμων πράγμα το οποίο είναι σε αντίθεση με βιβλιογραφικά δεδομένα που θέλουν τις καινοτόμες επιχειρήσεις να είναι νεότερες σε ηλικία. Ο μέσος όρος της ηλικίας των καινοτόμων επιχειρήσεων είναι 32.2 και των μη-καινοτόμων επιχειρήσεων είναι 19.7.

Στο πίνακα 5.4 φαίνεται ότι δεν υπάρχει πολύ μεγάλη διαφορά ανάμεσα σε καινοτόμες και μη-καινοτόμες επιχειρήσεις και τη διαδικασία με την οποία δημιουργήθηκαν.

Πίνακας 5.4. Διαδικασία Απόκτησης Επιχείρησης Μεταξύ Καινοτόμων και Μη-Καινοτόμων Επιχειρήσεων.

Μέθοδος Δημιουργίας	Μη-Καινοτόμες	Καινοτόμες	Όλες οι Επιχειρήσεις
Κληρονομιά	10.7	18.2	12.2
Αγορά	7.4	3.6	6.7
Ενοικίαση	3.3	0.0	2.6
Δημιουργία	71.6	76.4	72.6
Άλλο	7.0	1.8	5.9

Σύνολο (N)	215	55	270
------------	-----	----	-----

Στον πίνακα 5.5 φαίνεται ότι η νομική μορφή της επιχείρησης διαφέρει σημαντικά ανάμεσα σε καινοτόμες και μη-καινοτόμες επιχειρήσεις. Οι καινοτόμες επιχειρήσεις είναι σε μεγαλύτερο βαθμό ανώνυμες εταιρείες από τις μη-καινοτόμες επιχειρήσεις. Οι καινοτόμες επιχειρήσεις είναι σε μικρότερο βαθμό οικογενειακές από τις μη-καινοτόμες επιχειρήσεις.

Πίνακας 5.5. Νομική Μορφή και Εμφάνιση Καινοτομίας

Νομική Μορφή	Μη-Καινοτόμες	Καινοτόμες	Όλες οι Επιχειρήσεις
Προσωπική	54.5	30.0	49.3
ΟΕ ή ΕΕ	17.3	21.7	18.2
ΕΠΕ	5.0	8.3	5.7
ΑΕ	21.4	38.3	25.0
Συνεταιρισμός	0.0	0.0	0.0
Άλλο	1.8	1.7	1.8
Σύνολο (N)	220	60	280

Στο πίνακα 5.6 είναι εμφανές ότι οι καινοτόμες επιχειρήσεις διευθύνονται από επιχειρηματίες με υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης από ότι οι αντίστοιχοι μη-καινοτόμοι επιχειρηματίες. Είναι χαρακτηριστικό ότι 37.3% των επιχειρηματιών με καινοτόμες επιχειρήσεις είναι απόφοιτοι πανεπιστημίου σε σχέση με 24.8% των επιχειρηματιών σε μη-καινοτόμες επιχειρήσεις. Είναι επίσης σημαντικό να σημειώσουμε ότι το μεγάλο ποσοστό των επιχειρηματιών καινοτόμων επιχειρήσεων έχει καταρτισθεί σε σεμινάρια (πίνακας 5.7).

Πίνακας 5.6. Επίπεδο Εκπαίδευσης Επιχειρηματία Ανάμεσα σε Καινοτόμες και Μη-Καινοτόμες Επιχειρήσεις

Ποσοστό Επιχειρηματιών που Πήγε Μόνο:	Μη-Καινοτόμες	Καινοτόμες	Όλες οι Επιχειρήσεις
Δημοτικό	6.4	3.4	5.8
Γυμνάσιο	8.7	5.1	7.9
Λύκειο	38.5	30.5	36.8
Πανεπιστήμιο	24.8	37.3	27.4
Μεταπτυχιακοί Τίτλοι	4.6	5.1	4.7
Ιδιωτική/ Δημόσια Μεταλυκ. Εκπαίδευση	17.0	18.6	17.3
Σύνολο (N)	218	59	277

Πίνακας 5.7. Επιχειρηματική Κατάρτιση και Καινοτομία

Σεμινάρια	Μη-Καινοτόμες	Καινοτόμες	Όλες οι Επιχειρήσεις
Ναι	44.4	70.2	49.8
Όχι	55.6	29.8	50.2
Σύνολο (N)	178	47	225

Στο πίνακα 5.8 φαίνεται ότι οι επιχειρηματίες καινοτόμων επιχειρήσεων είχαν σε μεγάλο βαθμό εμπειρία από την διαχείριση επιχειρήσεων (αθροιστικά σχεδόν 40%) των επιχειρηματιών, μεγαλύτερη εργασιακή εμπειρία (σχεδόν 44%) και ανατράφηκαν σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον σε μεγαλύτερο βαθμό από τους επιχειρηματίες μη-καινοτόμων επιχειρήσεων. Συνολικά οι επιχειρηματίες καινοτόμων επιχειρήσεων έχουν συσσώρευση μεγαλύτερο ανθρώπινο δυναμικό από τους μη-καινοτόμους επιχειρηματίες. Στο πίνακα 5.9

φαίνεται επίσης ότι υπάρχει μεγαλύτερη συσσώρευση κοινωνικού κεφαλαίου ανάμεσα στους επιχειρηματίες καινοτόμων επιχειρήσεων σε σχέση με τους επιχειρηματίες μη-καινοτόμων επιχειρήσεων.

Πίνακας 5.8. Ατυπες Διαδικασίες Συσσώρευσης Επιχειρηματικού Κεφαλαίου και Καινοτομία

Διαδικασίες Συσσώρευσης Επιχειρηματικού Κεφαλαίου	% Επιχειρηματιών		
	Χωρίς Καινοτομία	Με Καινοτομία	Όλοι
Είχε την ευθύνη άλλης επιχείρησης στην περιοχή	17.2	21.7	18.1
Είχε την ευθύνη άλλης επιχείρησης σε άλλη περιοχή	9.5	18.3	11.4
Εργαζόταν σε άλλη επιχείρηση στην περιοχή	20.4	25.0	21.4
Εργαζόταν σε άλλη επιχείρηση σε άλλη περιοχή	12.7	18.3	13.9
Τουλάχιστον ένας από τους γονείς είχε δικιά του επιχείρηση. Εδώ	20.8	30.0	22.8
Τουλάχιστον ένας από τους γονείς είχε δικιά του επιχείρηση. Αλλού	4.1	5.0	4.3
Γεννήθηκα και μεγάλωσα εδώ	64.7	63.3	64.4
Σύνολο (N)	221	60	281

Πίνακας 5.9. Στοιχεία Κοινωνικού Κεφαλαίου και Καινοτομία

Κοινωνικό Κεφάλαιο	% Επιχειρηματιών		
	Χωρίς Καινοτομία	Με Καινοτομία	Όλοι

Μέλος σε αθλητικές ενώσεις	12.2	21.7	14.2
Μέλος πολιτιστικών συλλόγων	9.1	13.3	10.0
Συμμετοχή στην τοπική αυτοδ.	12.2	16.7	13.2
Μέλος επιμελητηρίων	66.1	66.7	66.2
Σύνολο (N)	221	60	281



## 6. Επιχειρηματική Απόδοση

### 6.1 Επιχειρηματική Απόδοση: Ορισμοί και Μέθοδοι Μέτρησής της

Ο καθορισμός της επιτυχημένης επιχειρηματικής απόδοσης είναι ένα αμφισβητούμενο ζήτημα στα οικονομικά των επιχειρήσεων, που κατά κύριο λόγο οφείλεται στις πολυδιάστατες έννοιες και στόχους που προσδιορίζουν την επιχειρηματικότητα. Η έρευνα για τη μέτρηση της απόδοσης προέρχεται από τη θεωρία οργάνωσης και στρατηγικής διαχείρισης. Ο Murphy et al, (1996) έχουν παράσχει την πληρέστερη περιγραφή για την αλλαγή σημασιολογίας και μέτρησης της απόδοσης στην επιχειρηματική έρευνα μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του '90. Η θεωρία οργάνωσης και η στρατηγική διοικητική έρευνα έχουν παράσχει τις βάσεις για τη μέτρηση και την αξιολόγηση της επιχειρηματικής απόδοσης. Η χρηματοοικονομική απόδοση είναι στον πυρήνα της οργανωτικής αποτελεσματικότητας (Chakravarthy, 1986) ενώ η λειτουργική απόδοση αναφέρεται σε έννοιες όπως η ποιότητα των προϊόντων και το μερίδιο αγοράς και καθορίζει μια ευρύτερη αντίληψη της οργανωτικής απόδοσης εστιάζοντας σε παράγοντες που οδηγούν τελικά στη χρηματοοικονομική απόδοση (Hofer, 1987; Kaplan, 1983).

Εντούτοις, οι Venkatraman και Ramanujam (1986), προτείνουν ότι η λειτουργική καθώς επίσης και η χρηματοοικονομική πλευρά της απόδοσης πρέπει να εξεταστούν έτσι ώστε η απόδοση να βελτιωθεί με την εξέταση των πολλαπλών διαστάσεων της, ένα ζήτημα που έχει τονιστεί ιδιαίτερα από διάφορους συγγραφείς (Kaplan, 1983; Gupta, 1987; Venkatraman & Ramanujam, 1986; Randolph et al, 1991). Υπό αυτή την έννοια, διάφορα κριτήρια της επιχειρηματικής απόδοσης έχουν εξεταστεί στη βιβλιογραφία των επιχειρήσεων και των οικονομικών. Η επιχειρηματική απόδοση συχνά προσδιορίζεται με το κέρδος, και μερικές

φορές με την αγοραστική δύναμη. Τα πιο κοινά πληρεξούσιά της είναι η επιστροφή πωλήσεων (ROS), η επιστροφή επενδύσεων (ROI) και η επιστροφή κεφαλαίου (ROA). Ειδικότερα τα ROI και ROA θεωρούνται ως τα πιο χρήσιμα μέτρα και βασικά ‘bottom line’ τεστ της επιχειρησιακής απόδοσης (Reese & Cool, 1978; Scherer, 1979; Long & Ravenscraft, 1984), παρά κάποια περιστασιακή κριτική (Fisher & McGowan, 1983; Benston, 1985).

Οι Durand και Coeurderoy (2001), ανέπτυξαν έναν πληρέστερο δείκτη που μετρά την οργανωτική απόδοση με πέντε στοιχεία που δείχνουν την αποδοτικότητα, την επιστροφή κεφαλαίου, την αύξηση των πωλήσεων, την οριακή αύξηση και την αύξηση του αριθμού υπαλλήλων. Το  $q$  του Tobin και η επιστροφή στην αξία αντικατάστασης κεφαλαίου είναι επίσης μέτρα αξιολόγησης της αποδοτικότητας που χρησιμοποιούνται στον καθορισμό της επιχειρηματικής απόδοσης (McGahan, 1999; Lang & Stulz, 1994; Lindenberg & Ross, 1980; Salinger, 1984). Ο Voulgaris et al, (2000) καθορίζουν την απόδοση των MME βάσει μιας ανάλυσης οικονομικής αναλογίας βασισμένη σε μια μέθοδο πολλαπλού κριτηρίου ενίσχυσης αποφάσεων (MCDA) (Jacquet-Lagrange, 1995; Doumpos & Zorounidis, 1998) επιτρέποντας τους να ταξινομήσουν τις MME σε κατάλληλες ομοιογενείς κατηγορίες σύμφωνα με τη χρηματοοικονομική τους απόδοση. Ο Glancey (1998), ορίζει την εταιρική απόδοση ως αποδοτικότητα που μετριέται από τα μέσα λειτουργικά κέρδη δια του μέσου συνολικού κεφαλαίου, και την αύξηση/ ανάπτυξη από το μέσο ετήσιο ποσοστό αύξησης του συνολικού κεφαλαίου. Ο Nickell (1996) εξέτασε την επίδραση του ανταγωνισμού στην εταιρική απόδοση ορίζοντας το επίπεδο συνολικής παραγωγικότητας παραγόντων ως την αξία των πωλήσεων και της προστιθέμενης αξίας με ένα τριμήφιο industry-specific δείκτη τιμών ενώ οι Mudambi και Nicosia (1998) μέτρησαν την επιχειρηματική απόδοση χρησιμοποιώντας το πραγματικό και αφύσικο ποσοστό επιστροφής στο χρηματιστήριο.

Η μέτρηση της απόδοσης των ΜΜΕ στις μειονεκτικές και απομακρυσμένες περιοχές παρουσιάζει μερικές πολύ έντονες δυσκολίες. Η βασική απόδοση μετριέται με φυσικούς όρους (απασχόληση, ποσότητα εισαγωγών ή εξαγωγών, κ.λπ.) ή με βασικά οικονομικά μέτρα απόδοσης (επιστροφή κεφαλαίου), με την αποδοτικότητα (περιθώρια κέρδους, κ.λπ.), με αύξηση (των πωλήσεων, των προτερημάτων, κ.λπ.) ή με χρήση πηγών εκτός κεφαλαίου (μέτρα ρευστότητας κ.λπ.). Τα στοιχεία μπορεί να προκύψουν είτε από δημοσιευμένα στοιχεία που προέρχονται από λογιστικά βιβλία των εταιριών ή άμεσα από ερωτηματολόγια στις επιχειρήσεις. Και για τις δύο πηγές υπάρχει ένα ζήτημα που αναφέρεται στην εγκυρότητα των στοιχείων. Και οι δύο πηγές στοιχείων δημιουργούν ερωτήματα για την εγκυρότητα των στοιχείων, όσον αφορά τα λογιστικά βιβλία των εταιριών μπορεί να συσχετίζονται με την κοινοποίηση στοιχείων της εταιρίας ενώ όσον αφορά το ερωτηματολόγιο μπορεί να υπάρχουν σκόπιμα λανθασμένες απαντήσεις. Στη δικιά μας περίπτωση δεν ήταν δυνατή η χρησιμοποίηση στοιχείων από τα λογιστικά βιβλία των εταιριών αφού οι περισσότερες εταιρίες είναι μικρές και δεν είναι υποχρεωμένες να δημοσιεύσουν στοιχεία λογιστικών δεδομένων. Κατά συνέπεια η μόνη πηγή στοιχείων είναι άμεσα από τις ίδιες τις εταιρίες. Ένα άλλο πρόβλημα σχετικό με τις λογιστικά δεδομένα είναι ότι μόνο τα στοιχεία που είναι σχετικά με τη χρηματοοικονομική απόδοση των εταιριών μπορούν να αποκομιστούν ενώ όλες οι άλλες διαστάσεις της απόδοσης όπως στρατηγική ή/ και οργανωτική δεν μπορούν να προσεγγιστούν. Αφ' ετέρου προκειμένου να ελαχιστοποιηθεί η παρείσφρηση του ερωτηματολογίου στην απόδοση μιας εταιρίας πρέπει να χρησιμοποιηθούν προσεκτικά σχεδιασμένες ερωτήσεις.

Σε αυτήν την εργασία, προκειμένου να αξιολογηθεί η επιχειρηματική απόδοση χρησιμοποιήσαμε διάφορους δείκτες της εταιρικής απόδοσης τόσο για την προηγούμενη όσο και για την αναμενόμενη απόδοση της εταιρίας στο μέλλον. Δηλαδή περιλήφθηκε η εξέλιξη

της εταιρίας στα προηγούμενα πέντε έτη και η αναμενόμενη μελλοντική θέση της εταιρίας στην απασχόληση, τα περιθώρια κέρδους, τις πωλήσεις, τις επενδύσεις και στην επίτευξη των πιο απότατων αγορών.

### *6.2 Επιχειρηματική Απόδοση στις Περιοχές Έρευνας*

Στην παρούσα εργασία χρησιμοποιούμε ένα εύρος δεικτών για την εξέταση της επιχειρηματικής αποδοτικότητας. Συγκεκριμένα, επειδή είναι πολύ δύσκολο να βρούμε χρηματοοικονομικούς δείκτες απόδοσης και οι επιχειρήσεις που συμπεριλαμβάνονται στο δείγμα δεν είναι υποχρεωμένες να δημοσιεύουν λογιστικές καταστάσεις, η χρήση χρηματοοικονομικών δεδομένων δεν είναι ενδεδειγμένη. Για το λόγο αυτό στηρίζομαστε σε πολύ χονδρικούς δείκτες αύξησης, μείωσης ή μη-μεταβολής της απασχόλησης, των πωλήσεων, των κερδών, των επενδύσεων, του αριθμού των πελατών και της απόστασης από την μακρύτερη αγορά στην οποία στέλνουν τα προϊόντα τους.

Είναι γεγονός ότι σχεδόν το 50% των επιχειρήσεων σε όλες τις περιοχές έρευνας παρουσιάζουν αύξηση στις πωλήσεις, τα κέρδη, τους αριθμούς πελατών και την απόσταση των πιο μακρινών αγορών, ενώ ένα ποσοστό μεταξύ 40-50% παρουσιάζουν αύξηση στην απασχόληση και τις επενδύσεις. Είναι επίσης ιδιαίτερα σημαντικό να σημειώσουμε ότι πολύ μικρό ποσοστό επιχειρήσεων παρουσιάζει μείωση στους δείκτες απόδοσης εκτός του συνόλου των κερδών που παρουσιάζει μείωση κατά ποσοστό 21.2%.

Πίνακας 6.1. Διαστάσεις της Επιχειρηματικής Αποδοτικότητας σε Όλες τις Περιοχές.

Διαστάσεις Αποδοτικότητας	Ποσοστό Επιχειρήσεων που Δηλώνουν:			
	Μείωση	Καμία Μεταβολή	Αύξηση	Σύνολο (N)
Απασχόληση	12.6	46.0	41.4	374
Σύνολο Πωλήσεων	13.4	30.9	55.6	372
Σύνολο Κερδών	21.2	30.5	48.4	364
Επενδύσεις σε Πάγια	8.8	47.4	43.9	342
Αριθμός Πελατών	13.0	31.0	56.0	368
Απόσταση των πιο Μακρινών Αγορών	6.5	44.3	49.2	309

Στους πίνακες 6.2, 6.3 και 6.4 φαίνονται οι αντίστοιχοι δείκτες για τις περιοχές Ηλείας, Αχαΐας και Αιτωλοακαρνανίας. Τα μεγαλύτερα ποσοστά αύξησης των μεγεθών απόδοσης βρίσκονται στη περιοχή της Αιτωλοακαρνανίας και ακολουθούνται από τις επιχειρήσεις της Αχαΐας. Το ποσοστό επιχειρήσεων που δηλώνουν αύξηση των δεικτών απόδοσης στην Ηλεία είναι το μικρότερο από όλες τις άλλες περιοχές. Ιδιαίτερα στο δείκτη της απασχόλησης, οι επιχειρήσεις στην Ηλεία δηλώνουν σε ποσοστό σχεδόν 25% ότι υπήρξε αύξηση στην απασχόληση, ποσοστό σχεδόν μισό από τις άλλες δύο περιοχές έρευνας.

Πίνακας 6.2. Διαστάσεις της Επιχειρηματικής Αποδοτικότητας - Ηλεία.

Διαστάσεις Αποδοτικότητας	Ποσοστό Επιχειρήσεων που Δηλώνουν:			
	Μείωση	Καμία Μεταβολή	Αύξηση	Σύνολο (N)
Απασχόληση	17.2	58.6	24.2	99
Σύνολο Πωλήσεων	16.0	44.0	40.0	100
Σύνολο Κερδών	16.3	45.9	37.8	98
Επενδύσεις σε Πάγια	15.8	53.7	30.5	95
Αριθμός Πελατών	15.3	42.9	41.8	98
Απόσταση των πιο Μακρινών Αγορών	14.0	58.1	28.0	93

Πίνακας 6.3. Διαστάσεις της Επιχειρηματικής Αποδοτικότητας – Αχαΐα.

Διαστάσεις Αποδοτικότητας	Ποσοστό Επιχειρήσεων που Δηλώνουν:			
	Μείωση	Καμία Μεταβολή	Αύξηση	Σύνολο (N)
Απασχόληση	15.7	40.9	43.4	159
Σύνολο Πωλήσεων	17.3	20.5	62.2	156
Σύνολο Κερδών	32.0	18.0	50.0	150
Επενδύσεις σε Πάγια	7.6	36.6	55.7	131
Αριθμός Πελατών	17.5	23.4	59.1	154
Απόσταση των πιο Μακρινών Αγορών	6.0	42.0	52.0	100

Πίνακας 6.4. Διαστάσεις της Επιχειρηματικής Αποδοτικότητας – Αιτωλοακαρνανία.

Διαστάσεις Αποδοτικότητας	Ποσοστό Επιχειρήσεων που Δηλώνουν:			
	Μείωση	Καμία Μεταβολή	Αύξηση	Σύνολο (N)
Απασχόληση	4.3	42.2	53.4	116
Σύνολο Πωλήσεων	6.0	33.6	60.3	116
Σύνολο Κερδών	11.2	33.6	55.2	116
Επενδύσεις σε Πάγια	4.3	54.3	41.4	116
Αριθμός Πελατών	5.2	31.0	63.8	116
Απόσταση των πιο Μακρινών Αγορών	0.9	35.3	63.8	116

### 6.3 Παράγοντες που Επηρεάζουν την Επιχειρηματική Απόδοση

Στο μέρος αυτό θα αποπειραθούμε να εξετάσουμε κάποιους από τους παράγοντες που επηρεάζουν την αποδοτικότητα των επιχειρήσεων του δείγματος. Οι παράγοντες αυτοί θα αναζητηθούν, κυρίως, ανάμεσα στα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων που παρουσιάστηκαν στο τρίτο μέρος αυτής της εργασίας. πιο συγκεκριμένα θα εξετάσουμε την επίδραση του κλάδου οικονομικής δραστηριότητας, του μεγέθους και της ηλικίας της επιχείρησης και των χαρακτηριστικών του επιχειρηματικού κεφαλαίου. Ο πίνακας 6.5 δείχνει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων που δηλώνει αύξηση στους δείκτες απόδοσης βρίσκεται στους κλάδους του εμπορίου, των άλλων υπηρεσιών, της βιομηχανίας των ειδών διατροφής, στις μεταφορές και στις επιχειρήσεις τουρισμού (ξενοδοχεία, εστιατόρια, κ.λ.π).

Πίνακας 6.5. Κλαδική Κατανομή και Επιχειρηματική Απόδοση.

Κλάδος	% Επιχειρήσεων που Δηλώνουν Αύξηση στους Δείκτες:				
	Απασχόλησης	Συνόλου Πωλήσεων	Συνόλου Κερδών	Επενδύσεων	Αριθμού Πελατών
Γεωργία	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Ορυχεία	0.7	1.0	1.1	1.4	1.0
Είδη Διατροφής	7.9	8.8	7.5	9.5	8.4
Άλλες Βιομηχ. Δραστ.	3.3	3.4	2.3	4.1	3.4
Ηλεκτρισμός	0.7	0.5	0.6	0.7	0.5
Κατασκευές	5.9	5.4	5.7	6.1	5.4
Χονδρικό και Λιανικό Εμπόριο	28.9	30.2	31.0	22.3	30.5
Ξενοδοχεία και Εστιατόρια	9.9	8.3	7.5	10.1	9.4
Μεταφορές	11.2	10.7	8.6	10.1	9.4
Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες	11.2	10.7	12.1	10.1	11.3
Μεσιτικές Υπηρεσίες	0.0	1.5	1.7	0.7	1.5
Άλλες Υπηρεσίες	20.4	19.5	21.8	25.0	19.2
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0



Στον πίνακα 6.6 φαίνεται ότι οι επιχειρήσεις που δηλώνουν αύξηση στην απασχόληση, τις πωλήσεις και τις επενδύσεις είναι μεγαλύτερες από τις επιχειρήσεις που δηλώνουν αύξηση στα κέρδη, τους αριθμούς πελατών και την απόσταση από την μακρινότερη στην οποία έφθασαν τα προϊόντα τους. Ο μέσος όρος της ηλικίας των επιχειρήσεων δεν παρουσιάζει σημαντική διαφορά ανάμεσα στις επιχειρήσεις που δήλωσαν αύξηση στους διάφορους δείκτες απόδοσης.

Από τους πίνακες 6.7 και 6.8 φαίνεται φανερό ότι οι επιχειρήσεις εκείνες που παρουσιάζουν αύξηση των δεικτών απόδοσης είναι συγχρόνως εκείνες των οποίων οι επιχειρηματίες παρουσιάζουν το μεγαλύτερο ποσοστό συσσώρευσης επιχειρηματικού ανθρώπινου δυναμικού.

Πίνακας 6.6. Μέσο Μέγεθος και Ηλικία Επιχειρήσεων που Δηλώνουν Αύξηση των Δεικτών Απόδοσης.

Δείκτες Απόδοσης	Μέσος Όρος Μεγέθους	Μέσος Όρος Ηλικίας
Απασχόληση	20.9	21.4
Σύνολο Πωλήσεων	20.5	24.4
Σύνολο Κερδών	9.3	20.6
Επενδύσεις σε Πάγια	22.2	25.8
Αριθμός Πελατών	9.5	20.4
Απόσταση από Μακρύτερη Αγορά	9.8	20.4

Πίνακας 6.7. Άτυπες Διαδικασίες Συσσώρευσης Επιχειρηματικού Δυναμικού

Χαρακτηριστικό Επιχειρηματικού Κεφαλαίου:	% Επιχειρήσεων που Δήλωσε Αύξηση σε:			
	Απασχόληση	Πωλήσεις	Κέρδη	Επενδύσεις
Είχε την ευθύνη άλλης επιχείρησης στην περιοχή	24.5	22.2	22.2	24.0
Είχε την ευθύνη άλλης επιχείρησης σε άλλη περιοχή	11.0	12.6	13.6	12.0
Εργαζόταν σε άλλη επιχείρηση στην περιοχή	27.7	29.0	31.8	28.7
Εργαζόταν σε άλλη επιχείρηση σε άλλη περιοχή	14.8	16.0	17.7	18.0
Τουλάχιστον ένας από τους γονείς είχε δικιά του επιχείρηση. Εδώ	21.9	23.7	21.6	26.0
Τουλάχιστον ένας από τους γονείς είχε δικιά του επιχείρηση. Αλλού	5.8	5.3	5.1	4.7
Γεννήθηκαν και μεγάλωσα εδώ	66.5	68.6	67.6	70.0

Πίνακας 6.8. Κοινωνικό Κεφάλαιο και Επιχειρηματίες

Χαρακτηριστικό Κοινωνικού Κεφαλαίου:	% Επιχειρήσεων που Δήλωσε Αύξηση σε:			
	Απασχόληση	Πωλήσεις	Κέρδη	Επενδύσεις
Μέλος σε αθλητικές ενώσεις	16.1	17.9	18.2	17.3
Μέλος πολιτιστικών συλλόγων	13.5	13.0	12.5	12.7
Συμμετοχή στην τοπική αυτοδ.	13.5	15.5	16.5	17.8
Μέλος επιμελητηρίων	58.7	57.5	56.3	58.7



## 7. Η Αντίληψη των Επιχειρηματιών για τα Εργαλεία Στήριξης της Επιχειρηματικότητας και την Επιχειρηματικότητα στις Περιοχές Έρευνας

Στο πίνακα 7.1 φαίνεται η προτίμηση των επιχειρήσεων των περιοχών έρευνας για διάφορα ‘ευέλκτα’ μέτρα στήριξης των επιχειρήσεων. Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι ο εντοπισμός, η αξιολόγηση και η εκπαίδευση του προσωπικού είναι το πλέον προτιμώμενο μέτρο στήριξης των επιχειρήσεων, δηλωτικό της μεγάλης ανάγκης που υπάρχει όχι μόνο για εξειδικευμένο προσωπικό αλλά και για μια διαδικασία επιλογής τους προσωπικού αυτού ώστε να ταιριάζει με τις ανάγκες της επιχείρησης.

Πίνακας 7.1. Μέτρα Στήριξης των Επιχειρήσεων.

% Επιχειρήσεων που Θεωρούν τα Ακόλουθα Μέτρα Στήριξης, ‘Χρήσιμα’ ή ‘Πολύ Χρήσιμα’	Ηλεία	Αχαΐα	Αιτωλ/νία	Όλες
Συμβουλές Χρηματοοικονομικής Διοίκησης	62.5	63.9	60.3	62.3
Συμβουλές Marketing	63.4	70.6	71.5	68.9
Υποστήριξη Οργάνωσης και Διοίκησης	55.7	65.5	48.3	56.4
Σχεδιασμός Παραγωγικού Εξοπλισμού	42.4	63.1	31.0	45.0
Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης	73.1	75.0	28.4	57.6
Βελτίωση Εσωτερικής Οργάνωσης	78.5	66.4	45.2	62.3
Εντοπισμός, Αξιολόγηση, Εκπαίδευση Προσωπικού	90.9	81.1	70.7	80.4
Τόπος Εγκατάστασης (οικόπεδο, υπηρεσίες)	74.0	66.4	75.0	71.5
Συμμετοχή σε Εμπορικές Εκθέσεις	38.8	56.2	47.4	47.8
Σύνολο (N)	98	112	116	326

Το δεύτερο πλέον προτιμώμενο μέτρο είναι ο τόπος εγκατάστασης μιας επιχείρησης ο οποίος θα πρέπει να σχετισθεί τόσο με την αγορά γης (οικόπεδο) όσο και με την προσφορά

συναφών υπηρεσιών εγκατάστασης (πρόσβαση σε τηλεπικοινωνιακά δίκτυα, κ.λ.π). Το στοιχείο αυτό αναδεικνύει τη σπουδαιότητα της δημιουργίας και στήριξης πάρκων (βιομηχανικών, βιοτεχνικών, τεχνολογικών, κ.λ.π) και της δημιουργίας θερμοκοιτίδων νέων επιχειρήσεων. Οι συμβουλευτικές υπηρεσίες Marketing έρχονται στη τρίτη θέση προτίμησης αναδεικνύοντας επίσης ένα σημαντικό πρόβλημα ιδιαίτερα για τις ΜΜΕ που δεν έχουν ούτε τους χρηματοοικονομικούς αλλά ούτε και τους ανθρώπινους πόρους για να σχεδιάσουν και να εκτελέσουν μία ενέργεια προώθησης των προϊόντων τους.

