



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
UNIVERSITY OF PELLOPONNESE

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

Π.Μ.Σ.: «ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ»

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ
ΣΤΗΝ ΕΥΡΥΤΕΡΗ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΗΣ ΤΡΙΠΟΛΗΣ»**

ΘΑΝΟΓΙΑΝΝΗ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ:

ΔΑΣΚΑΛΟΠΟΥΛΟΥ ΕΙΡΗΝΗ

ΤΡΙΠΟΛΗ

2015

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη	σελ. 5
Abstract	σελ. 7
Ευχαριστίες	σελ. 9
Κεφάλαιο 1: Επιχειρηματικότητα	σελ. 10
1.1 Ορισμός επιχειρηματικότητας	σελ. 10
1.2 Η σημασία της επιχειρηματικότητας	σελ. 12
1.3 Τα κίνητρα της επιχειρηματικότητας	σελ. 14
1.4 Τα εφόδια του νέου επιχειρηματία	σελ. 16
1.5 Ανασταλτικοί παράγοντες της επιχειρηματικότητας	σελ. 18
1.6 Μελέτη αποτελεσμάτων των ενεργειών του επιχειρηματία	σελ. 21
1.7 Προσέγγιση των κοινωνικών χαρακτηριστικών του επιχειρηματία	σελ. 26
1.8 Περιβάλλον και επιχειρηματικότητα	σελ. 26
1.8.1 Εξωτερικό περιβάλλον και επιχειρηματικότητα	σελ. 27
1.9 Κυβερνητικές πολιτικές που ευνοούν την επιχειρηματικότητα	σελ. 32

Κεφάλαιο 2: Περιφερειακή ανάπτυξη	σελ. 34
2.1 Η κατανομή των δραστηριοτήτων στο χώρο και οι οικονομίες συγκέντρωσης	σελ. 34
2.2 Διάφορες περιγραφές συγκεντρώσεων δραστηριοτήτων	σελ. 36
2.3 Η θεωρία της γεωγραφικής θέσης της επιχείρησης	σελ. 37
2.4 Η αστική οικονομία και η χωρική συγκέντρωση της διάρθρωσης	σελ. 44
2.5 Περιφερειακή εξειδίκευση	σελ. 51
2.6 Περιφερειακή και διαπεριφερειακή αγορά εργασίας	σελ. 57
Κεφάλαιο 3: Δικτύωση των επιχειρήσεων	σελ. 59
3.1 Ορισμός συστάδων	σελ. 63
3.2 Ορισμός επιχειρηματικών δικτύων	σελ. 64
3.3 Βασικές διαφορές συστάδων και δικτύων	σελ. 65
3.4 Οφέλη των επιχειρήσεων	σελ. 66
3.5 Κοινωνικό κεφάλαιο	σελ. 68
3.6 Τύποι κοινωνικού κεφαλαίου	σελ. 72
3.7 Δίκτυα επιχειρήσεων και κοινωνικό κεφάλαιο	σελ. 72

Κεφάλαιο 4: Παρουσίαση εμπειρικής έρευνας	σελ. 74
4.1 Συλλογή των δεδομένων	σελ. 75
4.2 Δείγμα	σελ. 76
4.3 Παρουσίαση αριθμητικών αποτελεσμάτων	σελ. 76
4.3.1 Κοινωνικο-οικονομικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά	σελ. 76
4.3.2 Προφίλ των επιχειρήσεων	σελ. 77
4.3.3 Επιχειρηματικό κλίμα και προσδοκίες	σελ. 79
4.3.4 Κατάρτιση και τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών	σελ. 81
4.3.5 Δίκτυα επιχειρήσεων και πληροφορίες	σελ. 82
4.3.6 Συμπεράσματα και προτάσεις για μελλοντική έρευνα	σελ. 83
Λίστα πινάκων	σελ. 85
Παράρτημα	σελ. 89
Βιβλιογραφία	

Περίληψη

Το κύριο θέμα της παρούσας εργασίας είναι η επιχειρηματικότητα, οι παράγοντες που την επηρεάζουν και η περιφερειακή ανάπτυξη. Η επιχειρηματικότητα θεωρείται από πολλούς το κλειδί για την οικονομική ανάπτυξη και ευημερία μίας χώρας, το γεγονός όμως πως δεν προωθείται από τις κυβερνήσεις όσο θα έπρεπε είναι ένα σημαντικό ζήτημα. Η περιφερειακή ανάπτυξη θεωρείται ένας από τους παράγοντες που μπορούν να ενεργοποιήσουν την επιχειρηματικότητα και να της δώσουν την κατάλληλη ώθηση ώστε να μπορέσει να ενεργοποιήσει την παραγωγική διαδικασία και να επιφέρει οικονομική ανάπτυξη και μεγέθυνση. Ο συνδυασμός της επιχειρηματικότητας και της περιφερειακής ανάλυσης με τις συστάδες επιχειρήσεων και τα επιχειρηματικά δίκτυα, καθώς και με το κοινωνικό κεφάλαιο της περιοχής, αποτελούν ένα δυνατό εργαλείο για την τοπική και εθνική οικονομία.