Σε αντιδιαστολή με τον πίνακα 7.1 που αναφέρεται σε πιθανά μέτρα στήριξης των επιχειρήσεων, ο πίνακας 7.2 εξειδικεύεται σε μέτρα για νέες μόνο επιχειρήσεις. Στον πίνακα 7.2 φαίνεται ότι υπάρχει μια δέσμη μέτρων η οποία μπορεί να θεωρηθεί άμεσης προτεραιότητας για τη στήριξη της επιχειρηματικότητας και των νέων επιχειρήσεων. Η παροχή τεχνολογιών πληροφοριών και επικοινωνιών, η απόδοση της τοπικής αυτοδιοίκησης και των επιχειρηματικών δικτύων καθώς και η προσφορά μιας εγγύησης για την ανάληψη επιχειρηματικής δράσης αποτελούν την αιχμή για την εκκίνηση επιχειρήσεων. Ανάμεσα στις περιοχές έρευνας θα πρέπει κανείς να παρατηρήσει ότι η ανάγκη προσφοράς εγγυήσεων για την ανάληψη επιχειρηματικής δράσης δεν θεωρείται σημαντικός παράγοντας στην περιοχή της Ηλείας, ενώ η απόδοση της τοπικής αυτοδιοίκησης θεωρείται σημαντικός παράγοντας από σχεδόν το 80% των επιχειρήσεων.

Πίνακας 7.2. Μέτρα Στήριξης Νέων Επιχειρήσεων.

% των Επιχειρηματιών που Προτείνουν τα	Ηλεία	Αχαΐα	Αιτωλ/νία	Όλες
Ακόλουθα Μέτρα Στήριξης:				
Δυνατότητα Πρόσβασης	12.7	43.3	52.6	38.1

Απόδοση Επιχειρηματικών Δικτύων	48.0	77.5	77.6	70.0
Απόδοση Τοπικής Αυτοδιοίκησης	79.4	66.3	75.9	72.5
Τεχνολογίες Πληροφοριών και Επικοινωνιών	67.6	68.5	83.6	72.7
Η Προώθηση της Τοπικής Εικόνας	25.5	64.6	49.1	50.0
Φορείς Κατάρτισης και Έρευνας	37.2	71.9	78.4	64.9
Χρηματοδότηση	33.3	43.3	28.4	36.4
Επιδοτούμενα Κεφάλαια Εκκίνησης	28.4	46.1	44.8	41.2
Διευκόλυνση με τη Γραφειοκρατία	59.8	39.9	62.9	51.8
Εγγύηση	30.4	81.5	81.0	68.2
Καθοδήγηση	27.4	66.3	54.3	52.8
Σύνολο (N)	102	178	116	396

Ο πίνακας 7.3 είναι αρκετά διαφωτιστικός για την ‘συνταγή’ επιτυχίας του νέου επιχειρηματία: Μια καλή ιδέα, πρόσβαση σε πηγές χρηματοδότησης και στήριξη από την οικογένεια είναι τα συστατικά μιας επιτυχημένης νέας επιχείρησης.

Πίνακας 7.3. Τα Χαρακτηριστικά του Νέου Επιχειρηματία

% των Επιχειρηματιών που Θεωρούν τα Ακόλουθα Χαρακτηριστικά Απαραίτητα:	Ηλεία	Αχαΐα	Αιτωλ/νία	Όλες
Μια Καλή Ιδέα (Καινοτομία)	56.9	51.1	48.3	51.8
Μεγάλο Ίδιο Αρχικό Κεφάλαιο	22.5	59.0	31.0	41.4
Πολύ Καλή Γνώση της Δουλειάς	19.6	14.0	16.4	16.1
Πολύ Καλές Γνωριμίες στην Αγορά	15.7	30.3	11.2	21.0
Πολύ Καλή Πρόσβαση στις Τράπεζες	77.4	71.3	87.1	77.5
Υποστήριξη από την Οικογένειά του	81.4	52.8	58.6	61.9
Σύνολο (N)	102	178	116	396

Ο πίνακας 7.4 δείχνει ότι δύο είναι οι ομάδες των τοπικών χαρακτηριστικών που μπορούν να συμβάλλουν στην επιχειρηματική δράση. Πρώτον τα χαρακτηριστικά εκείνα τα οποία μπορεί να χρησιμοποιήσει η επιχειρηματική δράση στον τουρισμό ή στην παραγωγή τοπικών προϊόντων όπως η σύνδεση του τόπου με την ιστορία, την πολιτιστική κληρονομιά ή την τοπική αρχιτεκτονική και δεύτερον στα χαρακτηριστικά αυτά που είναι κοινή προϋπόθεση για την εκκίνηση επιχειρηματικής δράσης όπως το φθινό εργατικό δυναμικό.

Πίνακας 7.4. Σημαντικά Χαρακτηριστικά της Περιοχής για την Προώθηση και Δημιουργία Νέων Επιχειρηματικών Δραστηριοτήτων

% των Επιχειρηματιών που Θεωρούν τα Ακόλουθα Χαρακτηριστικά Σημαντικά:	Ηλεία	Αχαΐα	Αιτωλ/νία	Όλες
Φυσικοί Πόροι, Τοπίο και Περιβάλλον	16.7	62.4	30.2	41.1
Ιστορία	21.6	97.7	56.9	66.2
Αρχιτεκτονική	57.8	83.7	92.2	79.6
Πολιτισμός, Παράδοση	19.6	72.5	43.1	50.2
Φθηνό Εργατικό Δυναμικό	83.3	78.1	36.2	67.2
Υπηρεσίες	30.4	37.1	34.5	34.6
Υποδομές και Εγκαταστάσεις	28.4	43.8	39.7	38.6
Σύνολο (N)	102	178	116	396



**ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ**

**Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΥΠΑΙΘΡΟ**

## **8. Η Επιχειρηματικότητα στην Ελληνική Ύπαιθρο**

### *8.1 Η έννοια της επιχειρηματικότητας*

Η σημερινή πολυδιάστατη έννοια της επιχειρηματικότητας προέρχεται από την ιστορική εξέλιξη της θεώρησης του επιχειρηματία και της συμβολής του στην οικονομική ανάπτυξη. Πράγματι, σημαντικοί θεωρητικοί των κοινωνικών επιστημών αντελήφθησαν την σημασία της επιχειρηματικότητας σαν κοινωνική και οικονομική ενέργεια και προσπάθησαν να προσδιορίσουν τα χαρακτηριστικά αυτής της λειτουργίας καθώς και τους παράγοντες εκείνους που επιδρούν στην ανάπτυξή της. Μία απλή και σύντομη καταγραφή των κυριότερων ορισμών και χαρακτηριστικών της επιχειρηματικότητας και του επιχειρηματία κατέληξε στην καταμέτρηση περισσότερων από δώδεκα διαφορετικών ορισμών (Psaltopoulos & Skuras, 2000), ξεκινώντας από τις θεμελιώδεις θεωρήσεις των Cantillon, Knight, Schumpeter, Kirzner, Schultz και άλλων, όπου το κυριότερο χαρακτηριστικό του επιχειρηματία είναι η επιθυμία του να αναλάβει τον κίνδυνο που συνδέεται με την έναρξη μιας οικονομικής δραστηριότητας και το αναπτυγμένο ‘αισθητήριο’ του που ανακαλύπτει τις ανάγκες της αγοράς αγαθών και υπηρεσιών, μέχρι τις πλέον σύγχρονες απόψεις για την εταιρική επιχειρηματικότητα (Skuras et al, 2000b). Εξέχουσα θέση φυσικά έχουν οι ολοκληρωμένες θεωρήσεις των Schumpeter και Schultz που τονίζουν την έννοια και την σημασία της καινοτομίας σαν κυριότερου προσδιοριστικού παράγοντα ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας και την διαδικασία δημιουργίας και συσσώρευσης επιχειρηματικού ανθρώπινου κεφαλαίου, αντιστοίχως (Skuras & Stathopoulou, 2000).

Ένας αρκετά περιεκτικός και ευρύς ορισμός θέλει τον επιχειρηματία να είναι οποιοσδήποτε οικονομικός παράγοντας που έχει την ικανότητα να αντιληφθεί ή και να δημιουργήσει μία οικονομική ευκαιρία, να υλοποιήσει ένα σχέδιο με το οποίο θα αξιοποιήσει την οικονομική ευκαιρία, και θα κερδίσει χρήματα, απασχόληση, κοινωνική αναγνώριση ή προσωπική ευχαρίστηση (Skuras & Stathoroulou, 2000). Είναι σημαντικό να τονίσουμε τρεις πολύ ενδιαφέρουσες πτυχές αυτού του ορισμού. Πρώτον, ο επιχειρηματίας πρέπει να έχει την δυνατότητα αντίληψης μιας οικονομικής ευκαιρίας που μπορεί να αναφέρεται σε όλα τα στάδια της παραγωγικής δραστηριότητας (παραγωγή, προώθηση, διάθεση) και να ικανοποιεί ή να δημιουργεί μια αγοραία ανάγκη. Η δυνατότητα αντίληψης εκτός από ένα έμφυτο χαρακτηριστικό είναι επίσης συνάρτηση του επιπέδου επιχειρηματικών ικανοτήτων και ειδικότερα της εκπαίδευσης, κατάρτισης, επιχειρηματικής εμπειρίας, και συναφών γνωστικών ή μη-γνωστικών διαδικασιών συσσώρευσης ανθρώπινου δυναμικού. Δεύτερον, ο επιχειρηματίας πρέπει να υλοποιήσει την ιδέα του και συνεπώς να συνδυάσει από τη μία τους κατάλληλους συντελεστές της παραγωγής και από την άλλη να αξιοποιήσει τα ιδιαίτερα τοπικά πλεονεκτήματα ή να ξεπεράσει τους παράγοντες που δρουν ανασταλτικά στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Τρίτον, οι στόχοι και συνεπώς το τελικό αποτέλεσμα της επιχειρηματικής δραστηριότητας μπορεί να είναι πολλαπλοί και εκτός του κέρδους να περιλαμβάνουν τη δημιουργία απασχόλησης για τον επιχειρηματία και τα μέλη της οικογένειάς του, την προσφορά προς και την αναγνώρισή του από το κοινωνικό σύνολο ή την απλή προσωπική του ευχαρίστηση. Συνεπώς δεν θα πρέπει κανείς να αξιολογεί την επιχειρηματική δραστηριότητα και το επιχειρηματικό αποτέλεσμα σε ένα στενό οικονομικό πλαίσιο μεγιστοποίησης του κέρδους.

## 8.2 Η ύπαιθρος σαν πλαίσιο ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας

Η τελευταία διαθέσιμη στατιστική αναφέρει την ύπαρξη περίπου 746.000 επιχειρήσεων στην Ελλάδα εκ των οποίων το 53,5% είναι επιχειρήσεις ενός μόνου ιδιοκτήτη (αυτοαπασχόληση) και 44,1% είναι μικρο-επιχειρήσεις (Eurostat, 1998). Οι ΜΜΕ απασχολούν το 86,4% του συνόλου των απασχολούμενων στην Ελλάδα ενώ 25,4% απ' αυτούς απασχολούνται σε επιχειρήσεις ενός ιδιοκτήτη, 30,5% σε μικρο-επιχειρήσεις (1-9 απασχολούμενους), 17,5% σε μικρές επιχειρήσεις (10-99 απασχολούμενους) και 13% σε μεσαίες επιχειρήσεις (100-249 απασχολούμενους). Η κυριότερη κλαδική περιοχή λειτουργίας των επιχειρήσεων ενός ιδιοκτήτη ή των μικρο-επιχειρήσεων παραμένει πάντα το χονδρικό και λιανικό εμπόριο, ή επισκευή αυτοκινήτων και μηχανών και τα ξενοδοχεία και εστιατόρια. Οι μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις αν και είναι σοβαρά αναμειγμένες στο χονδρικό και λιανικό εμπόριο και τον τουρισμό έχουν περισσότερο εξειδικευθεί στους βιομηχανικούς τομείς έντασης κεφαλαίου καθώς και στις τηλεπικοινωνίες και τις χρηματοοικονομικές και τραπεζικές υπηρεσίες. Δεν υπάρχει μια πραγματική μέτρηση για την καινοτομική δραστηριότητα των ΜΜΕ αλλά ενδείξεις συντελούν στο συμπέρασμα ότι έχει αυξηθεί σημαντικά ο αριθμός των εταιρειών υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίας που συνιστούν ένα δυναμικό μέρος της 'νέας οικονομίας'. Δυστυχώς, κανένα από τα προαναφερθέντα πανελλήνια στοιχεία δεν είναι γνωστά ειδικά για την ύπαιθρο. Μπορεί όμως κανείς να υποθέσει ότι η ελληνική ύπαιθρος δεν θα πρέπει να έχει σημαντικό μερίδιο ούτε στον συνολικό αριθμό των ΜΜΕ αλλά ούτε και στην απασχόληση που αυτές προσφέρουν, μια και η ανάπτυξη και λειτουργία των ΜΜΕ είναι κυρίως επικεντρωμένη στον αστικό χώρο. Παρ' όλα αυτά, αποτελέσματα από έρευνες πεδίου

στην ελληνική ύπαιθρο δείχνουν ότι οι επιχειρήσεις που δημιουργούνται στην ύπαιθρο συμβάλλουν ουσιαστικά στην αύξηση της απασχόλησης και οι επενδύσεις τους έχουν σημαντικό βαθμό προσθετικότητας (Skuras & Tzamaras, 2000).

Θα μπορούσε κανείς να ισχυρισθεί ότι, τόσο η έννοια της επιχειρηματικότητας όσο και η λειτουργία του επιχειρηματία είναι έννοιες καθολικές και συνεπώς δεν υπάρχει λόγος να διαφοροποιεί κάποιος τον επιχειρηματία της υπαίθρου ή την επιχειρηματικότητα που ενεργείται στην ύπαιθρο. Μια προσεκτική ανάγνωση των εννοιών της επιχειρηματικότητας αναδεικνύει την άμεση σχέση μεταξύ επιχειρηματικότητας και του κοινωνικού και οικονομικού περιβάλλοντος μέσα στο οποίο αυτή αναπτύσσεται και ενεργεί. Από την στιγμή που η ύπαιθρος ορίζει συγκεκριμένο χώρο οικονομικής δραστηριότητας η επιχειρηματικότητα και ο επιχειρηματίας διαφοροποιούνται και αξίζουν μιας διαφορετικής επιστημονικής προσέγγισης. Ποια είναι όμως τα σημεία που διαφοροποιούν τον επιχειρηματία στον αστικό χώρο και στον χώρο της υπαίθρου;

Πολλές περιοχές της υπαίθρου, και ιδιαίτερα οι ορεινές περιοχές της Ελλάδος, χαρακτηρίζονται από τη μεγάλη απόστασή τους από τις αγορές εισροών και προϊόντων γεγονός που επιβαρύνει σημαντικά το κόστος παραγωγής και διάθεσης και περιορίζει τις διαθέσιμες εναλλακτικές επιχειρηματικές στρατηγικές. Η σχέση απομάκρυνσης-γεινίασης με μεγάλα αστικά κέντρα επηρεάζει σημαντικά την πρόσβαση σε πηγές κεφαλαίων και πληροφοριών, σε εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό, σε εξωτερικές υπηρεσίες συμβούλων επιχειρήσεων, σε υπηρεσίες εξειδικευμένων θεσμών για επιχειρήσεις αλλά και πολλών άλλων παραγόντων που υποστηρίζουν την ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Με όλα αυτά στο νου, είναι

φανερό πως ο επιχειρηματίας της υπαίθρου πολύ δύσκολα και μάλλον σπάνια θα αναζητήσει επιχειρηματικό πλεονέκτημα σε καθαρά οικονομικούς όρους όπως χαμηλότερες τιμές εισροών και εκροών, φθηνότερες τιμές συντελεστών παραγωγής, έγκαιρη παράδοση, οικονομίες κλίμακας ή συγκέντρωσης. Συνεπώς το επιχειρηματικό πλεονέκτημα στην ύπαιθρο μπορεί να είναι διαφορετικό από το αντίστοιχο πλεονέκτημα σε αστικές περιοχές.

Οι περιοχές της υπαίθρου χαρακτηρίζονται από το φυσικό τους περιβάλλον που μπορεί να είναι πολλές φορές αρκετά περιοριστικό για την ανάπτυξη οικονομικών δραστηριοτήτων ή, ταυτόχρονα, να προσφέρει την ευκαιρία για ανάπτυξη οικονομικών δραστηριοτήτων που δεν είναι δυνατό να αναπτυχθούν σε αστικό χώρο. Σ' αυτό το πλαίσιο, παρατηρήθηκε στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια μια μεγάλη ανάπτυξη των αγρο-τουριστικών δραστηριοτήτων, της υπαίθριας αναψυχής και των σπορ στο φυσικό περιβάλλον (σκι, καγιάκ, κ.λ.π.). Το φυσικό περιβάλλον σε συνδυασμό με τη σχετικά μικρότερη πυκνότητα εξυπηρετούμενου πληθυσμού δεν διευκολύνει την εκτέλεση δαπανηρών έργων υποδομής που στόχο έχουν να άρουν τα φαινόμενα απομόνωσης και αποκλεισμού πολλών περιοχών της υπαίθρου, τόσο στον καθαρά κατασκευαστικό τομέα των μεταφορών όσο και στον τομέα των επικοινωνιών και μεταφοράς πληροφοριών. Μια προβολική θεώρηση της ελληνικής οικονομίας με τα ολοένα αυξανόμενα αστικά εισοδήματα, την επέκταση του ελεύθερου χρόνου και την στροφή του καταναλωτή σε ένα άλλο τρόπο ζωής αναβαθμίζει την σημασία της ποιότητας του περιβάλλοντος της υπαίθρου όχι μόνο σαν φυσικού πόρου η διατήρηση του οποίου έχει μια αυθύπαρκτη αξία, αλλά και σαν οικονομικού πόρου και πεδίου επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Οι προαναφερθέντες παράγοντες που διαμορφώνουν ένα ιδιαίτερο κλίμα επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι στενά συνδεδεμένοι με την χωρική διάσταση της υπαίθρου και κυρίως την απόσταση και το φυσικό περιβάλλον. Όπως όμως έχουμε ήδη τονίσει, ανεξάρτητα χώρου, το επιχειρηματικό ανθρώπινο δυναμικό και η καινοτομική σκέψη και δράση είναι δύο παράγοντες που χαρακτηρίζουν την επιχειρηματική δράση. Σήμερα, όσοι ασχολούνται με την επιχειρηματικότητα γνωρίζουν ότι η έννοια του ανθρώπινου δυναμικού έχει διευρυνθεί στην αντίστοιχη έννοια του κοινωνικού κεφαλαίου. Αυτή συμπεριλαμβάνει, εκτός από τα παραδοσιακά χαρακτηριστικά του ενεργού επιχευρηματία, τα χαρακτηριστικά του κοινωνικού συνόλου στο οποίο ενεργείται η επιχειρηματικότητα καθώς και τον τρόπο με τον οποίο οργανώνεται, ρυθμίζεται και διαλέγεται, συμπλέκεται ή αντιτίθεται, η κοινωνική με την οικονομική δραστηριότητα.

Έτσι λοιπόν, η έννοια του κοινωνικού κεφαλαίου περιλαμβάνει όλα τα παραδοσιακά χαρακτηριστικά του ανθρώπινου δυναμικού όπως το επίπεδο εκπαίδευσης και κατάρτισης και η διαδικασία συσσώρευσης επιχειρηματικής εμπειρίας αλλά και τον τρόπο με τον οποίο η τοπική κοινωνία αντιμετωπίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα και την επιθυμία για ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου, την ύπαρξη, δομή και ενέργεια των θεσμών, και την λειτουργία της τοπικής και περιφερειακής πολιτικής διοίκησης, της διαδικασίας ρύθμισης της οικονομικής δραστηριότητας και της κοινωνικής-οικονομικής δικτύωσης. Θα ήταν πλεονασμός να επιχειρηματολογήσει κανείς για τους λόγους εκείνους που συντελούν στην διαμόρφωση ενός περιοριστικού κοινωνικού κεφαλαίου στην ελληνική ύπαιθρο σε σχέση πάντα με τον αστικό χώρο. Δυστυχώς, τόσο τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματικού δυναμικού όσο και τα γενικότερα χαρακτηριστικά του ανθρώπινου κεφαλαίου στην ελληνική ύπαιθρο έχουν πληγεί από την μετανάστευση που στέρησε τις περιοχές αυτές από το πλέον

ενεργό και δυναμικό ανθρώπινο κεφάλαιο ενώ η συνεχιζόμενη χαμηλή παροχή υπηρεσιών και σχετική απομόνωση δεν δημιουργεί τις κατάλληλες συνθήκες διακράτησης ή ακόμα και επιστροφής του επιχειρηματικού δυναμικού.

Ένα από τα σημαντικότερα φαινόμενα εκδήλωσης αναπτυγμένου επιχειρηματικού, και γενικότερα κοινωνικού κεφαλαίου, είναι η εμφάνιση και ύπαρξη επιχειρηματικών δικτύων. Στην ελληνική ύπαιθρο, τα επιχειρηματικά δίκτυα κάθε μορφής έχουν πολύ χαμηλό βαθμό ανάπτυξης. Τα οριζόντια επιχειρηματικά δίκτυα σκοπό έχουν να συνδέσουν τοπικές επιχειρήσεις, θεσμούς και τοπική διοίκηση μεταξύ τους με σκοπό την προώθηση της οικονομικής δραστηριότητας στο πλαίσιο της διακλαδικής τοπικής συνεργασίας και της υποστήριξης της τοπικής επιχειρηματικής ταυτότητας. Τα κάθετα επιχειρηματικά δίκτυα σκοπό έχουν να συνδέσουν τοπικές επιχειρήσεις, θεσμούς και διοίκηση με αντίστοιχα δίκτυα ευρύτερης χωρικής εμβέλειας, έτσι ώστε να προωθείται η ροή αγαθών, υπηρεσιών, πληροφοριών και κεφαλαίου από και προς τις περιοχές της υπαίθρου.

Στην ελληνική ύπαιθρο, εάν κανείς εξαιρέσει κάποιες ουσιαστικές προσπάθειες δημιουργίας και υποστήριξης επιχειρηματικών δικτύων κυρίως μέσα από προγράμματα τοπικής δράσης, η ανάπτυξη των οριζόντιων δικτύων είναι σε εμβρυακό στάδιο. Αυτό το φαινόμενο θα πρέπει κανείς να το αποδώσει στην έλλειψη ορθής αξιολόγησης των πλεονεκτημάτων των επιχειρηματικών δικτύων και γενικά των πλεονεκτημάτων της συνέργειας, σε θεσμικό έλλειμμα, σε διοικητική αδυναμία και σε έλλειψη κατάλληλης δικτυακής υποδομής. Από την άλλη πλευρά, τα κάθετα επιχειρηματικά δίκτυα, όπου αυτά υπάρχουν, έχουν μεγάλο βαθμό εξάρτησης από αστικές επιχειρήσεις και πολλές φορές λειτουργούν σαν μηχανισμοί



απορρόφησης αγαθών και υπηρεσιών με άνισους επιχειρηματικούς όρους. Πολύ δε περισσότερο, η διείσδυση των κάθετων επιχειρηματικών δικτύων σε ορισμένες περιοχές της ελληνικής υπαίθρου εξαρθρώνει την τοπική οικονομική δραστηριότητα, οδηγεί τις επιχειρήσεις που δεν έχουν πρόσβαση σε αυτά στην περιθωριοποίηση και απελευθερώνει την οικονομική δραστηριότητα από το κοινωνικό της περιβάλλον οδηγώντας σε έντονα συγκρουσιακά φαινόμενα. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η δράση εθνικών και ευρωπαϊκών τουριστικών επιχειρηματικών δικτύων που οδήγησε τον μαζικό τουρισμό σε περιοχές της υπαίθρου με τα γνωστά αποτελέσματα της περιβαλλοντικής και κοινωνικής υποβάθμισης και της οικονομικής περιθωριοποίησης των τοπικών επιχειρήσεων.

Η ελληνική ύπαιθρος ορίζει ένα πολύ συγκεκριμένο χώρο επιχειρηματικής δραστηριότητας όπου κυριαρχούν οι περιοριστικοί παράγοντες και οι αδυναμίες στις όποιες ευκαιρίες και πλεονεκτήματα μπορεί να υπάρχουν. Η ύπαιθρος σαν χώρος καθορίζει και επιβάλλει την ανάγκη μιας πιο προσεκτικής και ξεχωριστής θεώρησης της επιχειρηματικότητας. Αυτό σημαίνει ότι το πλαίσιο πολιτικής για την υποστήριξη και ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην ελληνική ύπαιθρο θα πρέπει μεν να εντάσσεται σε ένα γενικότερο πλαίσιο ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας στην χώρα αλλά θα πρέπει επίσης να λαμβάνει υπόψη την ιδιαιτερότητα της υπαίθρου και να προσαρμόζει τους στόχους και τα εργαλεία άσκησης της πολιτικής στην πραγματικότητα αυτή.

### 8.3 Σημαντικότεροι περιορισμοί στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας

Μία πρόσφατη έρευνα του Ευρωβαρόμετρου για λογαριασμό της Επιτροπής της Ε.Ε είχε σαν αντικείμενο την επιχειρηματικότητα και, ανάμεσα σε άλλα, ερεύνησε τη γενική στάση και τις αντιλήψεις των πολιτών των χωρών της Ε.Ε και των ΗΠΑ απέναντι σε θέματα επιχειρηματικότητας καθώς και στους παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική δράση (Flash Eurobarometer, 2000). Οι πολίτες της Ε.Ε έχουν χαρακτηριστικά πιο συντηρητική στάση απέναντι στην ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου από τους πολίτες των ΗΠΑ, θεωρώντας ότι κάποιος δεν θα έπρεπε να αναλάβει επιχειρηματική δράση εάν υπάρχει κίνδυνος αποτυχίας. Οι Έλληνες πολίτες διαφοροποιούνται σημαντικά από όλους τους υπόλοιπους ευρωπαίους και μαζί με τους πολίτες της Μεγάλης Βρετανίας διαφωνούν σε ποσοστό πάνω από 60% ότι η ύπαρξη κινδύνου θα πρέπει να θεωρείται αποτρεπτικός παράγοντας ανάληψης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Παρ' όλα αυτά, η στάση στον κίνδυνο διαφοροποιείται σημαντικά ανάλογα με την ηλικία και την εκπαίδευση των ερωτώμενων αναδεικνύοντας αυτούς τους παράγοντες σε σημαντικούς ρυθμιστές της ροπής για δημιουργία επιχειρήσεων. Αναλογιζόμενοι την ηλικιακή διάρθρωση και το επίπεδο εκπαίδευσης του ελληνικού πληθυσμού της υπαίθρου είναι εύκολο να κατανοήσουμε την έλλειψη διάθεσης για ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου και το μικρό ποσοστό δημιουργίας νέων επιχειρήσεων.

Στην ίδια σφυγμομέτρηση αναδεικνύονται και οι κυριότεροι πρακτικοί λόγοι που εμποδίζουν την ανάληψη επιχειρηματικής δράσης πέρα από την ύπαρξη κινδύνου. Και οι Έλληνες πολίτες δεν θεωρούν τον επιχειρηματικό κίνδυνο σαν αποτρεπτικό παράγοντα για την

επιχειρηματικότητα, παρουσιάζουν αρνητικές τοποθετήσεις, από τις πιο αρνητικές στην Ευρώπη, για όλους σχεδόν τους περιοριστικούς παράγοντες που διερευνήθηκαν. Πιο συγκεκριμένα οι Έλληνες πολίτες θεωρούν ότι οι δυσκολία να ξεκινήσει κανείς μια καινούργια επιχείρηση εστιάζεται κυρίως στην έλλειψη χρηματοοικονομικών πόρων, την πολυπλοκότητα της διοικητικής διαδικασίας έναρξης της δραστηριότητας και το ασταθές και δυσμενές οικονομικό περιβάλλον και σε πολύ μικρότερο βαθμό στη δυσκολία εξεύρεσης πληροφοριών. Δυστυχώς, στην Ελλάδα είναι πολύ λίγες οι έρευνες και τα δεδομένα που έχουμε στην διάθεσή μας για τις αντίστοιχες στάσεις και αντιλήψεις των πολιτών της υπαίθρου και συνεπώς τα συμπεράσματά μας είναι αποσπασματικά και γεωγραφικά εντοπισμένα σε ορισμένες μόνο περιφέρειες, αλλά ικανά για να δώσουν ενδείξεις των τάσεων που επικρατούν.

Η δυσκολία εξεύρεσης χρηματοοικονομικών πόρων είναι, μερικώς μόνο, ένα σημαντικό πρόβλημα. Λόγω του μικρού μεγέθους των νέων επιχειρήσεων, πολλές από αυτές αυτοχρηματοδοτούνται από τους ιδιοκτήτες τους με κεφάλαια που προέρχονται είτε από προσωπικές αποταμιεύσεις είτε προέρχονται από άτυπα δάνεια προερχόμενα από το άμεσο οικογενειακό περιβάλλον του επιχειρηματία. Πράγματι, έρευνες έχουν δείξει ότι σχεδόν οι μισές από τις νέες επιχειρήσεις σε μειονεκτικές περιοχές της ελληνικής υπαίθρου ιδρύονται χωρίς να χρησιμοποιήσουν δανεικά κεφάλαια (Psaltopoulos et al, 2001a).

Μία εκτενής επιστημονική βιβλιογραφία υποστηρίζει ότι το ποσοστό συμμετοχής των ιδιοκτητών επιχειρήσεων στην νέα επιχείρηση εξαρτάται από πολλούς παράγοντες και κυρίως από την ικανότητα τους να αντιλαμβάνονται τον επιχειρηματικό κίνδυνο και τη γενικότερη

στάση τους να αποφεύγουν το δανεισμό. Όσο καλύτερα αντιλαμβάνεται ένας επιχειρηματίας τον κίνδυνο ανάληψης της επιχειρηματικής δράσης τόσο μεγαλύτερο είναι το ποσοστό συμμετοχής του στην νέα επιχείρηση. Όλοι οι παράγοντες που υποστηρίζουν ένα υψηλό επίπεδο ανθρώπινου δυναμικού είναι συγχρόνως και παράγοντες που βοηθούν τον επιχειρηματία να αντιληφθεί τον επιχειρηματικό κίνδυνο και να τον μειώσει με προληπτικές δράσεις. Είναι επίσης γνωστό ότι οι επιχειρηματίες μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων δεν επιθυμούν την ‘εισβολή’ δανειστών στις επιχειρήσεις τους και η προτίμησή τους για δανεισμό δεν ακολουθεί την ορθολογική διαδρομή της ελαχιστοποίησης του κόστους του δανειζόμενου κεφαλαίου. Έτσι, οι επιχειρηματίες της υπαίθρου ακολουθούν μία διαδικασία ‘τσιμπολογήματος’ κεφαλαίων (pecking order theory), από τις πηγές εκείνες που τους εξασφαλίζουν τον μικρότερο βαθμό διείσδυσης των δανειστών στην επιχείρηση, στρεφόμενοι πρώτα στο άμεσο κοινωνικό περιβάλλον, και τέλος σε κεφάλαια που επιβάλλουν συμμετοχή στην επιχείρηση. Συνεπώς, υπάρχουν ενδείξεις ότι η έλλειψη κεφαλαίων δεν αποτελεί τόσο σημαντικό περιοριστικό παράγοντα όσο αποτελεί η μορφή και οι όροι της δανειοδότησης των επιχειρήσεων, και η επίπτωση που αυτή έχει στην αυτόνομη λειτουργία τους και στο αίσθημα ανεξαρτησίας των επιχειρηματιών.

Έχει βρεθεί ότι οι επιχειρήσεις εκείνες της υπαίθρου που είναι αρκετά καλά ενσωματωμένες στην τοπική οικονομία, χρησιμοποιούν λιγότερα δανειακά κεφάλαια, έχουν μεγάλο βαθμό αυτονομίας στη χρηματοδότηση των επενδύσεών τους και υγιή χρηματοοικονομική δομή (Psaltopoulos et al, 2001b). Αυτό οφείλεται στην ταυτόχρονη δράση δύο παραγόντων: πρώτον, η ενσωμάτωση της επιχείρησης στην τοπική οικονομία μειώνει τον αντιλαμβανόμενο επιχειρηματικό κίνδυνο και αυξάνει την διάθεση του επιχειρηματία να διακινδυνεύσει τα κεφάλαιά του· δεύτερον, ο υψηλός βαθμός ενσωμάτωσης μιας επιχείρησης

στην τοπική οικονομία μπορεί να δείχνει τη δράση οριζόντιων επιχειρηματικών δικτύων η οποία πάντα οφείλεται, και ουσιαστικά καλύπτει, αναπτυγμένη κοινωνική συνοχή και κοινωνικό κεφάλαιο φιλικό προς την επιχειρηματικότητα. Το γεγονός αυτό αναδεικνύει τη σημασία που έχει η ενεργή υποστήριξη προς τοπικά επιχειρηματικά δίκτυα και η ύπαρξη αναπτυγμένου κοινωνικού κεφαλαίου.

Τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες για να ξεκινήσουν την οικονομική τους δραστηριότητα είναι επίσης σημαντικά αλλά αρκετά καλά καταγεγραμμένα και στο στόχο της τρέχουσας πολιτικής για την υποστήριξη και ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Θα πρέπει όμως κανείς να παρατηρήσει ότι οι γραφειοκρατικές διαδικασίες που αποδεδειγμένα ταλαιπώρησαν τους νέους έλληνες επιχειρηματίες είχαν καταφέρει, αναίτια τις περισσότερες φορές, να διεισδύσουν και σε τοπικούς θεσμούς ενίσχυσης και υποστήριξης της επιχειρηματικότητας. Η εμπειρία των περισσότερων επιχειρηματιών και αγροτών-επιχειρηματιών από την επαφή τους με τις διαδικασίες διάχυσης και εφαρμογής πολιτικών ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας είναι αρνητική (Damianos et al, 1998) αφήνοντας ερωτηματικά για το εάν μια απλή αλλαγή της διαδικασίας με την έννοια της κατάργησης ορισμένων σταδίων ή της απλοποίησης κάποιων διαδικασιών θα έχει ουσιαστικές επιπτώσεις στην ‘ελεγκτική’ φιλοσοφία που διέπει την πολιτική και τους θεσμούς ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας.

Μια άλλη αφανής πλευρά της επιχειρηματικής διαδικασίας που εμποδίζει την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα αλλά και σε άλλες χώρες μέλη της Ε.Ε είναι η διαδικασία παύσης της λειτουργίας μιας επιχείρησης και ο συνακόλουθος πολλές φορές ‘στιγματισμός’

του επιχειρηματία. Έχει αποδειχθεί ότι ένα μεγάλο ποσοστό των επιχειρηματιών που διοικούν επιτυχημένες επιχειρήσεις σήμερα, είχαν προηγουμένως επιχειρήσεις οι οποίες, για διάφορους λόγους, έκλεισαν. Η συντριπτική πλειοψηφία των ευρωπαίων πολιτών (72%) θεωρούν ότι στους επιχειρηματίες που έχουν οδηγηθεί στο κλείσιμο των επιχειρήσεών τους θα πρέπει να τους δίνεται μία δεύτερη ευκαιρία (Flash Eurobarometer, 2000). Οι σκληρές διαδικασίες πτώχευσης και ο κοινωνικός αντίκτυπος που αυτές δημιουργούν, ενεργούν αρνητικά στους νέους επιχειρηματίες και παροπλίζουν ένα σημαντικό επιχειρηματικό κεφάλαιο. Μια σειρά από άλλους παράγοντες που δρουν περιοριστικά στην επιχειρηματική δραστηριότητα έχουν εντοπισθεί από μελέτες στην Ελλάδα και κυρίως στο πλαίσιο του προγράμματος BEST (Business Environment Simplification Task Force) της Ε.Ε.

#### *8.4 Μια ολοκληρωμένη πολιτική ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας στην ύπαιθρο*

##### *Η πολιτική για την επιχειρηματικότητα στην Ευρωπαϊκή Ένωση και την Ελλάδα*

Η πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε) για τις επιχειρήσεις και την επιχειρηματικότητα, καθρεφτίζει την πολιτική προτεραιότητα που δίνει η Ε.Ε στην προσπάθειά της να δημιουργήσει μια 'Επιχειρηματική Ευρώπη'. Στην Διάσκεψη Κορυφής της Λισσαβόνας (23-24 Μαρτίου 2000), οι αρχηγοί των δεκαπέντε κρατών μελών υιοθέτησαν το στρατηγικό στόχο 'να δημιουργήσουν την πιο ανταγωνιστική, και δυναμική οικονομία τα επόμενα δέκα χρόνια' αναβαθμίζοντας και υποστηρίζοντας την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία. Η πολιτική της Ε.Ε για την επιχειρηματικότητα σήμερα μπορεί να συνοψισθεί σε δύο κυρίως

άξονες: πρώτον, στον άξονα εκείνο που περιλαμβάνει όλα τα μέτρα για την βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και των συνθηκών που το πλαισιώνουν· δεύτερον, στο άξονα που περιλαμβάνει όλα τα μέτρα (προγράμματα και χρηματοοικονομικά εργαλεία) για την στήριξη των ΜΜΕ. Οι προαναφερθέντες άξονες συμπληρώνονται από δράσεις της Ε.Ε για την προετοιμασία των ΜΜΕ ενόψει της διεύρυνσης της Ε.Ε με την ένταξη των νέων κρατών μελών και τις προ-ενταξιακές συνθήκες με νέες χώρες, και την συνεργασία με μη-κράτη μέλη.

Ο άξονας των μέτρων για την βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και των συνθηκών που το πλαισιώνουν αναφέρεται κυρίως σε διοικητικές διαδικασίες και επηρεάζει το κανονιστικό, νομικό, φορολογικό, χρηματικό και κοινωνικό περιβάλλον. Το πρόγραμμα BEST, που εκτελείται από την Επιτροπή της Ε.Ε με την συνεργασία των κρατών-μελών, συντόνισε τις προσπάθειες για την καλύτερη εκτέλεση μέτρων απλοποίησης του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Στο πλαίσιο αυτών των προσπαθειών το Υπουργείο Ανάπτυξης έχει ήδη ανακοινώσει μια σειρά μέτρων για τη νομική, διοικητική και κανονιστική απλοποίηση των διαδικασιών έναρξης επιχειρήσεων και υποστήριξης της επιχειρηματικότητας. Στα πλαίσια αυτού του άξονα, ιδιαίτερη προσπάθεια αποδίδεται στην καλύτερη πρόσβαση των επιχειρήσεων και των εν δυνάμει επιχειρηματιών, σε δίκτυα πληροφόρησης και στην αύξηση της γνώσης για τις επιχειρήσεις και την ανάπτυξή τους. Το δίκτυο (Euro-Info-Centre) Κέντρων Ευρωπαϊκής Πληροφόρησης και άλλα κοινοτικά δίκτυα πληροφόρησης επιχειρούν να προσφέρουν πληροφορίες και συμβουλές για κανονισμούς και προγράμματα της Ε.Ε.

Ο άξονας των μέτρων και εργαλείων για υποστήριξη των ΜΜΕ, έχει πάρει τη μορφή άμεσων και έμμεσων μέτρων βοήθειας που κυρίως αποσκοπούν στη βελτίωση της πρόσβασης στη χρηματοδότηση και το δανεισμό, τη βοήθεια επιχειρήσεων σε περιφερειακό επίπεδο, τη συνεργασία των επιχειρήσεων, την έρευνα και την τεχνική κατάρτιση. Λόγω της σημασίας που έχει η πρόσβαση των επιχειρήσεων στη χρηματοδότηση διάφορα μέτρα υιοθετήθηκαν για τη δημιουργία κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών (venture capital) και εγγυήσεων (guarantees) κυρίως με χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων (European Investment Bank) και του Ευρωπαϊκού Ταμείου Επενδύσεων (European Investment Fund).

Η σημερινή ελληνική πολιτική για τη στήριξη της επιχειρηματικότητας γενικά, μπορεί να συνοψισθεί στις κάτωθι δράσεις:

- Ενέργειες για την εκπαίδευση και την κατάρτιση μιας επιχειρηματικής κοινωνίας
- Ενέργειες για τη βελτίωση της πρόσβασης ΜΜΕ σε χρηματοδοτικούς πόρους και στήριξη επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας
- Ενέργειες βελτίωσης της έρευνας και ανάπτυξης και την καλύτερη χρήση της ευρεσιτεχνίας
- Ενέργειες βελτίωσης της διαφάνειας των πολιτικών επιχειρηματικότητας
- Ενέργειες βελτίωσης της δημόσιας διοίκησης για την επιχειρηματικότητα
- Ενέργειες βελτίωσης της απασχόλησης και των συνθηκών εργασίας



Η πολιτική ενίσχυσης και ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας είναι γενικά αποσπασματική και κατακερματισμένη ενώ το πλήθος των συναρμόδιων φορέων συντελεί μάλλον στον αποσυντονισμό των ενεργειών παρά σε μεθοδευμένες και στοχοθετημένες παρεμβάσεις. Θα μπορούσε επίσης κάποιος να ισχυρισθεί ότι η πολιτική για την επιχειρηματικότητα είναι, ουσιαστικά, πολιτική για τις επιχειρήσεις, και σπάνια για τον επιχειρηματία, αγνοώντας τον παράγοντα του ανθρώπινου κεφαλαίου και των διαδικασιών συσσώρευσης επιχειρηματικού ανθρώπινου δυναμικού. Πολύ περισσότερο, η τρέχουσα πολιτική ενίσχυσης και ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας δεν εξειδικεύεται για τις περιοχές της υπαίθρου και συνεπώς δεν λαμβάνει υπόψη κανέναν από τους περιορισμούς που διαπιστώνονται στις περιοχές της υπαίθρου.

Μια ολοκληρωμένη πολιτική ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας στην ελληνική ύπαιθρο θα πρέπει να κινηθεί σε δύο ταυτόχρονα άξονες, ένα βραχυπρόθεσμο και ένα μακροπρόθεσμο. Βραχυπρόθεσμο η πολιτική ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας θα πρέπει να στοχεύει στην αντιμετώπιση των χωρικών μειονεκτημάτων της υπαίθρου και των περιορισμών που αυτά συνεπάγονται για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Μακροπρόθεσμο, ο στόχος της πολιτικής θα πρέπει να είναι η ανάπτυξη ενός πνεύματος επιχειρηματικότητας με παροχή επιχειρηματικής παιδείας στους εν δυνάμει μελλοντικούς επιχειρηματίες στην ύπαιθρο. Η βραχυπρόθεσμη πολιτική ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας θα πρέπει να είναι αποκεντρωμένη για να μπορεί επιτυχώς να αντιμετωπίσει την πληθώρα των κοινωνικοοικονομικών μικρο-περιβαλλόντων που συνιστούν την ελληνική ύπαιθρο και των περιορισμών που αυτά συνεπάγονται για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι η σύλληψη και ο σχεδιασμός της πολιτικής θα μπορεί να γίνονται από περιφερειακούς ή/και τοπικούς θεσμούς ενώ η υλοποίησή της θα εμπλέκει όλους τους

κοινωνικούς εταίρους και θα συντονίζεται από τοπικούς φορείς. Ένα τέτοιο πλαίσιο πολιτικής είναι πολύ δύσκολο να υλοποιηθεί διότι απαιτεί ισχυρούς τοπικούς και περιφερειακούς θεσμούς με δυνατότητα να συλλάβουν και να σχεδιάσουν πολιτική με συμμετοχικές διαδικασίες, να προτείνουν εργαλεία άσκησης πολιτικής και να εξασφαλίσουν την αποδοχή τους που συνεπάγεται και την ιδιωτική χρηματοδότηση τους. Μια τέτοια εξέλιξη προϋποθέτει ανάπτυξη του υπάρχοντος ανθρώπινου δυναμικού που στελεχώνει τους θεσμούς και αύξηση της χωρητικότητας του ανθρώπινου κεφαλαίου με δεξιότητες και ικανότητες διαχείρισης και διοίκησης αναπτυξιακών πρωτοβουλιών.

Ο μακροπρόθεσμος στόχος ανάπτυξης του επιχειρηματικού πνεύματος απευθύνεται στο σύνολο του κοινωνικού κεφαλαίου των περιοχών της υπαίθρου. Είναι γεγονός ότι οι πολιτικές, και τα προγράμματα που τις υλοποιούν, απευθύνονται στο σημερινό κοινωνικό κεφάλαιο και, εν πολλοίς, είτε αγνοούν είτε αμελούν το μέλλον και έτσι σπάνια ενισχύουν τις διαδικασίες συσσώρευσης κοινωνικού κεφαλαίου στις περιοχές της υπαίθρου. Ανάμεσα στις διαδικασίες αυτές είναι και η συσσώρευση επιχειρηματικού κεφαλαίου και οι δημιουργία συνθηκών που θα επιτρέψουν την διεύρυνση της επιχειρηματικής βάσης των περιοχών αυτών. Μία από τις κυριότερες διαπιστώσεις της επιτροπής BEST, αφορούσε την ανάγκη παροχής επιχειρηματικής παιδείας τόσο από την τυπική διαδικασία της εκπαίδευσης και κατάρτισης επιχειρηματιών αλλά και από άτυπες ενέργειες για την κοινωνική αποδοχή του επιχειρηματία και την αναγνώριση της κοινωνικής διάστασης της επιχειρηματικότητας.

Εργαλεία άσκησης επιχειρηματικής πολιτικής

Η Ελλάδα έχει να επιδείξει μια, μάλλον μακρά, ιστορία ενίσχυσης των επιχειρήσεων με παραδοσιακά εργαλεία στήριξης που σπάνια ξεφεύγουν από τα συνήθη χρηματοοικονομικά εργαλεία των επιδοτήσεων, επιχορηγήσεων και φορολογικών κινήτρων. Οι αναπτυξιακοί νόμοι ήταν το πρώτο πλαίσιο από το οποίο υιοθετήθηκαν γενναίες χρηματοοικονομικές ενισχύσεις σε νέες επιχειρήσεις ή σε επιχειρήσεις που επεκτείνονταν. Το ίδιο έγινε και με την εφαρμογή των πρώτων προγραμμάτων ενίσχυσης των ειδικά για ΜΜΕ, αλλά και των πρώτων προγραμμάτων ενίσχυσης επιχειρήσεων στην ύπαιθρο μέσα από διάφορα προγράμματα της Ε.Ε ή την εφαρμογή της πρωτοβουλίας LEADER. Η εφαρμογή νέων χρηματοοικονομικών εργαλείων όπως των επιχειρηματικών συμμετοχών και των κεφαλαίων συνεγγύησης δεν έχει ουσιαστικά ξεκινήσει και είναι ανύπαρκτη στις περιοχές της υπαίθρου. Γνωρίζοντας όμως τον τρόπο με τον οποίο ενεργούν και επιλέγουν πηγές χρηματοδότησης οι ΜΜΕ μπορούμε να προβλέψουμε ότι τέτοια εργαλεία δεν θα έχουν σημαντική απήχηση.

Στη σειρά των εργαλείων που απευθύνονται άμεσα στις επιχειρήσεις, έχει βρεθεί ότι οι ανάγκες των ελληνικών επιχειρήσεων της υπαίθρου είναι πολύ μεγάλες και αρκετά διαφοροποιημένες δείχνοντας την ανάγκη σχεδιασμού και εκτέλεσης αποκεντρωμένης πολιτικής ανάπτυξης των επιχειρήσεων της υπαίθρου (Skuras et al, 2000a). Διαφορετικές επιχειρήσεις σε διαφορετικές περιοχές της ελληνικής υπαίθρου έχουν ανάγκη για προσφορά αναπτυξιακών εργαλείων που αφορούν στην προώθηση των προϊόντων, την εισαγωγή πιστοποίησης και ελέγχου ποιότητας, συγκεκριμένη εκπαίδευση σε χρηματοοικονομική διαχείριση και διοίκηση, προσφορά βιοτεχνικών πάρκων και επωαστικών θαλάμων

επιχειρήσεων, και ακόμη και θεσμικές παρεμβάσεις στην τοπική αγορά εργασίας και επιχειρηματικού χώρου. Η σειρά των άμεσων παρεμβάσεων στήριξης της επιχειρηματικότητας είναι ουσιαστικά τόσο μεγάλη όσο είναι και τα κατά τόπους προβλήματα που επιζητούν επίλυση. Για τον λόγο αυτό οι τοπικοί θεσμοί θα πρέπει να έχουν την ευελιξία να σχεδιάζουν και να εκτελούν τα δικά τους στοχοθετημένα προγράμματα.

Εκτός των εργαλείων άμεσης στήριξης των επιχειρήσεων και της επιχειρηματικότητας στην ελληνική ύπαιθρο υπάρχει και μια σειρά έμμεσων ενεργειών που στόχο έχουν να βελτιώσουν το επιχειρηματικό κλίμα σε μια περιοχή χωρίς να μεταβιβάζουν άμεσες πληρωμές στις επιχειρήσεις. Το σημαντικότερο μέτρο είναι η βελτίωση των υποδομών μεταφορών και επικοινωνιών και η άρση της επιχειρηματικής απομόνωσης. Άλλα, περισσότερο συγκεκριμένα μέτρα, αφορούν στη δημιουργία και στήριξη επιχειρηματικών δικτύων, στην προώθηση και στήριξη της συνέργιας στις επιχειρήσεις, στη διάχυση της πληροφόρησης και στην πρόσβαση σε επιχειρηματική πληροφόρηση και συνεργασία, στη μεταφορά καινοτομίας και τεχνογνωσίας και κυρίως στην πρόσβαση σε κάθετα δίκτυα προώθησης των προϊόντων και υπηρεσιών (Goudis & Skuras, 2001). Φυσικά, οποιαδήποτε σωστά σχεδιασμένη και εκτελεσμένη ενέργεια στήριξης των επιχειρήσεων σε περιοχές της υπαίθρου είναι ουσιαστικά ενέργεια στήριξης της επιχειρηματικότητας στον συγκεκριμένο τόπο. Για παράδειγμα, μία από τις σημαντικότερες διαδικασίες συσσώρευσης επιχειρηματικού ανθρώπινου κεφαλαίου είναι η απόκτηση επιχειρηματικής εμπειρίας. Η λειτουργία λοιπόν και μόνο επιχειρήσεων σε μια περιοχή υπόσχεται την παραγωγή νέων επιχειρηματιών που θα αποκτήσουν τις εμπειρίες τους εργαζόμενοι στις υπάρχουσες επιχειρήσεις.

Τέλος, δεν θα πρέπει να ξεχάσουμε και τα εργαλεία άσκησης μακροπρόθεσμης πολιτικής για τη βελτίωση του επιχειρηματικού κλίματος στις περιοχές της υπαίθρου. Το σημαντικότερο είναι η εισαγωγή μαθημάτων επιχειρηματικότητας στην εκπαίδευση όπως έχει προτείνει η επιτροπή BEST αλλά και η βελτίωση του σχεδιασμού της κατάρτισης με βάση τις ανάγκες των επιχειρήσεων για κατάρτιση και όχι με βάση τις δυνατότητες που έχουν οι τοπικοί θεσμοί να προσφέρουν συγκεκριμένου είδους κατάρτιση. Συγχρόνως, θα πρέπει να γίνουν όλες οι ενέργειες για τη βελτίωση των προγραμμάτων κατάρτισης που στο παρελθόν δαπάνησαν πολύτιμους πόρους σε μη στοχοθετημένες ενέργειες κατάρτισης νέων της ελληνικής υπαίθρου, υποβιβάζοντας τη διαδικασία της τυπικής εκπαίδευσης και κατάρτισης σε άτυπη διαδικασία μεταβιβαστικών πληρωμών. Η τοπική κοινωνία θα πρέπει να επιβραβεύει τους νέους επιχειρηματίες, να δημιουργεί την εικόνα του νέου επιχειρηματία και να την προωθεί στους εν δυνάμει επιχειρηματίες.

## 9. Η Επιχειρηματικότητα της Υπαίθρου: Ένα Θεωρητικό Πλαίσιο

### 9.1. Εισαγωγικά

Τα τελευταία χρόνια έχουν παρατηρηθεί σημαντικές αλλαγές στις περιφερειακές αναπτυξιακές πολιτικές των χωρών της Ε.Ε. Αυτές οι αλλαγές αφορούν κυρίως στις αναθεωρήσεις της αγροτικής πολιτικής, στην αναθεώρηση των Διαρθρωτικών Ταμείων της Ε.Ε και στην ενδυνάμωση των περιφερειακών αναπτυξιακών πολιτικών, στην απελευθέρωση του διεθνούς εμπορίου και στις διαδικασίες παγκοσμιοποίησης και τεχνολογικών αλλαγών. Στα πλαίσια αυτών των εξελίξεων, η Ε.Ε προσπάθησε να διασφαλίσει μια οικονομικά αποδοτική ή περιβαλλοντολογικά βιώσιμη γεωργία και να δώσει το έναυσμα για μια οικονομική διαφοροποίηση καθώς και για μία ολοκληρωμένη ανάπτυξη στις περιοχές της υπαίθρου, ιδιαίτερα δια μέσου της “second pillar” της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής. Οι πρόσφατες και οι μελλοντικές εξελίξεις στην αγροτική πολιτική και συγκεκριμένα η μείωση στα μέτρα στήριξης της αγοράς δεν αναμένονται να επηρεάσουν εξίσου όλες τις Ευρωπαϊκές περιοχές της υπαίθρου.

Οι πιο ανεπτυγμένες περιοχές της υπαίθρου οι οποίες χαρακτηρίζονται από μία σχετική γειννίαση με τις αγορές προϊόντων και εισροών και από μια διαφοροποιημένη οικονομική βάση, δεν μπορούν πράγματι να συνδεθούν με μία ενδεχόμενη διαδικασία μεταρρύθμισης. Αντιθέτως, οι πιο απομακρυσμένες περιφερειακές περιοχές της υπαίθρου (ορεινές και

μειονεκτικές) που χαρακτηρίζονται από πληθυσμιακή εγκατάλειψη, ανεπαρκείς υποδομές και υψηλού βαθμού εξάρτηση από την γεωργία έχουν την τάση να εκδηλώνουν σημαντικές μεταρρυθμίσεις.

Η αγροτική υπανάπτυξη στις μειονεκτικές περιοχές προσδιορίζεται από διάφορες ενδείξεις ενώ προκαλεί μία σειρά σοβαρών προβλημάτων. Στις συγκεκριμένες περιοχές, η ανάγκη για οικονομική διαφοροποίηση και ολοκληρωμένη ανάπτυξη είναι ακόμη πιο έντονη αφού η αγροτική μεταρρύθμιση αναμένεται να μειώσει τις ευκαιρίες απασχόλησης στο γεωργικό τομέα. Αφετέρου, πολλές ευκαιρίες παρουσιάζονται συμπεριλαμβανομένης της αυξημένης ζήτησης για ψυχαγωγικές δραστηριότητες και για ποιοτικά προϊόντα του κλάδου μεταποίησης τροφίμων. Επίσης πολλές ορεινές περιοχές της υπαίθρου βιώνουν σημαντικές εισροές νέων κατοίκων. Αυτή η μετανάστευση αποτελείται κυρίως από συνταξιούχους και επιχειρηματίες οι οποίοι ελκύονται από τις συνθήκες του τοπικού περιβάλλοντος, από τις προσωπικές τους επιλογές καθώς και από την προοπτική ενός υψηλότερου βιοτικού επιπέδου. Οι πληθυσμιακές μετακινήσεις προμηθεύουν τις κοινωνίες της υπαίθρου με νέα επενδυτικά σχέδια και ένα αυξημένο εισόδημα αφού οι νεοφερμένοι είναι φορείς επιχειρηματικών χαρισμάτων, εμπειρίας, κεφαλαίου και γνώσης.

Οι παραδοσιακές προσεγγίσεις όσον αφορά στην ανάπτυξη των μειονεκτικών Ευρωπαϊκών περιοχών της υπαίθρου έχουν επικεντρωθεί στην καταστολή των βασικών περιβαλλοντολογικών και οικονομικών αδυναμιών ή περιορισμών. Αυτό επιτεύχθηκε με την ανακάλυψη εκείνων των παραγόντων που οδηγούν στην απομόνωση και ταυτόχρονα παρέχουν τα συμβατικά εργαλεία ανάπτυξης (Efstratoglou & Psaltopoulos, 1999). Η

δημιουργία ανταγωνιστικών ΜΜΕ, ιδιαίτερα στο δευτερογενή και στον τριτογενή τομέα αποτελεί τεκμηριωμένη λύση στα προκαλούμενα από την αναμενόμενη αγροτική μεταρρύθμιση προβλήματα. Η κινητοποίηση των τοπικών πόρων έτσι ώστε να ενισχυθεί το συγκριτικό πλεονέκτημα, η τοπική επιχειρηματικότητα και η καινοτομία αποτελούν αναπτυξιακές στρατηγικές οι οποίες απαιτούν λεπτομερή εξέταση (Pezzini, 2001). Τα τελευταία χρόνια, οι παράγοντες που ενισχύουν ή αποδυναμώνουν την επιχειρηματικότητα σε περιοχές της υπαίθρου έχουν αναλυθεί πολύ προσεκτικά (Jack & Anderson, 2002). Η επιστημονική έρευνα για την επιχειρηματικότητα της υπαίθρου θεωρείται σχετικά ελλιπής, συνεπώς μία βαθύτερη γνώση των διαδικασιών που την προάγουν ή την παρεμποδίζουν θα καταφέρει να γεφυρώσει αυτό το ερευνητικό χάσμα. Όσον αφορά στη λειτουργία και στις συνέπειες της επιχειρηματικότητας, η επιστημονική έρευνα θα βοηθήσει το σχεδιασμό και την υλοποίηση των μελλοντικών αναπτυξιακών πολιτικών και θα επιτρέψει τη χρήση πιο ευέλικτων εργαλείων.

Η επιχειρηματική διαδικασία βρίσκεται στο επίκεντρο ενός θεωρητικού υποδείγματος το οποίο στοχεύει στην εκτίμηση όλων εκείνων των επιρροών που έχουν επιβληθεί από το επιχειρηματικό περιβάλλον της υπαίθρου.

## **9.2 Το Επιχειρηματικό και Καινοτόμο Περιβάλλον της Υπαίθρου**

Η περιοχή της υπαίθρου προσφέρει ένα καινοτόμο και επιχειρηματικό περιβάλλον μέσα στο οποίο οι επιχειρηματίες μπορούν είτε να ευημερήσουν και αναπτυχθούν είτε να έρθουν



αντιμέτωποι με πολύ σοβαρές δυσκολίες. Ο Camagni (1991,1995) χρησιμοποίησε τον όρο καινοτόμο περιβάλλον για να περιγράψει τις περιοχές που διαθέτουν ένα περιβάλλον το οποίο συμβάλλει στην καινοτομία και τις χαρακτήρισε ως έχουσες ανεπτυγμένο το στοιχείο της τοπικής επιχειρηματικότητας (Camagni, 1995). Όταν το επίπεδο της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας είναι υψηλό τότε δίνεται σημαντική ώθηση στην τοπική ανάπτυξη. Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα της υπαίθρου θεωρούνται κύριοι καθοδηγητές όχι μόνο των ευκαιριών για τοπική επιχειρηματικότητα και την καινοτομία αλλά και των αδυναμιών. Η υπαίθρος και η επιχειρηματική διαδικασία διαμορφώνουν ένα πυκνό, πολύπλοκο και δυναμικό δίκτυο αμοιβαίων επιρροών. Θα προσπαθήσουμε να συγκεντρώσουμε τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα της υπαίθρου που επιδρούν στην επιχειρηματική διαδικασία σε τρεις ομάδες: τους παράγοντες που αποκαλύπτονται από το φυσικό περιβάλλον, τις κοινωνικές ή τις οικονομικές δομές.

### Το Φυσικό Περιβάλλον

Τρία βασικά χαρακτηριστικά του φυσικού περιβάλλοντος επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την επιχειρηματικότητα: α) ο τόπος εγκατάστασης β) οι φυσικοί πόροι και γ) το τοπίο. Ο τόπος εγκατάστασης αναφέρεται στην απόσταση από τις αγορές και στην πρόσβαση στους καταναλωτές, στους προμηθευτές, στις πηγές πληροφόρησης και στους θεσμούς. Η απόσταση και η γειτνίαση με μεγάλα αστικά κέντρα επηρεάζει το κόστος μεταφοράς των εισροών/εκροών και ταυτόχρονα έχει επιπτώσεις στη διάδοση των πληροφοριών και στη διάχυση των εργαλείων πολιτικής. Αυτό αποτελεί βασικό μειονέκτημα αφού παρεμποδίζει τη λειτουργία των οικονομιών κλίμακας και τη διάχυση νέων μορφών τεχνολογίας, συντελεί σε μη ανταγωνιστικό κόστος μεταβίβασης, και τέλος περιορίζει τις μετακινήσεις του εργατικού δυναμικού. Όλα τα ανωτέρω πλήττουν τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ μειονεκτικών περιοχών της υπαίθρου και αστικών περιοχών καθώς και την ισορροπία μεταξύ παράδοσης,

εκσυγχρονισμού και μετανάστευσης (Ruoss & Thompson, 1999). Η απομόνωση μίας περιοχής της υπαίθρου επιδρά όχι μόνο σε διαφορετικές πλευρές της καινοτομίας αλλά και στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων καθώς και στην δημιουργία νέων θέσεων εργασίας (North & Smallbone, 2000). Οι Keeble και Tyler (1995) υποστηρίζουν ότι οι πιο προσιτές περιοχές της υπαίθρου διαθέτουν οικονομικά, φυσικά και θεσμικά χαρακτηριστικά τα οποία διευκολύνουν την επιχειρηματική συμπεριφορά. Οι Phelps et al θεωρούν ότι αυτές οι τοποθεσίες προσφέρουν μία μοναδική και συμπληρωματική σχέση μεταξύ προσβάσεων τόσο σε χρηματοοικονομικές όσο και σε τεχνολογικές εξωτερικότητες.

Αντιθέτως, η ύπαρξη σημαντικών φυσικών πόρων, το κλίμα και η ανακούφιση τοπογραφικού χαρακτήρα σε συνδυασμό με το γενικότερο τοπίο της περιοχής επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα προσφέροντας ευκαιρίες για την περιβαλλοντολογικά ορθή χρήση αυτών των πόρων. Η απόσταση και η απομόνωση έχουν ευνοήσει τη διατήρηση του περιβάλλοντος, μοναδικών τοπίων και βασικών παραδοσιακών μεθόδων παραγωγής.

### *Το Κοινωνικό Περιβάλλον*

Το κοινωνικό κεφάλαιο, η κυβέρνηση καθώς και η πολιτιστική κληρονομιά θεωρούνται σημαντικοί κοινωνικοί παράγοντες οι οποίοι ασκούν αλληπάλληλες επιρροές στην επιχειρηματικότητα. Η σύγχρονη εκδοχή του κοινωνικού κεφαλαίου αναφέρεται στα ποιοτικά χαρακτηριστικά του πολιτικού κεφαλαίου και επικεντρώνεται σε συγκεκριμένες κοινωνικές αξίες και κανόνες που ενισχύουν τη συναδελφική συμπεριφορά, τα δίκτυα συνεργασίας και την πολιτική δραστηριότητα (Commins & Meredith, 2002). Το κοινωνικό κεφάλαιο παρέχει

επίσης έναν αρκετά χρήσιμο όρο για εκείνες τις πτυχές της κοινωνίας οι οποίες ενώ είναι δύσκολο να μετρηθούν, θεωρούνται καθοριστικοί παράγοντες της μακροχρόνιας οικονομικής επιτυχίας (Temple, 2001). Ο Whiteley (1998) προσδιόρισε το κοινωνικό κεφάλαιο ως «την προθυμία του μέσου πολίτη να εμπιστεύεται τους άλλους» και συμπέρανε, δεδομένων των υψηλών επιπέδων κοινωνικού κεφαλαίου, ότι οι πολίτες έχουν την τάση να μιμούνται ή να αποδέχονται την τεχνολογική καινοτομία και να είναι περισσότερο ριψοκίνδυνοι από τα άτομα εκείνα τα οποία ζουν σε κοινωνίες με χαμηλό επίπεδο κοινωνικού κεφαλαίου. Επίσης, οι Knack και Keefer (1997) χρησιμοποίησαν δείκτες εμπιστοσύνης και πολιτικών κανόνων προκειμένου να απεικονίσουν εκπροσώπους κοινωνικού κεφαλαίου σε ένα δείγμα είκοσι εννέα οικονομιών. Τα αποτελέσματά τους παρουσιάζουν ότι αυτές οι διαστάσεις κοινωνικού κεφαλαίου είναι πιο ισχυρές σε χώρες με υψηλότερα ή περίπου ίδια εισοδήματα και με επίσημους θεσμούς που προστατεύουν την περιουσία και τα δικαιώματα. Οι Cooke και Wills (1999) υποστηρίζουν ότι για ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό επιχορηγούμενων επιχειρήσεων στη Δανία, την Ιρλανδία και την Ουαλία η δόμηση του κοινωνικού κεφαλαίου συνδεότανε με αυξημένη γνώση, καινοτομία και αποδοτικότητα της επιχείρησης.

Το κοινωνικό κεφάλαιο συνδέεται άμεσα τόσο με τη λειτουργία της επιχείρησης όσο και με την ποιότητα των τοπικών αρχών. Η ομαδοποίηση βιομηχανικών κλάδων, η δικτύωση και η επικοινωνία δια μέσου άτυπων καναλιών καθώς και οι διασυνδέσεις μεταξύ επιχειρήσεων και θεσμών συμβάλλουν σε μία άξια εμπιστοσύνης ανταλλαγή πληροφοριών και στη δόμηση του κοινωνικού κεφαλαίου (OECD, 2001). Ο Putnam (1993) ανέφερε ότι το κοινωνικό κεφάλαιο είναι μία αναγκαία προϋπόθεση όταν ερευνώνται οι συνθήκες για την εγκατάσταση αποδοτικών και αντιπροσωπευτικών κρατικών θεσμών. Πολύ συχνά, οι λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές της υπαίθρου είναι διαποτισμένες από τις πολιτιστικές παραδόσεις

στις οποίες η κοινωνική εμπιστοσύνη, οι κανόνες αλληλεγγύης (δηλαδή η προθυμία των ανθρώπων να εργασθούν προς όφελος των άλλων όταν αισθάνονται ότι στο μέλλον αυτές οι πράξεις αλτρουισμού θα ανταμειφθούν), τα δίκτυα συνεργασίας και η πολιτική εμπλοκή απουσιάζουν (Wall et al, 1998).

Σύμφωνα με τον Goodwin (1998) η κυβέρνηση στις περιοχές της υπαίθρου μπορεί να περιγραφεί ως ένα πολύπλοκο σύνολο θεσμών και πρωταγωνιστών που συγκεντρώνονται από τις κυβερνητικές αρχές, τους φορείς και τους μη κυβερνητικούς οργανισμούς ως εξής: α) ένα πλέγμα ορίων και ευθυνών για την αποτελεσματική αντιμετώπιση του κοινωνικού κεφαλαίου και των οικονομικών ζητημάτων, β) τις σχέσεις δύναμης μεταξύ θεσμών που εμπλέκονται σε συλλογική δράση γ) τις αυτόνομες πτυχές δικτύων μεταξύ κλάδων και γ) την υλοποίηση στόχων που έχουν ήδη τεθεί χωρίς την παρέμβαση από άμεση μορφή εξουσίας.

Ο Le Gales (1998) σε ένα αστικά καθαρά πλαίσιο, προσδιορίζει την κυβέρνηση ως την ικανότητα να ολοκληρώνει και να δίνει μορφή σε ενδιαφέροντα τοπικού και περιφερειακού χαρακτήρα, σε οργανισμούς και κοινωνικές ομάδες. Με τον τρόπο αυτό, η έννοια της κυβέρνησης υπερβαίνει ό,τι συμβαίνει στους οργανισμούς μίας περιοχής, διευθετεί θέματα που σχετίζονται με την ικανότητά της να αντιπροσωπεύει περιοχές και οργανισμούς εκτός των ορίων της συγκεκριμένης περιοχής. Επίσης, η κυβέρνηση αναπτύσσει περισσότερο ή λιγότερο ενοποιημένες στρατηγικές, οργανώνει συλλογική δράση και θεμελιώνει συνασπισμούς και συνεταιρισμούς με συγκεκριμένους στόχους. Οι τοπικές αρχές αντιπροσωπεύοντας την έννοια των νέων συσσωρευμένων δυνάμεων σε τοπικό επίπεδο αποτελούν ένα από τα βασικά στοιχεία αυτού που μέχρι πρότινος έχει αναλυθεί στη διεθνή

βιβλιογραφία ως «θεσμική ικανότητα» (Healy, 1997), «θεσμική πυκνότητα» (Amin, 1999), «ποιοτικά χαρακτηριστικά των δικτύων αλληλεπίδρασης» (Lasko & Kahila, 2001) ή «μη εμπορεύσιμη αλληλεξάρτηση» (Storper, 1997). Ο τελευταίος όρος υποδηλώνει την αντίληψη ότι οι δραστηριότητες μίας επιχείρησης δεν αναλαμβάνονται ατομικά αλλά στοχεύουν στην δημιουργία άτυπων και επίσημων δικτύων πληροφόρησης, στη διαμόρφωση σχέσεων δια μέσου τοπικών αγορών εργασίας και στη διατύπωση κοινών κανόνων και συμπεριφορών για την ανάπτυξη υποδομών και την κατανόηση των διαδικασιών συσσώρευσης γνώσης (Keeble & Wilkinson, 1998; Keeble et al, 1999). Αυτού του είδους οι δυνάμεις μπορούν να δώσουν ώθηση στην επιχειρηματικότητα δημιουργώντας ένα επιχειρηματικό περιβάλλον το οποίο θα ευνοεί την καινοτομία, θα ενισχύει την επιχειρηματικότητα και θα αμβλύνει τα οικονομικά και περιβαλλοντολογικά εμπόδια. Αντιθέτως, η απουσία τέτοιων δυνάμεων μπορεί να καταστείλει την επιχειρηματικότητα. Οι Lowe et al (1993) αναφέρουν ότι στις περιπτώσεις όπου ένα ισχυρό πλαίσιο κανονισμών υφίσταται, οι σχεδιαστές του δημόσιου τομέα και οι κρατικοί φορείς συμπεριφέρονται ως φύλακες της αναπτυξιακής διαδικασίας. Υπό το πρίσμα της εδαφικής ανάπτυξης επιχειρήσεων, οι θεσμικοί συντελεστές μπορούν να αποτρέψουν τους εξωτερικούς ανταγωνιστές από το να αντιγράψουν τους μοναδικούς περιφερειακούς παράγοντες που θεμελιώνουν τις επιχειρηματικές ευκαιρίες (Malmberg & Maskell, 1997). Ο πλούτος του Ευρωπαϊκού πολιτισμού παρέχει ποικίλες ενδείξεις και σύμβολα τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προώθηση του τοπικού πολιτισμού στη διαδικασία της πολιτιστικής αποκέντρωσης (Ilbery και Kneafsey, 1999; Kneafsey et al, 2001). Η διαδικασία εκμετάλλευσης τοπικών δυνατοτήτων έχει περιορισθεί στη χρήση τοπικής προστιθέμενης αξίας χρησιμοποιώντας τοπικές ποικιλίες, τοπικές ύλες, ειδικές περιβαλλοντολογικές συνθήκες ή ακόμη και εισροές ανθρώπινου δυναμικού και γνώση. Το επιχείρημα του Ray (1998) όσον αφορά στην ανάγκη για εμπορευματοποίηση τοπικού πολιτισμού είναι μία δυναμική στρατηγική για την ανάπτυξη της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας στην

ύπαιθρο. Πολλοί ερευνητές έχουν υπογραμμίσει ότι μία πιθανή αναπτυξιακή στρατηγική για τις παραμεθόριες περιοχές της υπαίθρου βρίσκεται στις αγορές ποιοτικών τροφίμων (AEIDL, 2000; Barham, 2003; Ilbery & Kneafsey, 1998). Μία ενδεχόμενη στρατηγική στα πλαίσια της ευρύτερης αγοράς ποιοτικών προϊόντων είναι η προώθηση προϊόντων με ευδιάκριτη εδαφική, τοπική ή περιφερειακή ταυτότητα. Η προώθηση λοιπόν ενός τέτοιου προϊόντος μπορεί να επιτευχθεί δια μέσου της προώθησης περιφερειακών εικόνων πολιτισμού. Συσχετίζοντας τα προϊόντα με τις «αγορές πολιτισμού» ή τις τοπικές εικόνες όπως είναι οι πολιτιστικές παραδόσεις και κληρονομιά αυξάνεται η αξία του προϊόντος επειδή οι καταναλωτές εξομοιώνουν συγκεκριμένες περιοχές με συγκεκριμένα προϊόντα. Πράγματι, είναι δυνατόν οι ευμετάβλητοι και περιεκτικοί ορισμοί του «τοπικός» να εναντιωθούν στις προσπάθειες που αποσκοπούν στη δημιουργία και διατήρηση ευδιάκριτων γνωρισμάτων για τοπικές κοινωνίες (Hinrichs, 2003). Ο Goodman (2003) υποστηρίζει ότι στην Ευρώπη, η μεταστροφή προς την ποιοτική διατροφή έχει προσφέρει σημαντικές ευκαιρίες για επιχειρηματική δραστηριότητα σε ένα νέο οικονομικό περιβάλλον περισσότερο ικανό να αντεπεξέλθει στις δυνάμεις της παγκοσμιοποίησης.

### Το Οικονομικό Περιβάλλον

Οι επενδύσεις υποδομών, η ύπαρξη και η λειτουργία επιχειρηματικών δικτύων καθώς και το επίπεδο τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας που έχουν αναπτυχθεί σε μία συγκεκριμένη περιοχή αποτελούν ορισμένους από τους κοινωνικό-οικονομικούς παράγοντες οι οποίοι επιδρούν στην επιχειρηματικότητα και οι οποίοι συνδέονται σε μεγάλο βαθμό με την οικονομική πτυχή του όρου. Στις περιοχές της υπαίθρου, η απομόνωση και κατ' επέκταση τα υψηλά κόστη μεταφοράς και μεταβίβασης έχουν παραδοσιακά επιβάλλει σημαντικούς

φραγμούς στην εγκατάσταση ανταγωνιστικών επιχειρήσεων, διότι περιορίζεται η πρόσβαση όχι μόνο στους προμηθευτές αλλά και στους καταναλωτές και στις νέες αγορές. Οι επιχειρήσεις λοιπόν που εγκαθίστανται σε αυτές τις τοποθεσίες είναι λιγότερο ανταγωνιστικές συγκριτικά με τις αντίστοιχες των ημιαστικών ή αστικών περιοχών. Η υποδομή λοιπόν μπορεί να επηρεάσει την οικονομική αποδοτικότητα με τρεις τρόπους: 1) επεκτείνοντας τη χρήση των υπαρχόντων πόρων 2) προσελκύοντας πρόσθετους πόρους στις περιοχές της υπαίθρου και 3) καθιστώντας αυτές πιο παραγωγικές (Fox & Porga, 2001). Ένα ικανοποιητικό επίπεδο υποδομών μπορεί να προσελκύει νέες επιχειρήσεις ενώ το διευρυμένο επίπεδο οικονομικής δραστηριότητας μπορεί να προσφέρει ευκαιρίες απασχόλησης και να αυξήσει το περιφερειακό προϊόν. Οι επιχειρηματίες της υπαίθρου θεωρούν τις επενδύσεις στις υποδομές ως ένα επιθυμητό χαρακτηριστικό γνώρισμα και μία ουσιαστική ανάγκη για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας (Skuras et al, 2000). Αξίζει να σημειωθεί ότι το βελτιωμένο μεταφορικό δίκτυο εκθέτει τις τοπικές οικονομίες των μειονεκτικών περιοχών της υπαίθρου στο ευρύτερο οικονομικό περιβάλλον, μειώνει τις εκροές πολλών τοπικών κλάδων και ταυτόχρονα αυξάνει τις εισαγωγές. Ως αποτέλεσμα, προκαλούνται οικονομικές διαφυγές οι οποίες μειώνουν το συνολικό όφελος της οικονομικής ανάπτυξης για τον τοπικό πληθυσμό.

Ένα δίκτυο αποτελεί μία δομή όπου ένας αριθμός κόμβων συνδέονται μεταξύ τους με συγκεκριμένες γραμμές (Hakansson & Ford, 2002). Τόσο οι γραμμές όσο και οι κόμβοι διαθέτουν αφθονία πόρων, γνώσεων και αντιλήψεων ως συνέπεια πολύπλοκων αλληλεπιδράσεων, προσαρμογών και επενδύσεων μεταξύ επιχειρήσεων. Επίσης, η επιχειρηματική δικτύωση είναι μία κοινωνική δομή η οποία υφίσταται μόνο εφόσον το άτομο κατανοεί και χρησιμοποιεί ένα δίκτυο (Johannisson, 1995; Monstead, 1995; Chell & Baines,

2000). Άλλοι ορισμοί για τα επιχειρηματικά δίκτυα και την δικτύωση τείνουν να δώσουν έμφαση στο ζήτημα των σχέσεων που δημιουργούνται μεταξύ των επιχειρήσεων. Υπό αυτό το πρίσμα, τα επιχειρηματικά δίκτυα ορίζονται ως «ένα ολοκληρωμένο και συνδυασμένο σύνολο οικονομικών και μη-οικονομικών σχέσεων ενσωματωμένο μέσα στις επιχειρήσεις, μεταξύ επιχειρήσεων και εκτός αυτών» (Yeung, 1994). Πολλοί επιστημονικοί ερευνητές (Aldrich et al, 1987,1989; Sanders & Nee, 1996) υποστηρίζουν ότι τα δίκτυα και ό,τι τα περιβάλλει (πόροι, δράσεις, εργαλεία στήριξης) είναι χρήσιμα όταν πρόκειται να ιδρυθούν νέες επιχειρήσεις και συνεπώς τα κοινωνικά δίκτυα υποκινούν την επιχειρηματικότητα.

Οι άτυπες επιχειρηματικές αλληλεπιδράσεις βασίζονται στην αμοιβαία εμπιστοσύνη, στη φιλία και στις οικογενειακές σχέσεις. Η λεγόμενη «προσωπική προοπτική δικτύου» επικεντρώνεται στην ενσωματωμένη σε ένα κοινωνικό πλαίσιο επιχειρηματικότητα η οποία διοχετεύεται, διευκολύνεται, περιορίζεται ή παρεμποδίζεται από τη θέση που κατέχουν τα άτομα στα κοινωνικά δίκτυα (Aldrich & Zimmer, 1986). Αντιθέτως, τα επίσημα δίκτυα αποτελούνται από επιχειρηματίες, τράπεζες, λογιστές, πιστωτικούς οργανισμούς, νόμιμους εκπροσώπους και εμπορικούς συνεταιρισμούς (Littunen, 2000a). Τα προσωπικά δίκτυα θεωρούνται κεντρικοί δίοδοι για την απόκτηση πρόσβασης σε πληροφορίες χρήσιμες, αποκλειστικές και ανεκτίμητης αξίας (Granovetter, 1974,1983). Με τη διατήρηση των προσωπικών σχέσεων, η εμπιστοσύνη και η ασυμμετρική δύναμη μετατρέπονται σε απτά περιουσιακά στοιχεία (Kalantaridis, 1996). Το οικογενειακό δίκτυο είναι ένα ιδιόμορφο παράδειγμα κοινωνικού δικτύου που έχει μεγάλη βαρύτητα για την περιφέρεια αφού προσφέρει ηθική συμπαράσταση ενώ προμηθεύει την κοινωνία με εργατικό δυναμικό (Bruderl & Preisendorfer, 1998).



Είναι γνωστό ότι οι επιχειρήσεις μπορούν να ξεπεράσουν κάποια από τα μειονεκτήματά τους με το να προσεγγίζουν και να χρησιμοποιούν εξωγενείς πόρους στο δίκτυο (Hanves & Senneseth, 2001). Αυτό αφορά κυρίως τις ΜΜΕ που αποτελούν την κύρια μορφή επιχείρησης στις μειονεκτικές και περιφερειακές περιοχές της υπαίθρου. Ένας αριθμός μελετών υποδεικνύουν ότι οι μικρού μεγέθους επιχειρήσεις με υψηλό βαθμό δικτύωσης εκτοπίζουν άλλες (Ostagaard & Birley, 1996; Barkham et al, 1996) και επίσης διευκολύνουν την ανάπτυξη ξένων αγορών (Johnsen & Johnsen, 1999) και καινοτομιών (Dickson & Hadjimanolis, 1998; Freel, 2000). Ο Littunen (2000a) τόνισε ότι τα εσωτερικά δίκτυα δημιουργούν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, καινοτομίες και αποδοτικότητα στις επιχειρήσεις. Επίσης η δικτύωση συμβάλλει στην επιβίωση των επιχειρήσεων και εξυπηρετεί ή διατηρεί τους μακροχρόνιους στόχους αυτών. Αντιθέτως, άλλες μελέτες απέτυχαν να ανακαλύψουν οποιαδήποτε σχέση μεταξύ των χαρακτηριστικών γνωρισμάτων των δικτύων και της επιχειρηματικής απόδοσης (Johannisson, 1995). Οι Hanves και Senneseth (2001) υποστηρίζουν ότι η δικτύωση δεν συνδέεται με την υψηλή αύξηση στην απασχόληση ή στις συνολικές πωλήσεις αλλά επηρεάζει το βαθμό γεωγραφικής επέκτασης για τις αγορές της επιχείρησης.

Στις επιχειρήσεις της υπαίθρου, ένα άλλο σημαντικό χαρακτηριστικό γνώρισμα των δικτύων αναφέρεται στην χωροτακτική τους επέκταση. Η ορολογία των κάθετων και οριζόντιων δικτύων πρωτοεμφανίστηκε στον Murdoch (2000). Με τον όρο «κάθετα δίκτυα» εννοούνται εκείνα τα οποία συσχετίζουν περιοχές της υπαίθρου στον αγρο-διατροφικό τομέα ενώ ο όρος «οριζόντια δίκτυα» αναφέρεται σε αυτά που συσχετίζουν περιοχές της υπαίθρου με

διαδικασίες οικονομικής αλλαγής πιο γενικές και μη-αγροτικού χαρακτήρα. Βασιζόμενοι στην άποψη του Murdoch (2000) ότι δηλαδή η έννοια του δικτύου μπορεί να προσφέρει ένα νέο υπόδειγμα για αγροτική ανάπτυξη, οι Kneafsey et al (2001) επαναπροσδιόρισαν τον ανωτέρω ορισμό και τον προσαρμοσαν σε ένα πλαίσιο οικονομίας πολιτισμού αποδίδοντάς του έναν χωροταξικό χαρακτήρα. Σύμφωνα λοιπόν με τους Kneafsey et al (2001), τα κάθετα δίκτυα επιτρέπουν τις τοπικές επιχειρήσεις να σφυρηλατήσουν συμμαχίες με προμηθευτές, διανομείς, λιανικούς πωλητές, θεσμούς και εξωτερικά εγκατεστημένους καταναλωτές, ενώ θεωρούνται εξαιρετικής σημασίας για τη μακροχρόνια ευημερία των περιφερειών. Αφετέρου, τα οριζόντια δίκτυα παρέχουν διασυνδέσεις με τοπικούς παραγωγούς, θεσμούς και καταναλωτές. Τα δίκτυα αγαθών αποτελούν μία ιδιόμορφη παραλλαγή των δικτύων, επικεντρώνοντας το ενδιαφέρον τους σε ιστούς αλληλεξάρτησης που υφίστανται μεταξύ διαφορετικών πρωταγωνιστικών φορέων (O'Neil & Whatmore, 2000). Τα δίκτυα αγαθών ενσωματώνουν κάθετες και οριζόντιες διαστάσεις της κίνησης αγαθών αντιμετωπίζοντας επιτυχώς προβλήματα που συνδέονται με αλυσίδες και κυκλώματα προμηθειών (Whatmore & Thorne, 1997; Murdoch, 2000). Για το λόγο αυτό μπορούν να θεωρηθούν ως ένας συγκερασμός ιδεών από αλυσίδες αγαθών και μορφές κατανάλωσης (Crewe, 2000; Hughes, 2000).

Είναι επίσης κοινά αποδεκτό ότι οι Τεχνολογίες Πληροφορικής & Επικοινωνιών (ΤΠΕ) διαδραματίζουν ένα βασικό ρόλο στη στήριξη ΜΜΕ σε μειονεκτικές περιοχές (CEC, 1997b). Ο Storper (1997) διακρίνει τρεις πολύ βασικές νέες ικανότητες του σύγχρονου καπιταλισμού άμεσα ή έμμεσα συνδεδεμένες με την ανάπτυξη στις τεχνολογίες επικοινωνιών. Η πρώτη αφορά στην επαναστατική πρόοδο της παραγωγικής διαδικασίας καθώς και των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών επιτρέποντας μία μεγάλη διεύρυνση της λειτουργίας και του

ελέγχου των επιχειρήσεων, των αγορών και των θεσμών. Η δεύτερη αναφέρεται στην επέκταση και στην κοινωνική διορατικότητα υπό τη λογική των σχέσεων αγοράς ενώ διευκολύνεται από τις αλματώδεις τεχνολογικές εξελίξεις ιδιαίτερα από τις χαμηλότερες τιμές στις τηλεπικοινωνίες. Η τρίτη συνδυάζει τις συνέπειες των προηγούμενων δύο και αναφέρεται στη διεύρυνση των μοντέρνων οργανωτικών μεθόδων, των γραφειοκρατικών κανόνων και των επικοινωνιακών διαδικασιών καθώς επίσης και σε πρόσθετες πτυχές της οικονομικής και μη-οικονομικής ζωής. Οι Richardson και Gillespie (2000) εισηγήθηκαν ότι σε πολλές περιοχές της υπαίθρου, χαμηλότερα επίπεδα κινητικότητας και εκτίμησης των εναλλακτικών λύσεων έχουν καθιερώσει έναν περιορισμένο χώρο εμπορίας που χαρακτηρίζεται από υψηλότερα επίπεδα προστασίας συγκριτικά με τις περισσότερες ανταγωνιστικές και αστικές περιοχές. Η στρατηγική κίνηση προς την Κοινωνία της Πληροφορίας και η παράλληλη χρήση ευκαιριών που παρέχονται από τις Τεχνολογίες Πληροφορικής & Επικοινωνιών θα περιορίσει βαθμιαία τα όρια των τοπικών αγορών και θα εκθέσει την οικονομική δραστηριότητα σε μεγαλύτερο εξωτερικό ανταγωνισμό (Grimes, 2001; Hetland & Meier-Dallach, 1998). Συνεπώς, οι γνωστικές ικανότητες των περιοχών της υπαίθρου θα αυξηθούν αφού θα βελτιωθεί η πρόσβαση στις σχετικές πληροφορίες (Grimes, 2000), λαμβάνοντας υπόψη ότι η περιορισμένη κλίμακα και σφαίρα αρμοδιότητας των τοπικών αγορών εξαναγκάζει τους επιχειρηματίες της υπαίθρου να αναπτύξουν καινοτόμα προϊόντα και αποδοτικό μάρκετινγκ προκειμένου να ανταγωνιστούν τους ομόλογούς τους στις αστικές περιοχές (Smallbone et al, 1999). Οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών κατέχουν έναν κεντρικό ρόλο στην επιχειρηματική διαδικασία. Αντιθέτως, οι περιοχές που αποτυγχάνουν να συμμετάσχουν στη μεγέθυνση των συγκεκριμένων τεχνολογιών κινδυνεύουν από υψηλή περιθωριοποίηση (Gibbs & Tanner, 1997). Η υιοθέτηση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών από μικρές επιχειρήσεις της υπαίθρου

εξαρτάται από την εξωτερική πίεση και το οργανωτικό μέγεθος αυτών (Premkumar & Roberts, 1999).

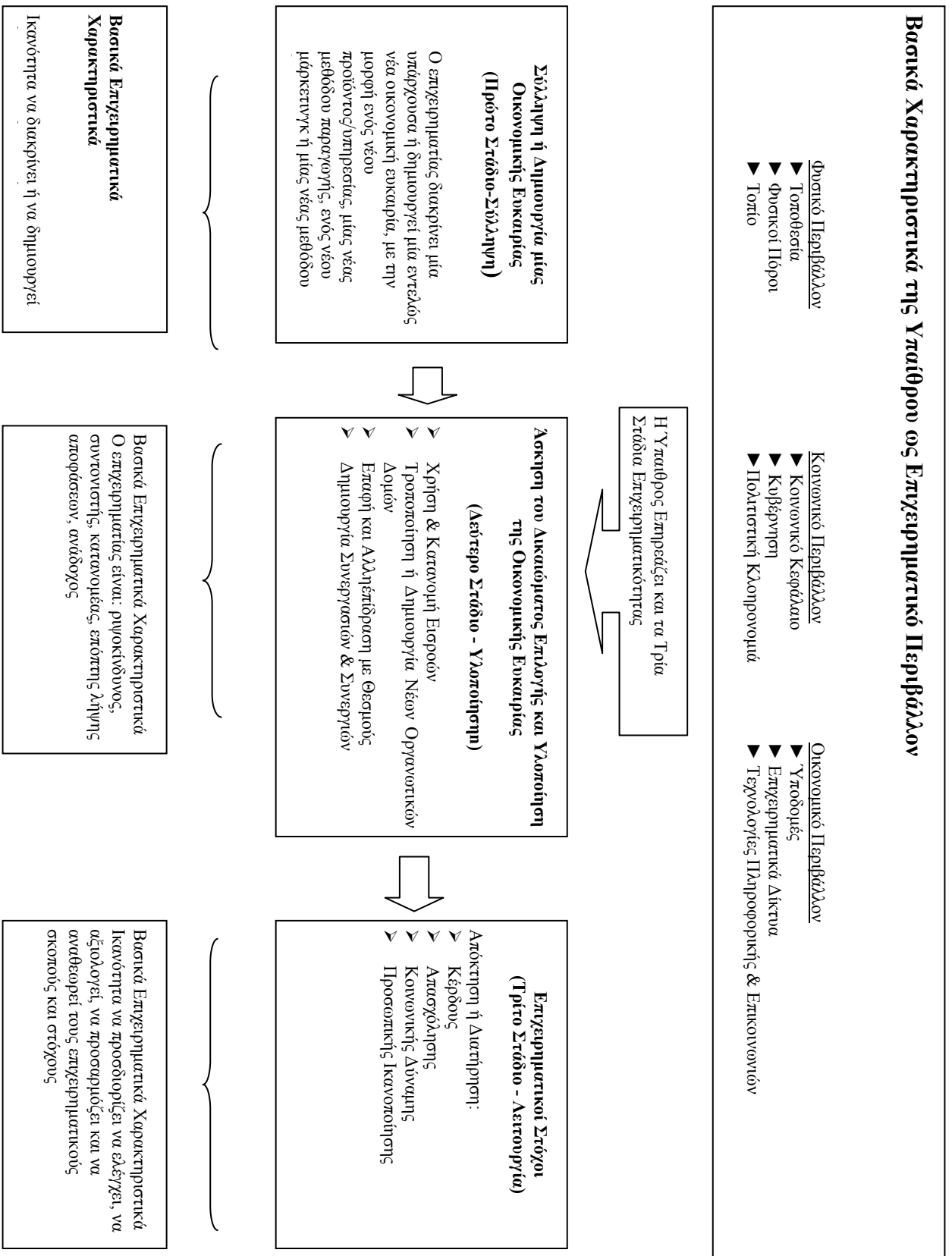
Πρόσφατα αποτελέσματα επιστημονικών ερευνών υπογραμμίζουν τη σπουδαιότητα της κατάλληλης χρήσης ΤΠΕ για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας σε περιοχές της υπαίθρου. Οι Mitchell και Clark (1999) λαμβάνουν υπόψη τους την υιοθέτηση ΤΠΕ από τις επιχειρήσεις της υπαίθρου και αποδεικνύουν ότι οι οικονομίες της υπαίθρου αποτελούνται από δύο διαζώματα. Οι Ba et al (2000) υποστηρίζουν ότι οι ΤΠΕ μπορούν να ωφελήσουν τους μικρού μεγέθους επιχειρηματίες αναπτύσσοντας βασικές αρμοδιότητες σε συνεργασία με άλλες μικρές επιχειρήσεις για να σχεδιασθούν προϊόντα τα οποία θα ανταποκρίνονται στις προτιμήσεις των πελατών έτσι ώστε να ανταγωνιστούν τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις, όσο πιο αποδοτικά γίνεται. Οι Berkeley et al (1996) ανακάλυψαν σημαντικές ανομοιότητες στην υιοθέτηση ΤΠΕ μεταξύ των ΜΜΕ της αγγλικής υπαίθρου. Οι ανομοιότητες αυτές απορρέουν από την επίγνωση, την επαγγελματική κατάρτιση καθώς επίσης και από τις υποδομές, το κόστος επενδύσεων και το μέγεθος των επιχειρήσεων. Οι Τηλεπικοινωνίες έχουν τη δυναμική να παρέχουν προηγμένες αστικού τύπου χρηματοοικονομικές υπηρεσίες στις περιοχές της υπαίθρου. Επίσης οι Τηλεπικοινωνίες μπορούν να βελτιώσουν την εκπαίδευση, να ενοποιήσουν τους κατοίκους με κοινά ενδιαφέροντα και να ενδυναμώσουν την επιχειρηματικότητα (Marshall, 2001). Η επιχειρηματική συμπεριφορά αναφορικά με τις Τεχνολογίες Πληροφορικής & Επικοινωνιών αποτέλεσε καθοριστικό παράγοντα άσκησης επιρροής στην υιοθέτηση αυτών, μεταξύ μικρών επιχειρήσεων σε πέντε περιοχές του Ηνωμένου Βασιλείου (Blackburn & McClure, 1998).

### 9.3 Πλαίσιο Ανάλυσης της Επιχειρηματικότητας της Υπαίθρου

Ένα μεγάλο τμήμα της ερευνητικής προσπάθειας στα Οικονομικά, στην Ψυχολογία, στην Κοινωνιολογία και σε άλλες παρεμφερείς επιστήμες έχει αφιερωθεί στον ορισμό της επιχειρηματικότητας και του επιχειρηματία. Παρά τη σπουδαιότητα που αποδίδεται στον ορισμό της επιχειρηματικότητας, επιστημονικές προσπάθειες για να προσδιοριστεί η επιχειρηματικότητα της υπαίθρου και να καθορισθούν οι παράγοντες εκείνοι που την επηρεάζουν αποτελούν μία αρκετά δύσκολη ενέργεια. Αυτό οφείλεται κυρίως σε μία σειρά από θέματα τα οποία σχετίζονται κυρίως με τις διαφοροποιημένες δυνάμεις και τις επιρροές που ασκεί η ύπαιθρος ως επιχειρηματικό περιβάλλον. Ο Hoy (1983) τόνισε ότι η δημόσια εικόνα ενός επιχειρηματία της υπαίθρου είναι αυτή κάποιου ο οποίος είναι ανεξάρτητος, ριψοκίνδυνος, αισιόδοξος, εργάζεται σκληρά, έχει αυτοπεποίθηση, θέτει συγκεκριμένους στόχους και εφαρμόζει καινοτομίες. Επίσης ο Hoy (1983) υποστήριξε ότι στην ύπαιθρο η επιχειρηματικότητα επικεντρώνεται στη δημιουργία νέων ευκαιριών απασχόλησης δια μέσου της ίδρυσης νέων επιχειρηματικών μονάδων. Ο Wortman (1990) ανέφερε ότι η επιχειρηματικότητα της υπαίθρου συνίσταται στην δημιουργία ενός νέου οργανισμού που εισάγει νέα προϊόντα, εξυπηρετεί ή δημιουργεί μία εντελώς νέα αγορά ή χρησιμοποιεί μία προηγμένη τεχνολογία σε μία περιοχή της υπαίθρου. Αυτός ο συγκεκριμένος ορισμός συνδυάζει στοιχεία καινοτομίας και δημιουργίας που αναμένονται να επιδράσουν στην ευρύτερη κοινότητα όπου η επιχειρηματική δραστηριότητα λαμβάνει χώρα. Έχει επίσης υποστηριχθεί σθεναρά ότι η επιστημονική έρευνα θα πρέπει να δώσει έμφαση σε τοποθεσίες και σε περιθωριοποιημένες κοινωνικές ομάδες στις περιοχές της υπαίθρου (Ray, 1999). Υπό αυτό το πρίσμα, ο επιχειρηματίας της υπαίθρου είναι κάποιος ο οποίος ζει στην ύπαιθρο και η διαφορά μεταξύ αυτού και ενός αστού επιχειρηματία αναφέρεται στις συνέπειες της

συγκεκριμένης περιοχής στην επιχειρηματική διαδικασία. Η πολύπλοκη επιχειρηματική διαδικασία μπορεί να απλοποιηθεί σε μία τριών σταδίων διαδοχική διαδικασία όπως φαίνεται στο σχέδιο 9.1.

Σχέδιο 9.1. Μία Τριών Σταδίων Επιχειρηματική Διαδικασία σε Περιβάλλον της Υπαίθρου



Το στάδιο της σύλληψης αφορά στις δραστηριότητες που οδηγούν τον επιχειρηματία να διακρίνει μία υπάρχουσα οικονομική ευκαιρία ή να δημιουργήσει μία εντελώς νέα. Το στάδιο της εγκατάστασης της επιχείρησης σκιαγραφεί την απόφαση να επεξεργασθεί ο επιχειρηματίας την ευκαιρία που του παρουσιάζεται και να την υλοποιήσει. Στο τρίτο στάδιο, ο επιχειρηματίας αξιολογεί την αποδοτικότητα της επιχείρησής του συγκρίνοντας τα επιτεύγματά του με τους προσωπικούς του σκοπούς και στόχους. Είναι πραγματικά αξιοσημείωτο το γεγονός ότι οι συμβατικοί επιχειρηματικοί στόχοι και οι συμβατικοί δείκτες μέτρησης της αποδοτικότητας βρίσκονται πολλές φορές στην τελευταία θέση των επιχειρηματικών σκοπών (Greenbank, 2001). Για τις μειονεκτικές περιοχές της υπαίθρου, η βασική αιτία αυτού εναπόκειται στο ότι η εγκατάσταση μίας νέας επιχείρησης είναι ο μοναδικός τρόπος με τον οποίο προσφέρεται απασχόληση στα μέλη του οικογενειακού περιβάλλοντος του επιχειρηματία. Επίσης θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ο συνεχώς αυξανόμενος αριθμός των επιχειρηματιών της υπαίθρου που επιλέγουν να ακολουθήσουν έναν τρόπο ζωής ο οποίος τους επιτρέπει όχι μόνο να επιβιώσουν αλλά και να αντλήσουν προσωπική ικανοποίηση από τις επιχειρήσεις τους. Ο συγκεκριμένος στόχος ξεφεύγει από τον συμβατικό ορισμό του λογικού επιχειρηματία που συναντάται στην βασική οικονομική θεωρία.

Η επιτυχημένη ολοκλήρωση του κάθε σταδίου εξαρτάται από τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των επιχειρηματιών καθώς και από το φυσικό, κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον στα πλαίσια του οποίου η επιχειρηματική διαδικασία πραγματοποιείται. Αυτό συμβαίνει κατά ένα δυναμικό τρόπο όπου τα επιχειρηματικά χαρακτηριστικά διαμορφώνονται από το εξωτερικό περιβάλλον και ταυτόχρονα επιδρούν σε αυτό. Το κάτω τμήμα του Σχεδίου 9.1 περιλαμβάνει τα βασικά επιχειρηματικά χαρακτηριστικά για κάθε στάδιο ξεχωριστά ενώ το άνω τμήμα



αντικατοπτρίζει τις επιρροές της υπαίθρου ως επιχειρηματικό περιβάλλον. Η ικανότητα να συλλαμβάνει μια οικονομική ευκαιρία η οποία ενδεχομένως να προκαλέσει την ίδρυση μίας νέας επιχείρησης επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από τα χαρακτηριστικά του συσσωρευμένου ανθρώπινου κεφαλαίου. Τα προσωπικά γνωρίσματα, τα κοινωνικά δίκτυα, η προηγούμενη γνώση (Ardichvili et al, 2003), το κοινωνικό κεφάλαιο καθώς και ο πολιτιστικός χαρακτήρας της κοινότητας (Morrisson, 2000) αποτελούν βασική προϋπόθεση για την επιτυχημένη αναγνώριση ευκαιριών.

Εάν ο επιχειρηματίας αποφασίσει καταρχήν να επεξεργασθεί την ευκαιρία που του παρουσιάζεται και στη συνέχεια να την υλοποιήσει τότε ένα ή περισσότερα χαρακτηριστικά του μπορούν να θεωρηθούν εξαιρετικής σημασίας. Κατά τη διάρκεια του συγκεκριμένου σταδίου, ο επιχειρηματίας ενδεχομένως να εκδηλώσει ριψοκίνδυνη συμπεριφορά (Cantillon, 1931; Thünen, 1826; Mill, 1848; Hawley, 1994; Knight, 1921; Mises, 1951; Cole, 1959), έντονη ικανότητα για εφαρμογή καινοτομιών (Schumpeter, 1934; Baudeau, 1768; Bentham, 1793; Schmoller, 1914; Weber, 1958; Sombart, 1913), χαρακτηριστικά γνωρίσματα αρχηγίας (Say, 1803; Saint-Simon, 1813; Walker, Amasa, 1866; Marshall, 1930; Wieser, 1994), ικανότητα να συνδυάζει τους διάφορους συντελεστές παραγωγής (Warlas, 1877; Wieser, 1994; Clark, 1998; Coase, 1937), ικανότητα να προσφέρει χρηματοοικονομικούς πόρους (Smith, 1776; Turgot, 1774; Pigou, 1912), άμεση λήψη αποφάσεων (Schultz, 1961; Cantillon, 1931; Menger, 1938; Wieser, 1994; Walker, Francis- Amasa, 1880; Keynes, 1936; Mises, 1951; Shackle, 1970; Cole, 1959), διοικητικές, οργανωτικές και εποπτικές ικανότητες (Say, 1803; Mill, 1848; Marshall, 1930; Menger, 1938), ικανότητα να συνάπτει παραγωγικούς συντελεστές (Bentham, 1793) καθώς και ικανότητα να κατανέμει τους συντελεστές παραγωγής σε διαφορετικές χρήσεις (Cantillon, 1931; Kirzner, 1973; Schultz, 1961).

Στο τρίτο και τελευταίο στάδιο, τα πιο βασικά επιχειρηματικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα είναι αυτά τα οποία επιτρέπουν στον ιδιοκτήτη να ελέγχει, να προσδιορίζει και να αξιολογεί την αποδοτικότητα της επιχείρησης αναφορικά με τους στόχους του. Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι κατά τη διάρκεια των διαφορετικών φάσεων της επιχειρηματικότητας τόσο η προσωπικότητα του επιχειρηματία όσο και οι προσωπικές του σχέσεις υπόκεινται μεταβολές ως αποτέλεσμα της γνωστικής διαδικασίας (Littunen, 2000b). Αφετέρου, τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά μπορούν να αναγκάσουν τον επιχειρηματία να αναθεωρήσει την άποψη του για την αποδοτικότητα της επιχείρησής του και να επαναπροσδιορίσει τους επιχειρηματικούς του στόχους και σκοπούς, εφόσον βέβαια είναι απαραίτητο. Κάθε στάδιο της επιχειρηματικής διαδικασίας επηρεάζεται από τη γεωγραφία της περιοχής στην οποία λαμβάνει χώρα και συνεπώς διαθέτει πολλές ιδιομορφίες.

## 10. Παράγοντες που Επηρεάζουν την Διάρθρωση του Αρχικού Κεφαλαίου των Επιχειρήσεων στις Περιοχές Έρευνας

### 10.1. Εισαγωγή

Η δημοσίευση της Ατζέντα 2000 από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει θέσει μία σημαντική βάση για την μελλοντική ανάπτυξη της Ε.Ε στο σύνολό της και πιο συγκεκριμένα για τη διαμόρφωση της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής (ΚΑΠ) του 21<sup>ου</sup> αιώνα. Η Ατζέντα 2000 κατάφερε να εναρμονίσει ποικίλες προσεγγίσεις αγροτικής ανάπτυξης ενώ πρόσφατα έχει εντάξει στόχους όπως: 1) αυτοί που διατυπώθηκαν στο κείμενο της Κοινότητας για την αγροτική στρατηγική όπου υποστηρίζεται η μείωση των θεσμικών τιμών από τις μεταβιβάσεις εισοδήματος έτσι ώστε να επιτευχθεί δημοσιονομικός έλεγχος και να προωθηθούν τα συμφέροντα των καταναλωτών 2) η διακήρυξη του Cork η οποία στοχεύει μεταξύ άλλων στην αναμόρφωση της ΚΑΠ σε μία ευρεία Πολιτική Αγροτικής Ανάπτυξης ενισχύοντας έτσι τις «προς τα πάνω» προσεγγίσεις και τη διαφοροποίηση των οικονομικών δραστηριοτήτων στις αγροτικές περιοχές της Ευρώπης.

Η πρόσφατη ανάπτυξη δεν αναμένεται να επηρεάσει στον ίδιο βαθμό όλες τις αγροτικές περιοχές. Οι αγροτικές περιοχές που βρίσκονται στο κέντρο έχουν υψηλότερη πληθυσμιακή πυκνότητα, μεγαλύτερη πρόσβαση στις αγορές, μικρότερη εξάρτηση από τον αγροτικό τομέα και μία διαφοροποιημένη οικονομική βάση. Είναι λοιπόν προφανές ότι η αναθεώρηση της αγροτικής πολιτικής δεν θα προκαλέσει μία δραματική οικονομική προσαρμογή διότι οι οικονομίες των κεντρικών αγροτικών περιοχών επικεντρώνονται στο δευτερογενή και τον τριτογενή τομέα. Από την άλλη πλευρά, οι αγροτικές περιοχές που βρίσκονται στην περιφέρεια είναι πολύ απομακρυσμένες ενώ χαρακτηρίζονται συχνά από πληθυσμιακή

ερήμωση, μειονεκτήματα βασικής υποδομής και μεγάλο βαθμό εξάρτησης από τον αγροτικό τομέα. Οι αναθεωρήσεις της αγροτικής πολιτικής αναμένεται να επηρεάσουν τόσο έμμεσα όσο και άμεσα αυτές τις περιοχές. Η λύση στα προβλήματα τα οποία προκλήθηκαν στις περιοχές της υπαίθρου και συγκεκριμένα στις ορεινές περιοχές της Νότιας Ευρώπης κατά την διαδικασία προσαρμογής είναι η δημιουργία MME στο δευτερογενή και τον τριτογενή τομέα. Πρόσφατα, πολλές Κοινοτικές Πρωτοβουλίες στοχεύουν στην προώθηση οικονομικών δραστηριοτήτων εκτός του αγροτικού τομέα. Εντούτοις, παρά την αναγνώριση ότι η επιχειρηματικότητα είναι ένα από τα πρωταρχικά στοιχεία που συμβάλλουν στην επίτευξη της οικονομικής ανάπτυξης, η έρευνα όσον αφορά την αγροτική επιχειρηματικότητα είναι σπάνιο φαινόμενο.

Μία από τις πιο βασικές δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες είναι η συγκέντρωση του απαιτούμενου κεφαλαίου για την ίδρυση της νέας επιχείρησης, του λεγόμενου κεφαλαίου εκκίνησης. Το 1989, οι Evans και Jovanovic υποστήριξαν ότι κάτω από συγκεκριμένες συνθήκες παρατηρείται μία συνάφεια μεταξύ της πιθανότητας να μεταβεί κάποιος από το στάδιο της μισθωμένης εργασίας στο στάδιο της αυτοαπασχόλησης και των περιουσιακών του στοιχείων. Με άλλα λόγια μόνο εάν συντρέχουν περιορισμοί ρευστότητας, η πιθανότητα να ιδρύσει κάποιος μία δική του επιχείρηση εξαρτάται από τα προσωπικά περιουσιακά του στοιχεία. Τα αποτελέσματα της έρευνας των Evans και Jovanovic (1989) δείχνουν λοιπόν ξεκάθαρα ότι στην περίπτωση αυτή η διάρθρωση του κεφαλαίου εκκίνησης επηρεάζεται σημαντικά.

## 10.2. Κεφάλαιο Εκκίνησης: Θεωρητικό πλαίσιο

### Η Διάρθρωση Κεφαλαίου και η Μικρή Επιχείρηση της Υπαίθρου

Τα θεωρητικά υποδείγματα που αφορούν τη χρηματοδοτική συμπεριφορά των επιχειρήσεων έχουν αναπτυχθεί αναφορικά με τη θεωρία των επενδυτικών αποφάσεων. Προγενέστερες προσεγγίσεις συσχετίζουν τις επενδυτικές αποφάσεις με την αναμενόμενη κερδοφορία των επιχειρηματικών σχεδίων θεωρώντας ότι τα σχέδια αυτά είναι ικανά να αντλήσουν τα κεφάλαια που απαιτούνται.

Έτσι λοιπόν, η βέλτιστη χρηματοοικονομική διάρθρωση πραγματοποιείται δια μέσω της βέλτιστης συσσώρευσης κεφαλαίου. Η ερευνητική εργασία των Modigliani και Miller ασχολήθηκε με αυτήν την προσέγγιση και έδειξε ότι υπό ιδανικές συνθήκες αγοράς κεφαλαίου, οι χρηματοοικονομικές αποφάσεις λαμβάνονται ανεξαρτήτως των επενδυτικών αποφάσεων. Αυτό οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι το μέσο κόστος κεφαλαίου παραμένει το ίδιο χωρίς να επηρεάζεται από τη χρηματοοικονομική διάρθρωση. Με τον τρόπο αυτό η αγοραία αξία μίας επιχείρησης προσδιορίζεται εξολοκλήρου από την ικανότητά αυτής να επιτύχει κέρδη και δεν εξαρτάται από την οικονομική της διάρθρωση. Εάν το βασικό αξίωμα των Modigliani και Miller που αναφέρεται στις ιδανικές συνθήκες αγοράς κεφαλαίου δεν ισχύει τότε η οικονομική συμπεριφορά της επιχείρησης αποδεικνύεται εξαιρετικής σημασίας αφού η διάρθρωση χρηματοοικονομική διάρθρωση δεν είναι ανεξάρτητη από την αγοραία αξία της επιχείρησης..

Η πιο συχνά εμφανιζόμενη ατέλεια των αγορών κεφαλαίου είναι η ασυμμετρία της πληροφορίας μεταξύ των ιδιοκτητών επιχειρήσεων ή των επίδοξων ιδιοκτητών και των δανειστών. Δύο ερευνητικές προσεγγίσεις έχουν αναπτυχθεί ξεκινώντας από την έννοια της

ασυμμετρίας της πληροφορίας. Πρώτον, όταν οι δανειστές αυξάνουν τα επιτόκια με τεχνητά μέσα έτσι ώστε να αντεπεξέλθουν στον υψηλότερο κίνδυνο είτε της αβεβαιότητας που σχετίζεται με τη μελλοντική χρήση κεφαλαίου είτε των επενδυτικών σχεδίων με αβέβαιη πραγματική αξία και τα οποία εφαρμόζονται από μικρές επιχειρήσεις. Δεύτερον, όταν θεωρούμε ότι η ασυμμετρία της πληροφορίας μεταξύ εξωτερικών και εσωτερικών παραγόντων οδηγεί την αγορά στο να υποεκτιμήσει μία επιχείρηση. Σύμφωνα με τους Hamilton και Fox (1998), στην περίπτωση των μικρών επιχειρήσεων οι ιδιοκτήτες συμπεριφέρονται χωρίς να στοχεύουν σε βέλτιστες διαρθρώσεις κεφαλαίου αλλά όμως παρουσιάζουν μία προτίμηση για εκείνες τις πηγές χρηματοδότησης οι οποίες ελαχιστοποιούν την αυθαίρετη εξωτερικής φύσεως παρεμβολή.

Επίσης οι Carter και Van Auken (1990) συσχετίζουν τον κίνδυνο δημιουργίας μικρών επιχειρήσεων με την ανεπαρκή κεφαλαιοποίηση καθώς και με τα μεγάλα ύψος χρέη ενώ υποστηρίζουν ότι η διάρθρωση της αρχικής κεφαλαιοποίησης συντελεί στην επιτυχία ή την αποτυχία της μικρής επιχείρησης. Λαμβάνοντας υπόψη την ασυμμετρία της πληροφορίας, η πρόσβαση στους διάφορους πόρους χρηματοδότησης θα υπαγορευθεί από το ύψος της πίστωσης, τον υψηλό κίνδυνο καθώς επίσης και από ατομικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία και την συμπεριφορά του όσον αφορά τον έλεγχο της επιχείρησης.

### **10.3 Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Διάρθρωση του Κεφαλαίου**

Κατά το στάδιο ίδρυσης της επιχείρησης πολλοί παράγοντες συνδέονται με τη διάρθρωση του κεφαλαίου εκκίνησης. Το μέγεθος της επένδυσης είναι ένας καθοριστικός παράγοντας, ανεξάρτητα από τον τομέα στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση. Υψηλές αξιώσεις κεφαλαίου εκκίνησης θα απαιτήσουν εκτεταμένη εξωτερική χρηματοδότηση και κυρίως

χρηματοδότηση από οργανισμούς όπως είναι οι Τράπεζες, οι Οργανώσεις Επιχειρηματικού Κεφαλαίου, οι Αναπτυξιακές Φορείς κλπ. Το μέγεθος του κεφαλαίου εκκίνησης είναι στενά συνυφασμένο με το βαθμό ασυμμετρίας της πληροφορίας. Στην περίπτωση που ο επιχειρηματίας θεωρεί ότι το αίτημά του για χρηματοδότησή θα αντιμετωπισθεί με την επιβολή υψηλού επιτοκίου ή ότι θα απορριφθεί, μπορεί να μειώσει το μέγεθος του σχεδίου πριν την υποβολή αυτού στο χρηματοδοτικό οργανισμό.

Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας είναι ο οικονομικός τομέας στον οποίο οι επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται. Οι διαφορές μεταξύ των βιομηχανικών κλάδων οι οποίες σχετίζονται κυρίως με τη διάρθρωση κεφαλαίου οφείλονται σε ποικίλους λόγους. Καταρχήν υπάρχουν κλάδοι με υψηλές κεφαλαιουχικές απαιτήσεις οι οποίες όμως μερικές φορές υπερβαίνουν τους οικονομικούς πόρους του επιχειρηματία. Στον τομέα μεταποίησης για παράδειγμα οι απαιτήσεις σε κεφάλαια αναμένεται να είναι αρκετά υψηλές ενώ ένα μεγάλο ποσοστό χρηματοδότησης θα προέρχεται από πηγές εκτός της επιχείρησης (Chandler & Hanks, 1998). Δεύτερον, η θεωρία των θεσμών υποστηρίζει ότι συγκεκριμένοι οικονομικοί τομείς εφαρμόζουν διαφορετικές στρατηγικές άντλησης χρηματοδότησης όπως ο δανεισμός από προμηθευτές και καταναλωτές (Mizuchi & Stearni, 1994; Thorne, 1989).

Τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματικού ανθρώπινου δυναμικού επηρεάζουν τη διάρθρωση του κεφαλαίου εκκίνησης μίας επιχείρησης. Το ανθρώπινο κεφάλαιο αναφέρεται κυρίως στις ικανότητες και τη γνώση που έχει αποκτήσει ο επιχειρηματίας. Προσδιορίζει επίσης την ικανότητα ενός επιχειρηματία να αντιληφθεί μία ευκαιρία οικονομικής φύσεως, να την υλοποιήσει και κατ' επέκταση να ιδρύσει μία δική του επιχείρηση. Η διαμόρφωση ικανοτήτων στα πλαίσια μίας μοντέρνας οικονομίας είναι μία δυναμική διαδικασία με ισχυρά συστατικά συνέργειας (Heckman, 2000). Η σπουδαιότητα της απόκτησης γνωστικών και μη

γνωστικών ικανοτήτων στο να προάγουν την οικονομική και κοινωνία ευημερία είναι πολύ βασική. Η εκπαίδευση καθώς και η κατάρτιση έχουν τεκμηριωθεί σε ευρεία κλίμακα σαν μέθοδοι αύξησης του ανθρώπινου δυναμικού. Όσον αφορά όμως τη συσσώρευση ανθρώπινου δυναμικού, τόσο ο ρόλος της οικογένειας όσο και των επιχειρήσεων δεν περιλαμβάνονται αφού η συμβολή τους ως πηγές μόρφωσης δεν είναι κοινά αποδεκτή. Εκτός από τα μετρήσιμα χαρακτηριστικά ανθρώπινου κεφαλαίου, η στάση και οι αντιλήψεις των επιχειρηματιών μπορούν να επηρεάσουν τη διάρθρωση του κεφαλαίου εκκίνησης. Μία θεωρία που προτάθηκε το 1977 από τους Leland και Pyle και η οποία εξετάστηκε εν μέρει από τους Carter και Van Auken (1990) υποστηρίζει ότι όταν οι ιδρυτές αντιλαμβάνονται την πιθανότητα μίας επιτυχημένης και κερδοφόρας επιχείρησης είναι πιθανόν να προσφέρουν ένα μεγαλύτερο ποσοστό της αρχικής επένδυσης. Επίσης η ανάγκη για αυτονομία ανεξαρτησία και η ανάπτυξη σχετικών συμπεριφορών έχει προσδιορισθεί ως ένας καθοριστικός παράγοντας για τη διάρθρωση του κεφαλαίου εκκίνησης (Cooper et al, 1994). Είναι λοιπόν φανερό ότι αυτοί οι επιχειρηματίες τείνουν να διατηρήσουν τον έλεγχο της επιχείρησής τους και να αυξήσουν την αναλογία του κεφαλαίου εκκίνησης είτε προσθέτοντας προσωπική χρηματοδότηση είτε προσπαθώντας να περιορίσουν το ύψος της εξωτερικής χρηματοδότησης.

#### **10.4. Τα Δεδομένα και Το Υπόδειγμα**

##### *Δεδομένα Επιχειρήσεων*

Τα δεδομένα έχουν προκύψει από ερωτηματολόγια και έχουν συγκεντρωθεί στα πλαίσια ενός Ερευνητικού Προγράμματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης το οποίο χρηματοδοτήθηκε από το FAIR 6 και τα οποία παραχωρούνται στην παρούσα έρευνα λόγω συνάφειας των στόχων της έρευνας και ταύτισης των περιοχών έρευνας. Ο βασικός σκοπός της έρευνας αυτής σε



επιχειρήσεις και επιχειρηματίες ήταν η συγκέντρωση γενικών πληροφοριών που αφορούσαν την επιχείρηση, τον επιχειρηματία, την περιοχή έρευνας καθώς και τη λειτουργία των Οργανισμών Στήριξης Επιχειρήσεων δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην αναζήτηση τάσεων, συσχετισμών και τρεχόντων διαδικασιών. Πιο συγκεκριμένα η έρευνα προσπάθησε να συγκεντρώσει πληροφορίες οι οποίες θα διευκόλυναν την ανάλυση των χαρακτηριστικών των επιχειρήσεων και των επιχειρηματιών, θα καθόριζαν την αλληλεπίδραση μεταξύ της συσσώρευσης ανθρώπινου κεφαλαίου και της επιχειρηματικότητας, θα εξέταζαν τους κοινωνικοοικονομικούς δεσμούς των επιχειρήσεων και των επιχειρηματιών με την τοπική κοινωνία, θα προσδιόριζαν τη χρήση εργαλείων στήριξης, τις υπάρχουσες σχέσεις με τους οργανισμούς και τέλος την στάση και τις αντιλήψεις των επιχειρηματιών κατά την ίδρυση και λειτουργία της επιχείρησης (Psaltopoulos, 2000).

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από τέσσερα κύρια μέρη. Το πρώτο μέρος επικεντρώθηκε στην ιστορία της επιχείρησης και διερευνήθηκαν θέματα όπως το έτος ίδρυσης, ο τυχόν προηγούμενος τόπος εγκατάστασης, η μορφή ιδιοκτησίας, ο ενδεχόμενος σύνδεσμος με τα άλλα παραρτήματα της ίδιας εταιρείας, η διαδικασία έναρξης της επιχείρησης, η προέλευση της όλης επιχειρηματικής ιδέας, η επαγγελματική εμπειρία, η ηλικία και το επίπεδο εκπαίδευσης του επιχειρηματία, το πιθανόν επιχειρηματικό υπόβαθρο του οικογενειακού του περιβάλλοντος και τέλος η ύπαρξη δεσμών με την τοπική κοινωνία. Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου αναφέρθηκε στα γενικά χαρακτηριστικά της επιχείρησης όπως το βασικό προϊόν της κάθε μονάδας, ο τόπος διάθεσης των πωλήσεων, ο τόπος προέλευσης εκείνων των εισροών οι οποίες δεν σχετίζονται με την εργασία, η χρήση και η προέλευση συμβουλευτικών υπηρεσιών και τέλος η ποιότητα των παρεχόμενων προς την επιχείρηση υπηρεσιών. Το τρίτο μέρος αναφέρθηκε στο εργατικό δυναμικό της επιχείρησης και πιο συγκεκριμένα στον αριθμό και τις κατηγορίες του προσωπικού, την ιδιότητά του (πλήρους, μερικής ή εποχιακής

απασχόλησης) και τις προσδοκίες των επιχειρηματιών αναφορικά με τη μελλοντική ανάπτυξη της επιχείρησής τους στον τομέα της απασχόλησης. Τέλος το τέταρτο μέρος του ερωτηματολογίου επικεντρώθηκε στο Χρηματοδοτικό και Θεσμικό Περιβάλλον, και ιδιαίτερα στις πηγές κεφαλαίου για την έναρξη και τη λειτουργία των επιχειρήσεων, στην εφαρμογή στρατηγικών επαγγελματικής κατάρτισης, στην παροχή μέτρων στήριξης για την αντιμετώπιση της γραφειοκρατίας, στις απόψεις των επιχειρηματιών για τη διαθέσιμη οικονομική ενίσχυση, στη θέσπιση καινοτόμων ενεργειών, στα βασικά εμπόδια που αντιμετώπισαν οι επιχειρηματίες όσον αφορά στη γραφειοκρατία, στην άντληση χρηματοδότησης, στην εργασία, στην ύπαρξη περιβαλλοντικών και σχεδιαστικών περιορισμών, στην ποιότητα των θεσμικών υπηρεσιών και τέλος στη στάση του τοπικού πληθυσμού και των σχεδιαστών πολιτικής προς τους επιχειρηματίες γενικά.

Ο στόχος της συγκεκριμένης έρευνας ήταν να συγκεντρώσει πληροφορίες από ένα δείγμα 120-150 επιχειρήσεων περίπου σε κάθε περιοχή. Επίσης δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση στις επιχειρήσεις που ιδρύθηκαν τα τελευταία δέκα χρόνια έτσι ώστε να επιτευχθούν αποτελέσματα σχετικά για την ανάλυση πολιτικών. Μία αναλυτική παρουσίαση του κοινωνικού και οικονομικού χαρακτήρα των περιοχών έρευνας καθόρισε το πλαίσιο δειγματοληψίας και προσδιόρισε τις πιθανές πηγές δεδομένων.

Δύο ορεινές περιοχές της Ελλάδας επιλέχθηκαν ως αντιπροσωπευτικές των δυνατοτήτων ανάπτυξης που παρουσιάζουν οι μειονεκτικές περιοχές στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, οι περιοχές αυτές ήταν ο Νομός Ευρυτανίας και η περιοχή Καλαβρύτων στον Νομό Αχαΐας. Και στις δύο περιπτώσεις το βασικό πρόβλημα έγκειται στην απουσία ενός Κρατικού Μητρώου Επιχειρήσεων ενώ τα πιο πρόσφατα δεδομένα ήταν διαθέσιμα μόνο για το έτος 1994. Τα δεδομένα αυτού του προγράμματος ταιριάζουν απόλυτα στις ανάγκες της παρούσας έρευνας

διότι η περιοχή Καλαβρύτων είναι μία περιοχή του νομού Αχαΐας που περιλαμβάνεται στις περιοχές έρευνας του προγράμματος ενώ η περιοχή Ευρυτανίας έχει εξαιρετικές ομοιότητες με την περιοχή της ορεινής Αιτωλοακαρνανίας (είναι δε περιοχή του LEADER στην Αιτωλοακαρνανία) και συνεπώς, τα συμπεράσματα είναι άμεσα εφαρμόσιμα στις περιοχές έρευνας.

Η σημαντική δυσχέρεια στην εύρεση αξιόπιστου δειγματοληπτικού πλαισίου διευθετήθηκε με τη σύνταξη ενός καταλόγου επιχειρήσεων που συμπληρώθηκε από τα μέλη της ερευνητικής ομάδας. Ιδιαίτερη στήριξη προσέφεραν οι τοπικοί επιχειρηματίες καθώς και τα επιμελητήρια μεταποίησης και εμπορίου. Στη συνέχεια το ερωτηματολόγιο ελέγχθηκε δοκιμαστικά σε δέκα επιχειρήσεις από κάθε περιοχή έρευνας και τροποποιήθηκε σε ορισμένα του σημεία. Στο τελικό στάδιο συγκεντρώθηκαν εκατόν τριάντα δύο και εκατόν είκοσι δύο ερωτηματολόγια από τον Νομό Ευρυτανίας και την περιοχή Καλαβρύτων αντίστοιχα. Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι εκατόν εξήντα δύο επιχειρηματίες (63%) συνέβαλαν στο συνολικό κεφάλαιο εκκίνησης με προσωπική χρηματοδότηση-αποταμιεύσεις χωρίς να στραφούν είτε στην ενίσχυση από συγγενείς και φίλους με τη μορφή ιδιωτικών δανείων ή στο δανεισμό από τράπεζες ή στην επιχορήγηση κεφαλαίου από αγροτικούς αναπτυξιακούς φορείς. Επίσης, το 20,5% των επιχειρηματιών χρησιμοποίησε δάνεια από το οικογενειακό και φιλικό περιβάλλον προκειμένου να ενισχύσουν το κεφάλαιο εκκίνησης, το 13,20% εμπορικά δάνεια ενώ το 12% κατάφερε να αντλήσει επιχορήγηση. Είναι λοιπόν προφανές ότι μόνο ενενήντα έξι επιχειρηματίες χρησιμοποίησαν εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης, αναλογία αρκετά χαμηλή συγκριτικά με τα αποτελέσματα άλλων ερευνών.

## 10.5. Οικονομικό Υπόδειγμα και Μεταβλητές

Βασιζόμενοι στο γεγονός ότι οι περισσότεροι επιχειρηματίες δεν χρησιμοποιούν εξωτερικές μορφές χρηματοδότησης, ένα πρώτο βήμα στην ανάλυσή μας είναι να εξετάσουμε εκείνους τους παράγοντες που ωθούν τους επιχειρηματίες στην αναζήτηση εξωτερικών χρηματοοικονομικών πόρων κατά το στάδιο έναρξης των εργασιών τους. Θεωρούμε λοιπόν την απόφαση για εξωτερική χρηματοδότηση ως μία δυαδική μεταβλητή. Αυτή η μεταβλητή παίρνει την τιμή μηδέν (0) όταν οι επιχειρηματίες δεν αναζητούν εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης κατά την διαδικασία ίδρυσης της επιχείρησης και την τιμή ένα (1) όταν τις συγκεντρώνουν ανεξαρτήτως της πηγής άντλησης και του ύψους αυτών. Επίσης ένα υπόδειγμα τύπου logit χρησιμοποιείται προκειμένου να εξετασθούν οι παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση για χρηματοδότηση της επιχείρησης εξολοκλήρου από προσωπικούς πόρους του ιδιοκτήτη. Σε ένα δεύτερο στάδιο, εξετάζεται το ύψος των εξωτερικών χρηματοοικονομικών πόρων που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία της επιχείρησης. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον λοιπόν δεν παρουσιάζει το απόλυτο μέγεθος εξωτερικής χρηματοδότησης αλλά το μέγεθος αυτής συγκριτικά με το συνολικό κεφάλαιο εκκίνησης, εκφρασμένο σε ποσοστιαία βάση. Έτσι η εξαρτημένη μεταβλητή παίρνει τιμές από 0 έως 1, και εκφράζει την έκταση χρήσης εξωτερικών μορφών χρηματοδότησης από τους επιχειρηματίες. Ωστόσο ένα υπόδειγμα τύπου tobit χρησιμοποιείται προκειμένου να αναλυθούν οι παράγοντες που επιδρούν σημαντικά στο βαθμό χρήσης εξωτερικών μορφών χρηματοδότησης για την ίδρυση της επιχείρησης. Τέλος θα προσπαθήσουμε να εξετάσουμε τις συνέπειες που προκαλεί η διάρθρωση κεφαλαίου στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Η αύξηση της απασχόλησης μεταξύ του έτους ίδρυσης και του έτους διενέργειας της έρευνας θεωρείται ότι αντιπροσωπεύει τη συνολική μεγέθυνση της επιχείρησης. Οι επιχειρήσεις

διακρίνονται σε δύο κατηγορίες: α) αυτές που έχουν βιώσει μία αύξηση απασχόλησης και β) αυτές που είτε έχουν βιώσει μία μείωση απασχόλησης είτε έχουν παραμείνει στάσιμες. Ένα υπόδειγμα τύπου logit υιοθετείται εξαιτίας της φύσεως της ποιοτικής εξαρτημένης μεταβλητής.

Όπως έχει ήδη διευκρινισθεί, οι βασικές ερμηνευτικές μεταβλητές που περιλαμβάνονται σε όλα προηγούμενα υποδείγματα είναι: ο οικονομικός τομέας όπου δραστηριοποιείται η επιχείρηση, το μέγεθος της κατά το έτος ίδρυσης και τα χαρακτηριστικά του ανθρώπινου δυναμικού. Πιο συγκεκριμένα, ο τομέας της επιχείρησης αντικατοπτρίζεται από την ψευδομεταβλητή (SECTOR) η οποία λαμβάνει την τιμή (0) εάν η επιχείρηση δραστηριοποιείται στον τομέα μεταποίησης και την τιμή (1) για όλους τους υπόλοιπους τομείς, κυρίως για τις υπηρεσίες και τις τουριστικές δραστηριότητες. Ο αριθμός απασχολουμένων κατά το έτος ίδρυσης εκφράζει το μέγεθος της επιχείρησης σε όρους απασχόλησης (SIZE). Τα χαρακτηριστικά του ανθρώπινου δυναμικού εκφράζονται από πέντε μεταβλητές οι οποίες σχετίζονται με τα προσωπικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία. Αυτές είναι η ηλικία και η οικογενειακή κατάσταση (AGE, MARITAL), το επίπεδο εκπαίδευσης (EDUC), η επαγγελματική εμπειρία (EXPER) και οι δεσμοί με την τοπική κοινωνία (LIVE).

Πίνακας 10.1. Ορισμοί και Περιγραφική Στατιστική Ανάλυση των Μεταβλητών

Μεταβλητή	Ορισμός Μεταβλητής	Μέσος	Τυπική Απόκλιση
<i>Εξαρτημένες Μεταβλητές</i>			
<i>FUNDS</i>	Ψευδομεταβλητή. Τιμή 0 εάν δεν χρησιμοποιούνται εξωτερικές πηγές. Τιμή 1 σε άλλη περίπτωση	0,37	0,48
<i>EXTFUNDS</i>	Ποσοστό εξωτερικών χρηματοοικονομικών πόρων επί του συνολικού κεφαλαίου εκκίνησης	0,20	0,29
<i>GROWTH</i>	Ψευδομεταβλητή. Τιμή 0 εάν η απασχόληση δεν αυξήθηκε μετά την ίδρυση της επιχείρησης. Τιμή 1 σε άλλη περίπτωση	0,38	0,48
<i>Ανεξάρτητες Μεταβλητές</i>			
<i>AGE</i>	Η ηλικία του επιχειρηματία	43,25	10,56
<i>MARITAL</i>	Ψευδομεταβλητή. Τιμή 0 εάν ο επιχειρηματίας είναι παντρεμένος. Τιμή 1 σε άλλη περίπτωση	0,27	0,45
<i>EDUC</i>	Ψευδομεταβλητή. Τιμή 0 εάν ο επιχειρηματίας έχει μόνο βασική εκπαίδευση. Τιμή 1 σε άλλη περίπτωση	0,74	0,44
<i>EXPER</i>	Ψευδομεταβλητή. Τιμή 0 εάν ο επιχειρηματίας δεν έχει επαγγελματική εμπειρία. Τιμή 1 σε άλλη περίπτωση	0,39	0,49
<i>LIVE</i>	Ψευδομεταβλητή. Τιμή 0 εάν ο επιχειρηματίας δεν έχει ανατραφεί και ζήσει στην συγκεκριμένη περιοχή έρευνας. Τιμή 1 σε άλλη περίπτωση	0,74	0,44
<i>SECTOR</i>	Ψευδομεταβλητή. Τιμή 0 εάν η επιχείρηση δραστηριοποιείται στον τομέα μεταποίησης. Τιμή 1 σε άλλη περίπτωση	0,84	0,37
<i>SIZE</i>	Αριθμός απασχολουμένων κατά την ίδρυση της επιχείρησης	3,14	2,74

EMBEDD	Ποσοστό συνολικών πωλήσεων διατιθέμενων στην τοπική αγορά	0,72	0,36
--------	---	------	------

Οι νέοι επιχειρηματίες θεωρούνται πιο δυναμικοί και πιο πρόθυμοι να αναλάβουν ριψοκίνδυνα επιχειρησιακά σχέδια. Προσδοκούμε λοιπόν ότι οι νεότεροι επιχειρηματίες τείνουν να αναζητήσουν οποιαδήποτε μορφή εξωτερικής χρηματοδότησης και κυρίως εμπορικά δάνεια και επιχορήγηση κεφαλαίου. Η οικογενειακή κατάσταση του επιχειρηματία θεωρείται ότι είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με πιο επιτυχημένες επιχειρήσεις καθώς και με ποικίλες πηγές κεφαλαίου εκκίνησης. Πολλοί ερευνητές έχουν τονίσει τη σπουδαιότητα των οικογενειακών δικτύων στην επιτυχία μίας επιχείρησης. Οι Bruderl και Preisendorfer (1998) υποστηρίζουν ότι οι ασθενείς δεσμοί (ανεπίσημα κοινωνικά δίκτυα) είναι βασικές δίοδοι για την απόκτηση πρόσβασης στην πληροφορία, την παροχή πρόσβασης προς τους καταναλωτές και τους προμηθευτές ενώ είναι πολύ πιθανόν η οικονομική ενίσχυση από συγγενείς και φίλους να διευρύνει την οικονομική βάση μίας νέας επιχείρησης. Επίσης το διευρυμένο οικογενειακό περιβάλλον (εξαιτίας του γάμου) μπορεί να παράσχει πρόσβαση τόσο σε μη μισθωμένη οικογενειακή εργασία όσο και σε ηθική στήριξη. Αυτό είναι δυνατόν να συμβεί ιδιαίτερα στην περίπτωση που εξαιρετικά απογοητευτικά γεγονότα εξανεμίζουν τις αισιόδοξες αρχικές προσδοκίες. Οι Sanders και Nee (1996) έχουν επίσης αναφέρει ότι είναι πιθανόν οι επιχειρηματίες που στηρίζονται από την οικογένεια να αποδειχθούν πιο επιτυχημένοι. Άλλοι ερευνητές όμως έχουν υπογραμμίσει ότι μία τέτοιου είδους ενίσχυση μπορεί να μην είναι και τόσο ωφέλιμη για τις νέες επιχειρήσεις.

Η εκπαίδευση αποτελεί ένα πολύ βασικό χαρακτηριστικό της συσσώρευσης ανθρώπινου δυναμικού. Οι θεωρίες τόσο της οργανωτικής αποδοτικότητας όσο και του «μαθαίνω κάνοντας» (learning by doing) υποδηλώνουν ότι το επίπεδο εκπαίδευσης έχει μία θετική

επίδραση στην επιχειρηματικότητα γενικά και στην ανάπτυξη της επιχείρησης (Variyam & Kraybill, 1994; Barkham, 1994). Οι μορφωμένοι επιχειρηματίες είναι πιο ικανοί και παράλληλα έχουν περισσότερες πιθανότητες να αντλήσουν εξωτερική χρηματοδότηση για την ενίσχυση του κεφαλαίου εκκίνησης.

Η εργασιακή εμπειρία αποτελεί μία βασική διαδικασία απόκτησης γνώσης η οποία μπορεί να εξελιχθεί με την εκπαίδευση και την κατάρτιση. Τις περισσότερες φορές βέβαια αντικαθιστά την απουσία βασικής εκπαίδευσης. Οι άτυπες διαδικασίες συσσώρευσης ανθρώπινου δυναμικού δεν περιλαμβάνονται στη διεθνή οικονομική βιβλιογραφία ενώ η διάθεση κινήτρων για κατάρτιση είναι σχετικά περιορισμένη. Η επαγγελματική εμπειρία μπορεί να εμφανισθεί με τη μορφή ιεράρχησης των δραστηριοτήτων όπου το μέγιστο αποτέλεσμα επιτυγχάνεται από εκείνους τους επιχειρηματίες οι οποίοι έχουν οι ίδιοι ασχοληθεί με τη λειτουργία της επιχείρησής τους και κατ' επέκταση έχουν αποκτήσει οργανωτικές ικανότητες. Στη συνέχεια θα αναφερθούμε σε εκείνους τους επιχειρηματίες οι οποίοι έχουν αποκτήσει εμπειρία έχοντας εργασθεί σε επιχείρηση που δραστηριοποιείται στον ίδιο κλάδο καθώς και σε αυτούς που έχουν εργασθεί σε κάποια άλλη διαφορετικής μορφής επιχείρηση.

Επίσης προσπαθήσαμε να διακρίνουμε δύο μη γνωστικές μεθόδους συσσώρευσης ανθρώπινου δυναμικού. Πρώτον, εάν ο επιχειρηματίας προέρχεται από ένα οικογενειακό περιβάλλον όπου τουλάχιστον ένας από τους δύο γονείς ήταν επιχειρηματίας. Δεύτερον, εάν οι επιχειρηματίες έχουν γεννηθεί και ανατραφεί στην περιοχή όπου λειτουργεί η επιχείρηση. Σε θεωρητική βάση, η πρώτη διαδικασία είναι αρκετά σημαντική και σχετίζεται ποικιλοτρόπως με τη συσσώρευση ανθρώπινου κεφαλαίου. Τρεις προσεγγίσεις θεωρούνται υψίστης σημασίας για τη μελλοντική ανάπτυξη μίας επιχείρησης. Ο επιχειρηματίας ο οποίος ανατρέφεται στα πλαίσια ενός επιχειρηματικού περιβάλλοντος μπορεί να επωφεληθεί από



τους δεσμούς που έχουν ήδη διαμορφώσει οι γονείς του καθώς και από την αξιοπιστία και την καλή φήμη που έχει αποκτήσει η οικογενειακή επιχείρηση. Επίσης είναι δυνατόν να επωφεληθεί από την απόκτηση γνώσεων, πληροφοριών και ικανοτήτων τις οποίες αντλεί παρατηρώντας τις επιχειρηματικές δραστηριότητες των γονιών του, από τον ενθουσιασμό και τέλος από τις συμβουλές που του παρέχονται σε χρονικές στιγμές που η ίδρυση μίας επιχείρησης δεν ήταν ο απώτερος σκοπός του.

Η δεύτερη μέθοδος προσφέρει δύο πολύ σημαντικές πηγές συσσώρευσης ανθρώπινου κεφαλαίου μη γνωστικού αντικειμένου. Καταρχήν ο επιχειρηματίας έχοντας ανατραφεί στην περιοχή όπου δραστηριοποιείται η επιχείρηση γνωρίζει πολύ καλά τη δυναμικότητα, τις αδυναμίες, τις ευκαιρίες και τις δυσκολίες που εμπλέκονται στην απόφαση να ιδρύσει μία επιχείρηση. Με τον τρόπο αυτό, ο επιχειρηματίας μεγιστοποιεί τη δυνατότητα να εκμεταλλευθεί στο έπακρο τις ευκαιρίες που του δίνονται ενώ ελαχιστοποιεί τον κίνδυνο ο οποίος απορρέει από τα διάφορα εμπόδια. Δεύτερον, έχοντας ζήσει σε μία συγκεκριμένη περιοχή ο επίδοξος επιχειρηματίας αναπτύσσει σχέσεις και δεσμούς με το οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον που μπορούν να αποδειχθούν πολύ χρήσιμοι κατά τη διαδικασία έναρξης των εργασιών της επιχείρησης ή ακόμη και κατά το στάδιο μεγέθυνσής της.

Τέλος εισάγουμε μία πολύ σημαντική μεταβλητή την οποία αποκαλούμε ενθήκευση. Η έννοια της κοινωνικής ενθήκευσης αναφέρεται στο ότι η οικονομική συμπεριφορά είναι ενσωματωμένη σε έναν πολύπλοκο και διευρυμένο ιστό κοινωνικών σχέσεων (Swedberg, 1997). Έχει επίσης ειπωθεί ότι η κοινωνική ενθήκευση τροποποιεί και αυξάνει τις ανθρώπινες κοινωνικές αλληλεπιδράσεις (Hinrichs, 2000). Οι αναλυτές δικτύων έχουν επίσης υπογραμμίσει τα επίσημα χαρακτηριστικά καθώς και την λειτουργία των κοινωνικών δικτύων στα πλαίσια των οικονομικών θεσμών (Portes & Landholt, 1996) ενώ κάποιοι άλλοι δίνουν

ιδιαίτερη βαρύτητα στον τρόπο με τον οποίο η ενθήκευση απεικονίζει το κοινωνικό κεφάλαιο και την αμοιβαία εμπιστοσύνη (Granoveter, 1992). Η ενθήκευση έχει εννοιολογικά επισκιασθεί από τις έννοιες της εμπορίας και του ινστρουμενταλισμού. Σύμφωνα λοιπόν με τον Block (1990), η εμπορία σχετίζεται άμεσα με την ένταση εμφάνισης μη-τιμολογιακών παραγόντων στις οικονομικές συνδιαλλαγές μίας κοινωνίας. Μία υψηλή εμπορία υποδηλώνει την ύπαρξη περιορισμένης ή μηδενικής παρέμβασης των τιμολογιακών συντελεστών. Ένα χαμηλό επίπεδο εμπορίας υποδηλώνει μικρότερους αγοραίους συντελεστές και υψηλότερους μη αγοραίους. Από την άλλη πλευρά, ο ινστρουμενταλισμός περικλείει την έννοια των προσωπικών κινήτρων. Ο υψηλός ινστρουμενταλισμός συνεπάγεται ότι οι οικονομικοί φορείς μιας κοινωνίας δίνουν προτεραιότητα στους λεγόμενους οικονομικούς στόχους επιδεικνύοντας μία καιροσκοπική συμπεριφορά προκειμένου να τους επιτύχουν. Ενώ ένα χαμηλό επίπεδο ινστρουμενταλισμού αντικατοπτρίζει την προτεραιότητα σε μη οικονομικής φύσεως στόχους και αναφέρεται κυρίως στη φιλία, στην οικογένεια, στην πνευματικότητα, στη θνησιμότητα και στους εθνικούς δεσμούς (Hinrichs, 2000).

Επίσης επιχειρήσαμε να διαμορφώσουμε την οικονομική ενθήκευση δια μέσου του βαθμού που η επιχείρηση εξαρτάται από την τοπική αγορά. Μετράμε λοιπόν την ενθήκευση βασιζόμενοι στο ποσοστό των πωλήσεων της επιχείρησης το οποίο διατίθεται να καλύψει τις ανάγκες της τοπικής αγοράς. Όσο πιο υψηλό είναι το ποσοστό αυτών των πωλήσεων, τόσο πιο μεγάλη είναι και η ενθήκευση της επιχείρησης. Ενώ όσο πιο μικρό είναι το ποσοστό των πωλήσεων που θα πραγματοποιηθεί στα πλαίσια της τοπικής κοινωνίας τόσο πιο μικρός είναι και ο βαθμός ενθήκευσης της επιχείρησης.

## 10.6. Αποτελέσματα

Οι ορισμοί καθώς και η περιγραφική στατιστική των μεταβλητών που χρησιμοποιήθηκαν στις αναλύσεις παρουσιάζονται στον Πίνακα 6. Το πρώτο οικονομετρικό υπόδειγμα τύπου logit το οποίο εξετάζει την επίδραση των διαφόρων ανεξάρτητων μεταβλητών στην απόφαση για εξεύρεση εξωτερικών κεφαλαίων παρουσιάζεται στον Πίνακα 7. Υπογραμμίζουμε λοιπόν ότι τόσο ο κλάδος στον οποίο ανήκει η νέα επιχείρηση όσο και το μέγεθος αυτής δεν ασκούν μία ανεξάρτητη επιρροή στην απόφαση να αναζητηθούν εξωτερικοί χρηματοοικονομικοί πόροι προκειμένου να υλοποιηθεί η έναρξη εργασιών της νέας επιχείρησης. Όσον αφορά τα χαρακτηριστικά του ανθρώπινου δυναμικού, η ηλικία του επιχειρηματία και το επίπεδο εκπαίδευσής του δεν επηρεάζουν την απόφαση του να στραφεί σε εξωτερική χρηματοδότηση για την έναρξη εργασιών της επιχείρησής του. Εάν ο ιδρυτής της επιχείρησης είναι παντρεμένος τότε συγκριτικά με έναν ανύπαντρο έχει κατά 13,4% μεγαλύτερη πιθανότητα στο να αντλήσει εξωτερικά κεφάλαια, διατηρουμένων σταθερών όλων των υπολοίπων μεταβλητών.

Η εμπειρία επηρεάζει με θετικό τρόπο την απόφαση εξεύρεσης εξωτερικής χρηματοδότησης. Ένας επιχειρηματίας με προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία σε μία παρόμοιας μορφής επιχείρηση έχει 12,2% μεγαλύτερη πιθανότητα να αναζητήσει εξωτερικούς χρηματοοικονομικούς πόρους, συγκριτικά πάντα με τον επιχειρηματία ο οποίος δεν έχει βιώσει προηγούμενη παρόμοια επαγγελματική εμπειρία, διατηρουμένων σταθερών όλων των υπολοίπων μεταβλητών. Τέλος, όσο μεγαλύτερο είναι το ποσοστό των πωλήσεων που προορίζεται για την τοπική κοινωνία, τόσο μεγαλύτερη είναι και η πιθανότητα της μη αναζήτησης εξωτερικών κεφαλαίων. Κάθε 10% των πωλήσεων της επιχείρησης που

προορίζεται για την τοπική κοινωνία αυξάνει την πιθανότητα να στραφεί ο επιχειρηματίας σε χρηματοδότηση προερχόμενη από εξωτερικούς φορείς κατά 2% περίπου.

Πίνακας 10.2 Logit Αποτελέσματα για τη Χρήση Εξωτερικής Χρηματοδότησης

Μεταβλητή	Εκτίμηση Παραμέτρων	Ασύμπτωτη τιμή t	Οριακή Επίπτωση
AGE	0,020	1,254	-----
MARITAL	0,582	1,721	0,134
EDUC	0,320	0,922	-----
EXPER	-0,528	-1,820	-0,122
LIVE	-0,558	-1,840	-0,128
SECTOR	-0,361	-0,942	-----
SIZE	0,042	0,792	-----
EMBEDD	-1,632	-4,126	-0,202
Log-Likelihood			-153,489
Restricted Log-Likelihood			-170,295
$\chi^2$			33,614
Mc Fadden's $\rho$			0,099
% σωστών προβλέψεων			71,7

Σημείωση: Οι οριακές επιπτώσεις αναφέρονται για εκείνες τις μεταβλητές που είναι στατιστικά σημαντικές στο 10% ή λιγότερο.

Το δεύτερο οικονομετρικό υπόδειγμα είναι τύπου tobit και λαμβάνει υπόψη του την επίδραση των ανεξάρτητων μεταβλητών στη χρήση ή μη εξωτερικών κεφαλαίων. Οι εκτιμημένες τιμές των συντελεστών και οι οριακές επιπτώσεις αυτού του υποδείγματος παρουσιάζονται στον Πίνακα 8. Όσον αφορά τις μεταβλητές που σχετίζονται με το ανθρώπινο δυναμικό, η ηλικία του επιχειρηματία, η οικογενειακή του κατάσταση και η προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία ασκούν μία ανεξάρτητης μορφής επίδραση στην έκταση χρήσης εξωτερικής χρηματοδότησης. Όσο μεγαλύτερη είναι η ηλικία του ιδρυτή της επιχείρησης τόσο

μεγαλύτερη θα είναι και η πιθανότητα να χρησιμοποιήσει χρηματοδότηση η οποία προέρχεται από εξωτερικές φορείς.

Πίνακας 10.3. Tobit Αποτελέσματα για τη Χρήση Εξωτερικής Χρηματοδότησης

Μεταβλητή	Εκτίμηση Παραμέτρων	Ασύμπτωτη τιμή t	Οριακή Επίπτωση
AGE	0,008	1,659	0,003
MARITAL	0,179	1,105	0,070
EDUC	0,123	-1,743	-----
EXPER	-0,179	-1,198	-0,070
LIVE	-0,124	-1,250	-----
SECTOR	-0,159	-0,966	-----
SIZE	0,015	3,950	-----
EMBEDD	0,608	11,855	-0,196
S			-----
Log-Likelihood			-176,53

Σημείωση: Οι οριακές επιπτώσεις αναφέρονται για εκείνες τις μεταβλητές που είναι στατιστικά σημαντικές στο 10% ή λιγότερο.

Όπως είναι αναμενόμενο η οικογενειακή κατάσταση επιδρά αρνητικά στις εξωτερικές μορφές χρηματοδότησης. Οι επιχειρηματίες οι οποίοι διαθέτουν προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία χρησιμοποιούν λιγότερα κεφάλαια αντλούμενα από εξωτερικές πηγές, συγκριτικά με τους επιχειρηματίες εκείνους άνευ προηγούμενης επαγγελματικής εμπειρίας. Αυτό σε άμεση συνάφεια με το αποτέλεσμα που έχει ήδη αναφερθεί υποδηλώνει ότι ενώ οι επιχειρηματίες με επαγγελματική εμπειρία επιζητούν εξωτερικές μορφές χρηματοδότησης, τελικά χρησιμοποιούν όσο το δυνατόν λιγότερο από αυτές. Επίσης, η ενθήκευση είναι αρνητικά συνδεδεμένη με το βαθμό χρήσης εξωτερικών χρηματοοικονομικών πόρων για την έναρξη εργασιών της επιχείρησης. Όσο λοιπόν πιο υψηλή και ισχυρή είναι η ενθήκευση, δηλαδή όσο

πιο υψηλό είναι το ποσοστό των πωλήσεων που προορίζεται για την τοπική κοινωνία, τόσο πιο υψηλό είναι και το ποσοστό της χρηματοδότησης που αντλείται από εξωτερικούς προς την επιχείρηση φορείς.

Το τρίτο οικονομετρικό υπόδειγμα είναι τύπου logit και συνδέει την ανάπτυξη μίας επιχείρησης με μία σειρά μεταβλητών οι οποίες εκφράζουν χαρακτηριστικά της επιχείρησης και του επιχειρηματία. Οι τιμές των συντελεστών, οι ασύμπτωτες τιμές του t καθώς και οι εκτιμημένες οριακές συνέπειες για αυτό το υπόδειγμα παρουσιάζονται στον Πίνακα 10.4. Τα αποτελέσματα που αφορούν την επίδραση της διάρθρωσης κεφαλαίου στην αποδοτικότητα της επιχείρησης δείχνουν ότι όσο υψηλότερη είναι η αναλογία των κεφαλαίων που έχουν συγκεντρωθεί από εξωτερικούς φορείς τόσο υψηλότερη είναι και η πιθανότητα αύξησης στην απασχόληση της επιχείρησης.

Πίνακας 10.4. Logit Αποτελέσματα για την Μεγέθυνση της Επιχείρησης

Μεταβλητή	Εκτίμηση Παραμέτρων	Ασύμπτωτη τιμή t	Οριακή Επίπτωση
EXTFUNDS	0,768	1,768	0,179
AGE	0,025	1,918	0,006
EXPER	0,595	2,103	0,139
LIVE	-0,437	-1,409	-----
SECTOR	0,521	-1,356	-----
SIZE	-0,123	-2,013	-0,029
Log-Likelihood			-162,18
Restricted Log-Likelihood			-171,31
$\chi^2$			-18,26
Mc Fadden's $\rho$			0,06
% σωστών προβλέψεων			67,83

Σημείωση: Οι οριακές επιπτώσεις αναφέρονται για εκείνες τις μεταβλητές που είναι στατιστικά σημαντικές στο 10% ή λιγότερο.

Πράγματι, εάν κάθε 10% του αρχικού κεφαλαίου προέρχεται από εξωτερικές πηγές τότε η πιθανότητα να έχει βιώσει η επιχείρηση μία αύξηση στο μέγεθος της απασχόλησής της αυξάνεται κατά 1,8%. Επίσης οι έμπειροι επιχειρηματίες εμφανίζουν μία πιθανότητα ύψους 13,9% να είναι ιδιοκτήτες μίας αναπτυσσόμενης επιχείρησης συγκριτικά με τους άνευ επαγγελματικής εμπειρίας επιχειρηματίες, διατηρουμένων όλων των άλλων μεταβλητών σταθερών. Τέλος, όσο πιο μεγάλο είναι το μέγεθος της επιχείρησης κατά το στάδιο ίδρυσής της τόσο πιο μικρή είναι η πιθανότητα ανάπτυξης αυτής. Αυτό το αποτέλεσμα είναι πολύ σημαντικό διότι τονίζει την σπουδαιότητα και τις αναπτυξιακές προοπτικές των μικρών επιχειρήσεων. Απαιτείται λοιπόν εκτενέστερη ανάλυση και διερεύνηση των αποτελεσμάτων που έχουν προκύψει από τα τρία υποδείγματα. Τα αποτελέσματα υπογραμμίζουν την σπουδαιότητα και την επίδραση συγκεκριμένων παραγόντων στην απόφαση να εξευρεθεί εξωτερική χρηματοδότηση, στο βαθμό χρήσης τέτοιας μορφής χρηματοδότησης καθώς και στις συνέπειες της διάρθρωσης κεφαλαίου στη μελλοντική εξέλιξη της επιχείρησης.

### Βιβλιογραφικές Αναφορές

- Acs, Z. and Audretsch, D. 1987. Innovation, Market Structure, and Firm Size, *The Review of Economics and Statistics*, LXIX, No. 4, pp. 567-574.
- Agarwal, R. and Audretsch, David B. 1999. The two views of small firms in industry dynamics: a reconciliation. *Economic Letters* 62: 245-251.
- Agarwal, R. and Audretsch, David B. 2001. Does entry size matter? The impact of the life cycle and technology on firm survival. *The Journal of Industrial Economics* XLIX :21-43.
- Aldrich, H. and Zimmer, C. 1986. Entrepreneurship through social networks, in Sexton, D.L. and Smilor, R.W (Eds), *The Art and Science of Entrepreneurship*, Ballinger, Cambridge, MA.
- Anderson, A. 2000. 'Paradox in the Periphery: an entrepreneurial reconstruction?', *Entrepreneurship and Regional Development*, vol.12: 91-109.
- Audretsch, D., B. and Mahmood, T. 1995. New Firm Survival: new Results Using a Hazard Function. *The Review of Economics and Statistics* 77: 97-103.
- Barkham, R., Gudgin, G., Hart, M. and Havney, E. 1996. *The Determinants of Small Firm Growth: An Inter-regional Study in the U.K., 1986-90*, Jessica Kingsley, London.
- Benston, G. J., 1985. The validity of profits-structure studies with particular reference to the FTC's Line of Business Data', *The American Economic Review*, 75: 37-67.
- Bramanti, A. et al 1991, 'Innovation, firm and milieu: a dynamic and cyclic approach', in Camagni, R. (ed), 'Innovation Networks: Spatial Perspectives', GREMI, Belhaven Press, pp 89-104.
- Bruderl, J. and R. Schussler. 1990. Organization of Mortality: The Liabilities Of Newness and Adulthood. *Administrative Sciences Quarterly* 35: 530-547.
- Brüderl, J. and Preisendörfer, P. 1998. Network support and the success of newly founded businesses, *Small Business Economics*, Vol. 10, pp. 213-225.
- Burca, S. 1997, "Core- peripheral relationships as the nexus in world trade trends", in Bye, P. & Fonte, M. 1990, "Technical change in agriculture and new functions for rural spaces in Europe", *Paper presented at the 36<sup>th</sup> annual meeting of the American Sociological Association*, Cincinnati, August.
- Fynes, B. & Ennis, S. (eds), "Competing from the periphery", *The Dryden Press*.



- Cabral , L. 1995. Sunk costs, firm size and firm growth, *The Journal of Industrial Economics*, XLIII: 161-172.
- Camagni, R. 1991, 'Introduction: from the local milieu to innovation through cooperation networks', in Camagni, R. (ed), 'Innovation Networks: Spatial Perspectives', GREMI, Belhaven Press, pp 1-9.
- Camagni, R. 1995, “The concept of innovative milieu and its relevance for public policies in European lagging regions”, *Papers in Regional Science*, 74(4): 317- 340.
- Camagni, R. & Capello, R. 1999, “Innovation and performance of SME’s in Italy: the relevance of spatial aspects”, in *Fischer, M. et al, “Innovation, Networks and Localities”*, Berlin-Heidelberg-NY: Springer.
- Capello, R. 1999, “Spatial transfer of knowledge in high-technology milieu: learning versus collective learning processes”, *Regional Studies*, vol.33(4):353-365.
- Caves, R. E. 1998. Industrial Organization and new findings on the turnover and mobility of firms. *Journal of Economic Literature* 36:1947-1982.
- CBI/DTI 1993, “Innovation: the best practice”, CBI/DTI.
- Chandler, G. and S. Hanks, 1998. An examination of the substitutability of founders human and financial capital in emerging business ventures, *Journal of Business Venturing*, 13, 353-369.
- Chandler, G. and Hanks, S. 1991. How Important is Experience in a Highly Similar Field?, *Frontiers of Entrepreneurship Research*. pp. 1-10
- Chakravarthy, B. S. (1986) “Measuring strategic performance”, *Strategic Management Journal*, Vol 7, pp. 437-458.
- Chell, E. and Baines, S. 1998. Does gender affect business performance? A study of microbusiness in business services in the U.K., *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 10, pp. 117-135.
- Chen, M.-Y.2002. Survival duration of plants: Evidence from the U.S. petroleum refining industry. *International Journal of Industrial Organization* 20: 517-555.
- Commission of the European Communities 2002, “European Innovation Scoreboard 2002”, Brussels.
- Coombs, R. et al 1996, “A literature-based innovation output indicator”, *Research Policy*, vol.25:403-413.

- Cosh, A.D. and Hughes, A. 1994. Size, financial structure and profitability: UK companies in the 1980s, in Hughes, A. and Storey, D.J., *Finance and the Small Firm* 1994, Routledge: London, 18-63.
- Crewe, L. 2000. Geographies of retailing and consumption, *Progress in Human Geography*, Vol. 24 No. 2, pp. 275-290.
- Das, S and Srinivasan, K. 1997. Duration of firms in an infant industry: the case of Indian computer hardware. *Journal of Development Economics* 53: 157-167.
- Dhawan, R. 2001. Firm size and productivity differential: theory and evidence from a panel of U.S. firms, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 44, pp. 269-293.
- Dickerson , A. P., Gibson, H. D., and Tsakalotos E. 1998. Takeover risk and dividend strategy: a study of U.K. firms. *The Journal of Industrial Economics* XLVI: 281-300.
- Dickerson , A. P., Gibson, H. D., and Tsakalotos E. 1999. Is attack the best from of defence? A competing risks analysis of acquisition activity in the U.K. Jel Classification: G33, G34, C41 .
- Dickson, K.E. and Hadjimanolis, A. 1998. Innovation and networking amongst small manufacturing firms in Cyprus, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 4 No. 1, pp. 5-17.
- Donckels, R. and J. Lambrecht, 1995, 'Networks and small business growth: An explanatory model', *Small Business Economics*, 7, 273-289.
- Doumpos, M. and Zopounidis, C., 1998. The use of the Preference Disaggregation Analysis in the assessment of financial risks, *Fuzzy Economic Review*, 3(1):39-57.
- Dunne T, Roberts, M.J. and Samuelson, L. 1989. Firm entry and post-entry performance in the U.S. chemical industries, *Journal of Law and Economics*, 32(2): 233-272.
- Durand, R. and Coeurderoy, R. 2001. Age, Order of Entry, Strategic Orientation, and Organizational Performance, *Journal of Business Venturing*, 16, pp. 471-494.
- Egeln, J., G. Licht and F. Steil, 1997, Firm foundations and the role of financial constraints, *Small Business Economics*, 9, 137-150.
- Evans D.S. 1987. The Relationship between Firm Growth, Size, and Age: Estimates for 100 Manufacturing Industries, *Journal of Industrial Economics* 1987, XXXV: 567-581.
- Fisher, F. M. and McGowan, J. J. 1983. On the misuse of accounting rates of return to infer monopoly profits, *American Economic Review*, 73 (March):82-97.

- Fischer, M. 1999, "The innovation process and network activities of manufacturing firms", in *Fischer, M. et al, "Innovation, Networks and Localities"*, Berlin-Heidelberg-NY: Springer.
- Freel, M. 2000. External linkages and product innovation in small manufacturing firms, *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 12, pp. 245-266.
- Freeman, C. 1971, "The Role of Small Firms in Innovation in the United Kingdom since 1945: Report to the Bolton Committee of Inquiry on Small Firms", *Research Report no 6*, HMSO, London.
- Freeman, C. 1982, "The economics of industrial innovation", London: Frances Pinter.
- Freeman, C. 1986, "The role of technical change in national economic development", in *Amin, A. & Goddard, J. (eds), "Technological change, industrial restructuring and regional development"*, Allen and Unwin, London.
- Frenkel, A. 2000, 'Can regional policy affect firm's innovation potential in lagging regions?', *The Annals of Regional Science*, vol.34: 315-341.
- Fukuyama, F. 1995. *Trust: the Social Virtues of and Creation of Prosperity*. Free Press, New York.
- Fynes, B. & Ennis, S. 1997, "Peripherality: concepts, issues and alternative frameworks", in *Fynes, B. & Ennis, S. (eds), "Competing from the periphery"*, The Dryden Press.
- Geroski, P.A. 1995. What do we know about entry?. *Int. J. Of Ind. Organization* 13:421-440.
- Geroski, P.A. 1994, "Market structure, corporate performance and innovative activity", Oxford: Clarendon Press.
- Glancey, K. 1998. Determinants of growth and profitability in small entrepreneurial firms, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 1998, 4(1), pp. 18-27.
- Goodall, B. 1987, "The Dictionary of Human Geography", London: Penguin.
- Gopalakrishnan and Damanpour 1997, "A review of innovation research in Economics, Sociology and Technology Management. Omega", *International Journal of Management Science*, vol.25(1).
- Goudis, A. & Skuras, D. 2001, "Conceptual Paper: Business Networks", ASPIRE, Department of Economics, University of Patras.
- Goupta, A. 1987. SBU Strategies, Corporate-SBU Relations, and SBU Effectiveness in Strategy Implementation. *Academy of Management Journal*, 30(September): 477-500.
- Granovetter, M.S. 1974. *Getting a Job*. Harvard University Press, Cambridge, MA.

- Granovetter, M.S. 1985. Economic action and social structure: the problem of embeddedness, *American Journal of Sociology*, Vol. 91, pp. 481-510.
- Greene, W. (1997) *Econometric Analysis*, Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Hakansson, H. and Ford, D. 2000. How should companies interact in business networks?, *Journal of Business Research*, Vol. 55, pp. 133-139.
- Harhoff, David, Stahl, K. and Woyvode. 1998. Legal Form, Growth and Exit of West German Firms. *Journal of Industrial Economics* 67: 434 – 452.
- Havnes, P-A. and Senneseth, K. 2001. A panel study of firm growth among SMEs in networks, *Small Business Economics*, Vol. 16, pp. 293-302.
- Heunks, F. 1998, 'Innovation, Creativity and Success', *Small Business Economics*, vol. 10: 263-272.
- Hoffer, C. W. and Sandberg, W. R. 1987 “Improving new venture performance: some guidelines for success”, *American Journal of Small Business*, Vol 12, pp. 11-25.
- Hughes, D. 2000. Retailers, knowledge and changing commodity networks: the case of the cut flower trade, *Geoforum*, Vol 31, pp. 175-190.
- Jack, S. and Anderson, A. 2002. The effects of embeddedness on the entrepreneurial process, *Journal of Business Venturing*, Vol. 17, pp. 467-487.
- Jacquet-Lagrece, E., 1995. An application of the UTA Discriminant model for the evaluation of the R&D Projects, in P. M. Pardalos, Siskos Y. And Zopounidis C. (eds.), *Advances in multicriteria analysis*, Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 203-211.
- Johannisson, B. 1995. Paradigms and entrepreneurial networks – some methodological challenges, *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 7, pp. 215-231.
- Johnsen, R. and Johnsen, T. 1999. ‘International market development through networks’, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 5 No. 6, pp. 297-312.
- Johnson, B, Lorenz, E. and Lundvall, B-A. 2002. Why all this fuss about codified and tacit knowledge?, *Industrial and Corporate Change*, Vol 11, No. 2., pp. 245-262.
- Jovanovic, B. 1982. Selection and Evolution of Industry, *Econometrica*, 50: 649 – 670.
- Kalantaridis, C. 1996. Local production networks in the global marketplace’, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 2 No. 3, pp. 12-28.
- Kaplan, R. S. 1983. “Measuring manufacturing performance: A new challenge for managerial accounting research”, *The Accounting Review*, Vol 58, pp. 686-705.

- Keeble, D. et al 1988, "Peripheral regions in a Community of twelve member states", Luxembourg: Office of Official Publications of the European Communities.
- Keeble, D. et al 1992, "Business success in the countryside: the performance of rural enterprise", London: HMSO for the Department of the Environment.
- Keeble, D. & Tyler, P. 1995, "Enterprising behaviour and the urban-rural shift", *Urban Studies*, vol. 32(6):975-997.
- Keeble, D. & Wilkinson, F. 1999, "Collective learning and knowledge development in the evolution of regional clusters of high technology SME's in Europe", *Regional Studies*, vol. 33(4):295-303.
- Kneafsey, M., Ilbery B. and Jenkins, T. 2001. Exploring the Dimensions of Culture Economies in Rural West Wales, *Sociologia Ruralis*, Vol 41 No 3, pp. 298-310.
- Komninos, N. 2000, "Innovation is an island: the European dimensions of a global challenge" in *Andrikopoulou E. & Kafkalas, G. (eds), "The New European Space"*, Athens:Themelio (in Greek).
- Lang, L. H. P. and Stulz, R. M. 1994. Tobin's q, Corporate Diversification, and Firm Performance, *Journal of Political Economy* 1994, 102: 1248-1280.
- Lindenberg, E. B., and Ross, S. A., 1981. Tobin's q Ratio and industrial organization, *Journal of Business*, January: 1-32.
- Littunen, H. 2000. Networks and local environmental characteristics in the survival of new firms, *Small Business Economics*, Vol. 15, pp. 59-71.
- Long, W. F. and Ravenscraft, D. J., 1984. The misuse of Accounting Rates of Return: Comment, *American Economic Review*, 74: 494-500.
- Lundvall, B.A. 1992, "National systems of innovation", London: Pinter.
- Lundvall, B-A. and Johnson, B. 1994. The Learning Economy, *Journal of Industry Studies*, Vol. 1, No 2, pp. 23-42.
- Maddala, G. S. (1995) Specification tests in limited dependent variable models. In G.S. Maddala, P.C.B. Phillips, & T.N. Srinivasan (Eds), *Advances in Econometrics and Quantitative Economics*, (Cambridge, MA, Blackwell), pp. 1-49.
- Mahmood, T. 1992. Does the Hazard Rate for New Plants Vary Between Low – and High – Tech Industries. *Small Business Economics* 4: 201-209.
- Mahmood, T. 2000. Survival of newly founded businesses: a log-logistic model approach. *Small Business Economics* 14: 223-237.

- Maillat, D. & Lecoq, B. 1992, "New technologies and transformation of regional structures in Europe: the role of the milieu", *Entrepreneurship and Regional Development*, vol.4: 1-20.
- Mason, C. 1991, "Spatial variations in enterprise: the geography of new firm innovation", in *Burrows, R. (ed), "Deciphering the enterprise culture"*, London: Routledge.
- Mata, J. and Portugal P. 1994. Life Duration of New Firms. *Journal of Industrial Economics* 27: 227 – 246.
- Mata, J. and Portugal P. and Guimaraes, P. 1995. The Survival of new Plants: Start Up Conditions and Post Entry Evolution. *International Journal of Industrial Organization* 13: 459 – 481.
- McGahan A. M., 1999. The performance of U.S. corporations: 1981-1994, *The Journal of Industrial Economics*, 373-398.
- Mizruchi, M. and Stearns, L. 1994, A longitudinal study of borrowing by large American corporations, *Administrative Science Quarterly*, 39,118-140.
- Mole, K. & Worall, L. 2001, "Innovation, business performance and regional competitiveness in the West Midlands: evidence from the West Midlands Business Survey", *European Business Review*, vol. 13(6): 353- 364.
- Monsted, M. 1995. Processes and structures: reflections on methodology, *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 7, pp. 193-213.
- Murdoch, J. 2000. Networks – a new paradigm of rural development?, *Journal of Rural Studies*, Vol. 16, pp. 407-419.
- Murphy G. B., Trailer J. W., Hill R. C. 1996. "Measuring performance in entrepreneurship research", *Journal of Business Research*, Vol 36, pp. 15-23.
- Mudambi R. and Nicosia C. 1998. Ownership structure and firm performance: evidence from the UK financial services industry' *Applied Financial Economics*, 8, pp. 175-180.
- Neely, A. & Hii, J. 1998, "Innovation and Business Performance: a literature review", *The Judge Institute of Management Studies, University of Cambridge*.
- Neely, A. & Hii, J. 1999, "The innovative capacity of firms", Report Commissioned by the government office for the East of England, *The Judge Institute of Management Studies, University of Cambridge*.
- Nickell. S. J., 1996. Competition and Corporate Performance. *Journal of Political Economy*, 104 (4): 724-746.

- North, D. & Smallbone, D. 2000a, 'The Innovativeness and Growth of Rural SMEs during the 1990s', *Regional Studies*, vol.34 (2):145-157.
- North, D. & Smallbone, D. 2000b, "Innovative activity in SME's and Rural Economic Development: some evidence from England", *European Planning Studies*, vol. 8(1):87-106.
- Nucci, A. R. 1999. The demography of business closings. *Small business Economics* 12: 25-39.
- OECD. 2001. *The Well-being of Nations – The Role of Human and Social Capital*, OECD, Paris.
- OECD 1981, "The measurement of scientific and technical activities- Frascati Manual 1980", Paris, OECD.
- OECD 1992, "OECD proposed guidelines for collecting and interpreting technological innovation data- OSLO manual", Paris: OECD.
- O'Neill, P. and Whatmore, S. 2000. The business of place networks of property, partnership and produce, *Geoforum*, Vol. 31, pp. 121-136.
- Ostgaard, T. A. and Birley, S. 1996. New venture growth and personal networks, *Journal of Business Research*, Vol. 36, pp. 37-50.
- Pakes, A., and Erickson, R. 1998. Empirical applications of alternative models of firm and industry dynamics, *Journal of Economic Theory*, 79: 1-45.
- Paranque, B. 1997. Financial constraints and Economic Behavior: A Study of the specific features of small and medium-sized manufacturing firms from 1985 to 1995, Working Paper, Banque de France, ewp-fin/9612002.
- Pavit, K. et al 1987, "The size distribution of innovating firms in the UK: 1945-1984", *Journal of Industrial Economy*, vol. 45:297-306.
- Perrin, J.C. 1991, 'Technological Innovation and territorial development: an approach in terms of networks and milieu', in Camagni, R. (ed), 'Innovation Networks: Spatial Perspectives', GREMI, Belhaven Press, pp 35-54.
- Perry, R. 1982, "Summary of studies of the Cornish Economy", Camborne: Cornish Industrial Development Corporation.
- Perry, R. 1987, "Eligibility and access to small factories: a case study in Cornwall", *Journal of Rural Studies*, vol.3:15-22.
- Porter, M. 1990, "The competitive advantage of nations", London: Macmillan.

- Psaltopoulos, D., Stathopoulou, S. and Skuras, D. 2004. Factors Influencing the Structure of Start-up Capital and their Relevance on the Evolution of Rural Enterprises: the Case of Greek LFAs. *Small Business Economics*, (in press).
- Ratti, R. 1991, 'Small and medium-size enterprises, local synergies and spatial cycles of innovation', in Camagni, R. (ed), 'Innovation Networks: Spatial Perspectives', GREMI, Belhaven Press, pp 71-88.
- Reese, J.S. and Cool, W. R., 1978. Measuring investment center performance, *Harvard Business Review*, 56 (May-June):28-46.
- Randolph, W. A., Sapienza, Harry J., and Watson, M. A., 1991. Technology-Structure Fit and Performance in Small Businesses: An examination of the Moderating Effects of Organizational States. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Sanders, J. and V. Nee.
1996. Immigrant self-employment: The family as social capital and the value of human capital, *American Sociological Review*, Vol 61, pp. 231-249.
- Romijn, H. κ.ά 2002, 'Innovation, networking and proximity: lessons from small high technology firms in the UK', *Regional Studies*, vol.36(1):81-86
- Roper, S. 2001, 'Innovation, Networks and Plant Location: Some evidence for Ireland', *Regional Studies*, vol.35 (3):215-228.
- Salinger, M. A. 1984. Tobin's q, Unionization, and the Concentration-Profits relationship, *Rand Journal of Economics*, Summer: 159-70.
- Scherer, F. M., 1979. Segmental Financial Reporting: Needs and trade-offs, in Harvey Goldschmid, editor, *Business Disclosure: Government's Need to know*, New York: McGraw-Hill, 3-57.
- Schumpeter, J. 1934, "The theory of economic development", Harvard University Press, Cambridge.
- Shefer, D. & Frenkel, A. 1998, "Local milieu and innovations: some empirical results", *The Annals of Regional Science*, vol.32:185-200.
- Singh, A. 1975. Takeovers, Economic natural selection, and the theory of the firm: evidence from the postwar UK experience. *The Economic Journal* 85: 497-515.
- Smallbone, D. et al 1993, "The growth and survival of mature manufacturing SME's in the 1980's:an urban-rural comparison", in *Curran, J. & Storey, D. (eds), "Small firms in urban and rural locations"*, London: Routledge.



- Smallbone, D. κ.ά 1999, 'Adapting to Peripherality: a study of small rural manufacturing firms in northern England', *Entrepreneurship and Regional Development*, vol.11: 109-127.
- Smith, K. 2000, "Innovation indicators and the knowledge economy: concepts, results and policy challenges", *Paper presented to Conference on Innovation and Enterprise Creation: statistics and indicators*, Sophia Antipolis, France, 22-24 November.
- Stevens, R. 1977. Attitudes, in The Course Team (eds.) *Attitudes and Beliefs*. Milton Keynes: The Open University Press.
- Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D. and Skuras, D. 2004. Rural Entrepreneurship in Europe. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, (in press).
- Storper, M. 1997. *The Regional World*. Guilford Press, New York.
- Storper, M. and Salais, R. 1997. *Worlds of Production: the Action Frameworks of the Economy*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Sutton, J. 1997. Gibrat's Legacy. *Journal of Economic Literature* 35:40-59.
- Thorne, J.R., 1989. Alternative financing for entrepreneurial ventures, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13, pp. 7-9.
- Thwaites, A. & Wynarczyk, P. 1996, "The economic performance of innovative small firms in the South East region and elsewhere in the UK", *Regional Studies*, vol. 30(2): 135-149.
- Townroe, P.M. 1991, "New small business in the countryside", *Paper Reference 24107*, School of Urban and Regional Studies, Sheffield City Polytechnic, Sheffield.
- Yeung, H. W. 1994. Critical reviews of geographical perspectives on business organizations and the organization of production: towards a network approach, *Progress in Human Geography*, Vol. 18 No. 4, pp. 460-490.
- Venkatraman, N., and Ramanujam, V. 1986. Measurement of Business Performance in Strategy Research: A comparison of Approaches. *Academy of Management Review*, 11 (October): 801-814.
- Voulgaris F., Doumpos M. and Zopounidis C., 2000. On the evaluation of Greek industrial SMEs' Performance via Multicriteria Analysis of Financial Ratios, *Small Business Economics* 2000, 15: 127-136.
- Wagner G. 1994. The post – Entry Performance of New Small Firms in German Manufacturing Industries. *Journal of Industrial Economics* 62: 141 – 154.

Whatmore, S. and Thorne, L. 1997. Nourishing networks: alternative geographies of food, in Goodman, D. and Watts, M. (Eds), *Globalising Food: Agrarian Questions and Global Restructuring*, Routledge, London.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ

#### ΜΕΡΟΣ 1

#### ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

#### Ρωτήστε τον επιχειρηματία

Περιοχή:..... α.α. Ερωτηματολογίου .....

Επωνυμία Επιχείρησης: .....

Επώνυμο Συνεντευξιαζόμενου: ..... Όνομα Συνεντευξιαζόμενου: .....

Επικοινωνία: .....

1. Φύλο: Γυναίκα  Άνδρας

2. Έτος Γέννησης: .....

3. Οικογενειακή Κατάσταση:

Έγγαμη(ος) , Άγαμη(ος)  Διαζευγμένη(ος)

Αριθμός και ηλικία παιδιών: .....

Τέκνο πολύτεκνης οικογένειας

Τέκνο μονογονεϊκής οικογένειας

4. Επίπεδο παιδείας/ εκπαίδευσης (έχει τελειώσει)

Δημοτικό

Γυμνάσιο

Λύκειο

Πανεπιστήμιο (ειδικότητα).....

Μεταπτυχιακοί Τίτλοι.....

Ιδιωτική/Δημόσια μεταλυκειακή σχολή (IEK, κ.λ.π).....

**5. Κύριος τομέας δραστηριότητας επιχείρησης:**

	Κατηγορία NACE (Τμήμα)	Σημειώστε με τικ
Γεωργία, Κυνήγι και Δασοκομία	Τμήμα Α	
Εξόρυξη/ ορυχείο και λατομείο	Τμήμα C	
Παραγωγή τροφίμων, ροφημάτων/ποτών και καπνού	Τμήμα DA	
Άλλοι τομείς παραγωγής	Τμήμα DB-DN	
Παροχή ηλεκτρισμού, αερίου/ βενζίνης και νερού	Τμήμα E	
Κατασκευές	Τμήμα F	
Χονδρικό Εμπόριο και λιανική πώληση	Τμήμα G	
Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και εστιατόρια	Τμήμα H	
Μεταφορές, αποθηκείσεις και μέσα επικοινωνίας	Τμήμα I	
Οικονομικά μέσα/ υπηρεσία	Τμήμα J	
Υπηρεσία διαχείρισης ακίν. περιουσίας, ενοικίασης και εμπορίου	Τμήμα K	
Άλλες υπηρεσίες	Τμήμα L-Q	

**6. Καταγραφή της Απασχόλησης / Εργασίας στην επιχείρηση**

Είδος Απασχόλησης	Αριθμός υπαλλήλων (2002)
Πλήρης απασχόληση	
Μερική απασχόληση (όλο το χρόνο αλλά όχι πλήρες ωράριο)	
Εποχιακή (πλήρες ωράριο αλλά για περιόδους αιχμής μόνο)	

Σημείωση : Συμπεριλαμβανομένου αυτού που απαντά (ιδιοκτήτη) σε μια από τις παραπάνω κατηγορίες .

**7. α. Πότε πρωτοιδρύθηκε η επιχείρηση ; .....(έτος ίδρυσης)**

**β. Πως αποκτήσατε την επιχείρηση σας ;**

- Κληρονομιά
- Αγορά
- Ενοικίαση

- Δημιουργία
- Άλλο

**8. Νομική Μορφή**

- Προσωπική επιχείρηση
- Ο.Ε. ή Ε.Ε.
- Εταιρία περιορισμένης ευθύνης (αριθμός εταίρων.....)
- Ανώνυμος εταιρία (αριθμός εταίρων .....
- Συνεταιρισμός
- Άλλο .....

**9. Η εταιρία ήταν πάντα εγκατεστημένη εδώ;**

Ναι..... Όχι.....

**10. Έχετε παρακολουθήσει κάποιο σεμινάριο κατάρτισης σχετικό με την επιχείρησή σας (π.χ. σεμινάριο για επιχειρηματίες, σεμινάριο για υπολογιστές, λογιστική, κ.λ.π);**

Αν ναι διευκρινίστε .....

.....

**11. Παρακαλώ, σημειώστε ότι από τα ακόλουθα ισχύει (συσσωρευση επιχειρηματικού ανθρώπινου κεφαλαίου και κοινωνικού κεφαλαίου)**

- Πριν αναλάβω την επιχείρησή, είχα την ευθύνη άλλης επιχείρησης στην περιοχή
- Πριν αναλάβω την επιχείρησή, είχα την ευθύνη άλλης επιχείρησης σε άλλη περιοχή
- Πριν αναλάβω την επιχείρησή, εργαζόμουν σε άλλη επιχείρηση στην ίδια περιοχή
- Πριν αναλάβω την επιχείρησή, εργαζόμουν σε άλλη επιχείρηση σε άλλη περιοχή
- Τουλάχιστον ένας από τους γονείς μου κατέχει/ κατείχε ή διαχειρίζεται μια επιχείρηση στη περιοχή
- Τουλάχιστον ένας από τους γονείς μου κατέχει/ κατείχε ή διαχειρίζεται μια επιχείρηση σε άλλη περιοχή
- Γεννήθηκα και μεγάλωσα στη περιοχή (ανεξάρτητα από μικρά διαστήματα απουσίας για σπουδές ή άλλους λόγους )
- Είμαι μέλος σε αθλητικές λέσχες στη περιοχή
- Είμαι μέλος πολιτισμικών ή άλλων λεσχών (περιβαλλοντολογικές κ.α) στη περιοχή
- Συμμετέχω ενεργά στη τοπική διοίκηση (τοπικά συμβούλια, σχολικό συμβούλιο κ.τ.λ.)
- Είμαι μέλος του εμπορικού επιμελητηρίου, τομεακές οργανώσεις, εμπορικές ομάδες

## ΜΕΡΟΣ 2

## ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ

## 12. Μπορείτε να παρέχετε μια κατά προσέγγιση εκτίμηση των παρακάτω;

	Τοπικά	Εθνικά	Εξωτερικό	Σύνολο
Ποσοστό (%) των αγορών μου (υλικών –πρώτων υλών ή ατελών προϊόντων) που προέρχονται από προμηθευτές-επιχειρήσεις που είναι εγκαταστημένες:				100
Ποσοστό (%) των πωλήσεών μου που απευθύνονται σε πελάτες η καταναλωτές που είναι εγκαταστημένοι:				100
Ποσοστό (%) της επένδυσης/ κεφαλαίου που συλλέχθηκε από φυσικά πρόσωπα (συγγενείς, φίλους, δανειστές) ή τράπεζες που είναι εγκαταστημένες:				100
Ποσοστό (%) επιχειρησιακών ή τεχνικών συμβουλών από εμπειρογνώμονες και σύμβουλους συμπεριλαμβανομένων των λογιστικών γραφείων που είναι εγκαταστημένοι:				100
Ποσοστό (%) των υπαλλήλων μου που είναι κάτοικοι:				100

## 13. Μπορείτε να επιβεβαιώσετε τα ακόλουθα (ένταση δικτύου-δυνατό/ χαλαρό)

	ΛΑΘΟΣ	ΣΩΣΤΟ
Η κύρια αξία/ των αγορών μου (για παράδειγμα πάνω από το μισό των αγορών για υλικά -πρώτες ύλες ή ατελή προϊόντα) γίνεται με επιχειρήσεις με τις οποίες έχω συστηματικές (συχνές και συνεχείς) επαγγελματικές συναλλαγές		
Η κύρια αξία/ των πωλήσεών μου (για παράδειγμα πάνω από το μισό των πωλήσεων) κατευθύνεται σε πελάτες (επιχειρήσεις) ή καταναλωτές με τους οποίους έχω συστηματικές (συχνές και συνεχείς) επαγγελματικές συναλλαγές		
Συνήθως ψάχνω/ ζητώ και παίρνω το κυρίως μέρος των οικονομικών μου αναγκών από τις ίδιες πηγές (φυσικά πρόσωπα ή τράπεζες)		
Συνήθως ψάχνω/ ζητώ επιχειρηματικές συμβουλές από τις ίδιες πηγές		

## 14. Με τις επιχειρήσεις με τις οποίες διατηρείτε συστηματικές επαγγελματικές σχέσεις (είτε αγορών είτε πωλήσεων) υπήρξε επίσης κάποια από τις κατωτέρω σχέσεις; (μπορούν να δοθούν πολλαπλές απαντήσεις)

- Δανείστηκα Χρήματα
- Δάνεισα Χρήματα
- Έδωσα εμπορικές πληροφορίες (για αγορές ή πωλήσεις)
- Πήρα εμπορικές πληροφορίες (για αγορές ή πωλήσεις)

- Έδωσα τεχνικές πληροφορίες (για τεχνολογίες παραγωγής, διοίκησης, νέα προϊόντα, νέες μεθόδους παρακολούθησης, στάνταρντς ποιότητας, κ.λπ)
- Πήρα τεχνικές πληροφορίες (για τεχνολογίες παραγωγής, διοίκησης, νέα προϊόντα, νέες μεθόδους παρακολούθησης, στάνταρντς ποιότητας, κ.λπ)
- Έδωσα χρηματοοικονομικές πληροφορίες (για πηγές χρηματοδοτήσεων, κ.λ.π)
- Πήρα χρηματοοικονομικές πληροφορίες (για πηγές χρηματοδοτήσεων, κ.λ.π)
- Υπέδειξα κατάλληλους εργαζόμενους ή συνεργάτες
- Μου υπέδειξαν κατάλληλους εργαζόμενους ή συνεργάτες

**15. Επαφές (επίσημες/ ανεπίσημες)**

	ΣΠΑΝΙΑ	ΣΧΕΔΟΝ 50-50	ΣΧΕΔΟΝ ΠΑΝΤΑ
Οι συναλλαγές μου με επιχειρήσεις από τις οποίες αγοράζω υλικά, πρώτες ύλες ή ατελή προϊόντα ρυθμίζεται με συμβόλαια και γραπτές συμφωνίες παράδοσης, τιμής, κ.λ.π			
Οι συναλλαγές μου με επιχειρήσεις ή καταναλωτές στους οποίους πωλώ προϊόντα (υπηρεσίες) ρυθμίζεται με συμβόλαια και γραπτές συμφωνίες παράδοσης, τιμής, κ.λ.π			

**16. Θα μπορούσατε να δηλώσετε εάν τα ακόλουθα είναι σωστά ή λάθος ;**

	ΛΑΘΟΣ	ΣΩΣΤΟ
Η επιχείρησή μου έχει σχέσεις με επιχειρήσεις που βρίσκονται στο ίδιο στάδιο παραγωγής με εμάς (παρόμοιες επιχειρήσεις) για να προωθήσουμε κοινούς στόχους εκτός των στενών εμπορικών συναλλαγών		
Η επιχείρησή μου έχει σχέσεις με επιχειρήσεις που βρίσκονται σε προγενέστερο ή επόμενο στάδιο της παραγωγής για να προωθήσουμε κοινούς στόχους εκτός των στενών εμπορικών συναλλαγών		
Η επιχείρησή μου και άλλες επιχειρήσεις στη περιοχή έχουν σχέσεις με δημόσιους φορείς, τοπική αυτοδιοίκηση και αναπτυξιακές εταιρείες για την προώθηση της οικονομικής δραστηριότητας στην περιοχή		

### ΜΕΡΟΣ 3

#### ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

17. Πιστεύετε ότι η επιχείρησή σας έχει υιοθετήσει ή δημιουργήσει ένα είδος καινοτομίας σε κάποιο στάδιο παραγωγής, διανομής ή προώθησης (μάρκετινγκ) των προϊόντων ή των υπηρεσιών που παράγετε;

Ναι  Όχι

Αν Ναι, παρακαλώ συνεχίστε στην επόμενη ερώτηση διαφορετικά συνεχίστε στο ΜΕΡΟΣ 4

(Σημειώστε περισσότερα από ένα, εάν χρειάζεται)

- Νέο προϊόν ή υπηρεσία για την εταιρία
- Νέο προϊόν ή υπηρεσία (πρωτοεμφανιζόμενο) στην περιοχή
- Εντελώς νέο / καινούργιο
- Νέα μέθοδος παραγωγής συμβατικού προϊόντος ή υπηρεσίας
- Νέα μέθοδος διανομής συμβατικού προϊόντος ή υπηρεσίας
- Νέα μέθοδος προώθησης (μάρκετινγκ) συμβατικού προϊόντος ή υπηρεσίας
- Άλλο (διευκρινίστε) \_\_\_\_\_
- Τίποτα από τα παραπάνω (Καμία καινοτομία)

**Εάν ο συνεντευξιζόμενος σημειώσει κάποιο από τα παραπάνω είδη καινοτομίας, παρακαλώ διευκρινίστε και σχολιάστε.**

<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
-------------------------



**18. Πως δημιουργήσατε ή μάθατε για την (πιο σημαντική) καινοτομία που έχετε στην επιχείρησή σας ;**

- Η καινοτομία δημιουργήθηκε (σύλληψη, εκτέλεση) μέσα από την εταιρία (ιδιοκτήτης με υπαλλήλους)
- Η καινοτομία είχε προταθεί αρχικά από συνεταίρους (π.χ. άλλους επιχειρηματίες-πελάτες, προμηθευτές, πιστωτές κ.τ.λ.) και εκτελέστηκε ή τροποποιήθηκε από εμάς
- Η καινοτομία προτάθηκε αρχικά από μη επαγγελματικούς συνεργάτες (π.χ. φίλοι ή συγγενείς) και εκτελέστηκε ή τροποποιήθηκε από εμάς
- Η καινοτομία προτάθηκε από σύμβουλους μετά από επαφή της επιχείρησης με αυτούς
- Η καινοτομία προτάθηκε από οργανισμό (κρατικό, τοπική αυτοδιοίκηση, αναπτυξιακή εταιρεία ή άλλο φορέα) της περιοχής
- Άλλο,  
διευκρινίστε.....  
.....

**19. Η καινοτομία σας έχει κατοχυρωθεί με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας ή υπάγεται σε άλλες μορφές αναγνώρισης ή/ και πιστοποίησης; (π.χ. Τοπικό προϊόν, Προϊόν Ιδιοτυπίας)**

- Ναι
- Όχι
- Βρισκόμαστε στην διαδικασία πιστοποίησης/κατοχύρωσης

**20. Ποιό ήταν το σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίσατε στην δημιουργία (σύλληψη-εκτέλεση) της καινοτόμου δραστηριότητάς σας;**

- Προβλήματα που σχετίζονται με την χρηματοδότηση για τον σχεδιασμό, βελτίωση της αρχικής ιδέας
- Προβλήματα που σχετίζονται με την χρηματοδότηση για την εκτέλεση (να μπει στην παραγωγή)
- Προβλήματα (εκτός χρηματοδότησης) που σχετίζονται με την πρόσβαση σε εξειδικευμένο προσωπικό ή και εξειδικευμένους συμβούλους για την βελτίωση της ιδέας και την παραγωγική της εφαρμογή
- Προβλήματα που σχετίζονται με την προώθηση του καινοτόμου προϊόντος
- Προβλήματα γραφειοκρατίας όταν ζητήσαμε βοήθεια για να βελτιώσουμε ή να εφαρμόσουμε την καινοτομία
- Προβλήματα γραφειοκρατίας για την πιστοποίηση και κατοχύρωση της καινοτομίας

**21. Ποιά ήταν η επίπτωση της εισαγωγής της καινοτομίας στην επιχείρησή σας (αποκλειστικά και μόνο της καινοτομίας);**

Αύξηση της πελατείας

Αύξηση του τζίρου

Αύξηση των κερδών

Αύξηση του περιθώριου κέρδους (κέρδη για κάθε μια μονάδα προϊόντος που πουλάω)

Εδραίωση της εταιρείας μου στην αγορά

Είσοδος σε καινούργιες αγορές (ανεξάρτητα του που βρίσκονται αυτές)

Κέρδισα καινούργιες αγορές έξω από την τοπική αγορά (σε άλλες περιοχές και άλλους νομούς)

Άλλο (διευκρινίστε) \_\_\_\_\_

## ΜΕΡΟΣ 4

### ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΣΗ

**22. Ποιές είναι οι κυρίαρχες στρατηγικές τις οποίες συνειδητά και με βάση σχέδιο ακολουθεί η επιχείρησή σας τα τελευταία χρόνια;**

- Συνεχής μείωση του κόστους παραγωγής για ανταγωνιστικά προϊόντα ως προς την τιμή
- Παραγωγή καινούργιων (διαφοροποιημένων προϊόντων) για κατάκτηση νέων αγορών
- Στόχευση νέων αγορών με τα συμβατικά μας προϊόντα αλλά με καινούργιες μεθόδους προώθησης και διάθεσης
- Στόχευση πολύ εξειδικευμένων τμημάτων της αγοράς (π.χ. καταναλωτές βιολογικών προϊόντων, κ.λ.π)
- Καμία από τις παραπάνω

**23. Μπορείτε να χαρακτηρίσετε το προϊόν σας (ή την υπηρεσία σας) σε κάποια από τις κατωτέρω κατηγορίες;**

(Μία από τις δύο κατηγορίες)

- Το προϊόν μου (ή υπηρεσία) είναι συμβατικό (παράγεται και από άλλους παραγωγούς – ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος) με δεδομένη τεχνολογία παραγωγής (δεν απαιτεί σημαντική εξειδίκευση σε γνώσεις ή μηχανήματα)
- Το προϊόν μου (ή υπηρεσία) είναι εξειδικευμένο (δεν παράγεται από πολλούς παραγωγούς – ο ανταγωνισμός είναι μικρός) και η τεχνολογία παραγωγής του είναι εξειδικευμένη (απαιτεί εξειδικευμένη γνώση ή/και μηχανήματα)

**24. Μπορείτε να χαρακτηρίσετε τη αγορά του προϊόντος σας σε κάποια από τις κατωτέρω κατηγορίες;**

(Μία από τις δύο κατηγορίες)

- Το προϊόν μου (ή υπηρεσία) έχει γνωστές ιδιότητες και χαρακτηριστικά και απευθύνεται σε μια αγορά όπου οι αγοραστές (καταναλωτές ή επιχειρήσεις) είναι ο τύπος του συμβατικού μέσου αγοραστή με σταθερή και εύκολα υπολογίσιμη ζήτηση
- Το προϊόν μου (ή υπηρεσία) έχει εξειδικευμένες ιδιότητες και χαρακτηριστικά (δεν μπορεί να χαρακτηριστεί συμβατικό) και απευθύνεται σε μία απρόβλεπτη γενικά αγορά που αποτελείται από ειδικούς αγοραστές

**25. Μπορείτε να εκτιμήσετε την απόδοση της επιχείρησής σας τα τελευταία 5 χρόνια (αν η εταιρία είναι πιο πρόσφατη, λάβετε υπόψη τα πιο πρόσφατα έτη λειτουργίας)**

	Μείωση	Καμιά Αλλαγή	Αύξηση
Απασχόληση			
Σύνολο Πωλήσεων			
Σύνολο Κερδών			
Επενδύσεις σε Πάγια			
Αριθμός Πελατών			
Απόσταση της πιο μακρινής αγοράς σε όρους χιλιομετρικής απόστασης			

**26. Μπορείτε να προβλέψετε την απόδοση της επιχείρησής σας τα επόμενα 5 χρόνια;**

	Μείωση	Καμιά Αλλαγή	Αύξηση
Απασχόληση			
Σύνολο Πωλήσεων			
Σύνολο Κερδών			
Επενδύσεις σε Πάγια			
Αριθμός Πελατών			
Απόσταση της πιο μακρινής αγοράς σε όρους χιλιομετρικής απόστασης			

**27. Έχει η εταιρεία σας κάποιο από τα συστήματα πιστοποίησης ή διασφάλισης της ποιότητας; (π.χ. σειρά ISO, HACCP, κ.λ.π)**

Ναι

Όχι

Βρισκόμαστε στην διαδικασία απόκτησης πιστοποίησης

**28. Την τελευταία 5ετία θεωρείτε ότι πορεία των επιχειρήσεων που παράγουν το ίδιο προϊόν/υπηρεσία με την δική σας (κλάδος) στην περιοχή σας είναι:**

Αρνητική	-2	-1	0	1	2	Θετική

**29. Την τελευταία 5ετία θεωρείτε ότι η σχετική θέση της επιχείρησής σας ως προς τον κλάδο:**

	-2	-1	0	1	2	
Χειροτέρευσε						Βελτιώθηκε

**30. Σε ποια σημεία κυρίως εντοπίζεται ο ανταγωνισμός που αντιμετωπίζει η επιχείρησή σας;**

1. Στην ποιότητα του προϊόντος
2. Στην διαφήμιση
3. Στα κανάλια διανομής
4. Στις τιμές
5. Άλλο (προσδιορίστε .....)

**31. Ποια θεωρείτε τα πιο ισχυρά (5) και ποια τα πιο αδύναμα σημεία (1) της επιχείρησής σας;**

A.A.		1	2	3	4	5
1	Η ποιότητα του προϊόντος					
2	Το είδος του προϊόντος					
3	Το προσωπικό της επιχείρησης					
4	Ο τόπος εγκατάστασης					
5	Το μέγεθος της αγοράς					
6	Το δίκτυο διανομής					
7	Η χρηματοοικονομική κατάσταση					
8	Οι τιμές πώλησης					
9	Το επίπεδο οργάνωσης και διοίκησης της επιχείρησης					
10	Άλλο (προσδιορίστε .....)					
11	Άλλο (προσδιορίστε .....)					

**32. Έχετε πραγματοποιήσει κάποια επένδυση τα τελευταία 5 έτη;**

- α. Όχι  β. Ναι  (Αντικείμενο .....)  
 (Επενδυτική δαπάνη ..... δρχ)  
 (Επιδότηση .....% επενδυτικής δαπάνης)  
 (Δανειακά κεφάλαια .....% επενδυτικής δαπάνης)

**33. Σκοπεύετε να προχωρήσετε σε επένδυση στα δύο επόμενα χρόνια;**

1. Όχι  2. Δεν ξέρω  3. Ναι  (Αντικείμενο .....)  
 (Εκτιμ. Επ. δαπάνη .....Ευρω)

**34. Χαρακτηρίστε τις παρακάτω υπηρεσίες τεχνικής στήριξης σαν πολύ χρήσιμες (5), έως καθόλου χρήσιμες (1).**

α.α.	Υπηρεσία	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Συμβουλές χρηματοοικονομικής διοίκησης και προγραμματισμού επενδύσεων					
2.	Πληροφορίες και συμβουλές για Marketing, διείσδυσης σε νέες αγορές, εξαγωγική δραστηριότητα					
3.	Υποστήριξη της οργάνωσης και διοίκησης παραγωγής					
4.	Σχεδιασμός παραγωγικού εξοπλισμού					
5.	Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης					
6.	Βελτίωση σχημάτων εσωτερικής οργάνωσης					
7.	Έντοπισμός, αξιολόγηση και εκπαίδευση προσωπικού					
8.	Τόπος εγκατάστασης					
9.	Συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις					
10.	Διαδικασίες πιστοποίησης ποιότητας - Εμπορικό Σήμα - Συστήματα ISO					
11.	Άλλο (προσδιορίστε .....)					

## ΜΕΡΟΣ 5

## ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ (ΟΝΟΜΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ)

35. Κατά την άποψή σας, ποια είναι τα σημαντικότερα θετικά στοιχεία της περιοχής που πρέπει να αξιοποιηθούν στην προώθηση και τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων;

- Φύση (τοπίο, φυσικοί πόροι, πρώτες ύλες)
- Ιστορία
- Αρχιτεκτονική
- Πολιτισμός, παράδοση και κληρονομιά (σε παραδοσιακές μεθόδους παραγωγής, σε προϊόντα, πρώτες ύλες, κ.λ.π)
- Φθινό και ποιοτικό εργατικό δυναμικό
- Υπηρεσίες (καλές ευκαιρίες χρηματοδότησης, επιχειρηματικό κλίμα, λειτουργία θεσμών και φορέων που νοιάζονται για την επιχειρηματικότητα, κ.λ.π)
- Υποδομές και εγκαταστάσεις που προσφέρονται για επιχειρηματική δραστηριότητα (καλή πρόσβαση, δημιουργία κέντρων σκι, αθλητικές εγκαταστάσεις, κ.λπ)
- Άλλο (παρακαλώ διευκρινίστε). , δημιουργία κέντρων σκι, αθλητικές εγκαταστάσεις, κ.λπ....)

36. Ποιά από τα κατωτέρω είναι σημαντικά για το ξεκίνημα μιας επιχείρησης στην περιοχή σας; (Μην διαβάσετε τις απαντήσεις, σημειώστε με τικ ανάλογα με την απάντηση του ερωτηθέντα)

- Δυνατότητα πρόσβασης (δρόμοι, ακτοπλοϊκά δρομολόγια, χερσαίες συγκοινωνίες, κ.λ.π)
- Απόδοση επιχειρηματικών δικτύων (συνεργασίες επιχειρήσεων)
- Απόδοση τοπικής αυτοδιοίκησης
- Τεχνολογίες Πληροφοριών και Επικοινωνιών (ΤΠΕ)
- Η προώθηση της τοπικής εικόνα για προσέλκυση επενδύσεων
- Φορείς κατάρτισης και έρευνας
- Χρηματοδότηση
- Επιδοτούμενα κεφάλαια εκκίνησης
- Διευκόλυνση με την γραφειοκρατία
- Κάποιο είδος εγγύησης έναντι πιθανής αποτυχίας
- Καθοδήγηση (επιχειρησιακή και τεχνική)
- Άλλο (διευκρινίστε) .....

**37. Πως θα αξιολογούσατε τη δυνατότητα πρόσβασης στην περιοχή σας ;**

- 2 Χαμηλή δυνατότητα πρόσβασης  
 -1  
 0 Μέση δυνατότητα πρόσβασης  
 1  
 2 Υψηλή δυνατότητα πρόσβασης

Παρακαλώ εξηγήστε .....

**38. Ποιά θα πρέπει να είναι κατά την γνώμη σας τα κυριότερα χαρακτηριστικά ενός νέου επιχειρηματία για να ξεκινήσει μια καινούργια επιχείρηση;**

- Μία καλή ιδέα (ή μια καινοτομία)  
 Μεγάλο ίδιο αρχικό κεφάλαιο – οικονομική επιφάνεια  
 Πολύ καλή γνώση της δουλειάς που θα κάνει  
 Πολύ καλές γνωριμίες (πρόσβαση) στην αγορά  
 Πολύ καλές γνωριμίες (πρόσβαση) στις τράπεζες  
 Υποστήριξη από την οικογένειά του (εργασία, χρήματα, ψυχολογικήστήριξη)  
 Άλλο (διευκρινίστε)

**39. Από πλευράς επιχειρησιακής απόδοσης, είναι αυτή η ιδανική τοποθεσία για την επιχείρησή σας ;**

- Ναι  
 Όχι

Παρακαλώ,διευκρινίστε

---

---

**40. Εάν πιστεύετε ότι η παρούσα τοποθεσία εγκατάστασης της επιχείρησής σας στην (όνομα περιοχής) είναι μειονεκτική, τότε τι μπορεί μια επιχείρηση να κάνει για να υπερνικήσει το τυχόν μειονέκτημα που σχετίζεται με την εγκατάστασή της σε αυτή την σχετικά απομακρυσμένη τοποθεσία (περιφερειακό μειονέκτημα);**

---

---

---



- 41. Εάν αντίθετα πιστεύετε ότι η παρούσα τοποθεσία εγκατάστασης της επιχείρησής σας στην (όνομα περιοχής) είναι πλεονεκτική, τότε τι μπορεί μια επιχείρηση να κάνει για να αξιοποιήσει το τυχόν πλεονέκτημα που σχετίζεται με την εγκατάστασή της σε αυτή την σχετικά απομακρυσμένη τοποθεσία (περιφερειακό πλεονέκτημα);**
- 
-