Στο πρώτο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας γίνεται αναφορά στην επιχειρηματικότητα. Αποδίδεται ο ορισμός της επιχειρηματικότητας, ενώ παράλληλα αποτυπώνονται οι δραστηριότητές της, όπως είναι η ανάληψη ρίσκων από την πλευρά του επιχειρηματία ή η οργάνωση και η διαχείριση της επιχείρησης κα. Επεξηγούνται οι λόγοι για τους οποίους είναι σημαντική η επιχειρηματικότητα για ένα κράτος αλλά και για το άτομο και την κοινωνία σε τοπικό επίπεδο. Ακόμα, γίνεται αναφορά στην κινητοποίηση ενός ατόμου να στραφεί στην επιχειρηματικότητα καθώς και στους παράγοντες που λειτουργούν ανασταλτικά για τη διαδικασία της επιχειρηματικότητας.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζονται διάφορες πτυχές της περιφερειακής ανάλυσης. Αρχικά αναλύεται ο τρόπος με τον οποίο πραγματοποιείται η κατανομή των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων στο γεωγραφικό χώρο,. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται μερικά βασικά υποδείγματα που περιγράφουν τις παραπάνω συγκεντρώσεις και ο τρόπος

που οι επιχειρήσεις επιλέγουν την εγκατάστασή τους σε ένα συγκεκριμένο χώρο.

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στη δικτύωση των επιχειρήσεων. Αρχικά, δίνονται οι ορισμοί των επιχειρηματικών δικτύων και των συστάδων επιχειρήσεων και στη συνέχεια παρουσιάζονται οι ομοιότητες και οι διαφορές μεταξύ των δύο διαφορετικών κατηγοριών επιχειρήσεων. Τέλος, δίνεται ο ορισμός του κοινωνικού κεφαλαίου και ο τρόπος με τον οποίο αυτό συνδυάζεται και επιδρά στις συστάδες και τα δίκτυα επιχειρήσεων.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε στις επιχειρήσεις της βιομηχανικής περιοχής της Τρίπολης.

Abstract

The main theme of this project is entrepreneurship, the factors that affect it and regional development. Entrepreneurship is considered to be the key factor for economic growth and prosperity of a country, but the fact that it is not promoted by governments as it should, is an important concerning issue. Regional development is considered one of the factors that can trigger entrepreneurship and give it the necessary impetus, so as to enable it to trigger production process and bring economic development and growth. The combination of entrepreneurship and regional analysis with clusters and business networks, as well as the social capital of the region, are a powerful tool for the local and national economy.

The first chapter of this paper refers to entrepreneurship. The definitions of entrepreneurship are given, while in the same time its activities, such as risk taking, are analyzed. The reasons why entrepreneurship is important for a state but also for an individual and for society at local level are also explained. In addition, there is reference to the mobilization of an individual to turn to entrepreneurship and to the factors that are holding back the process of entrepreneurship.

The second chapter presents various aspects of regional analysis. In the beginning, we analyze the way the distribution of business activities in the territory is made. Additionally, some basic models that describe the above concentrations and how companies choose their establishment in a particular place are presented.

The third chapter refers to the networking of companies. Initially, definitions of business networks and clusters are provided. Furthermore, the similarities and differences between the two different categories of enterprises are presented. Finally, the definition of social capital is given and the way this affects clusters and enterprise networks.

The fourth chapter presents the results of the research that was conducted in enterprises of industrial area of Tripoli.

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση της παρούσας διπλωματικής εργασίας θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την επιβλέπουσα Καθηγήτρια Δασκαλοπούλου Ειρήνη, η οποία μου έδωσε τη δυνατότητα να ασχοληθώ με αυτό το ιδιαίτερα ενδιαφέρον θέμα, καθώς και για το χρόνο που μου αφιέρωσε και τη σημαντική βιβλιογραφία που μου παρείχε σε όλη τη διάρκεια της εργασίας μου.

Επίσης, ευχαριστώ την οικογένειά μου και τους φίλους μου για τη συμπαράσταση και τη συνεχή στήριξη που μου έδειξαν κατά τη διάρκεια φοίτησής μου στο ΠΜΣ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

1.1 Ορισμός επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα ή η επιχειρηματική πρωτοβουλία είναι μία έννοια που χρησιμοποιείται συχνά στην κοινή γλώσσα και σε έρευνες και αναλύσεις που γίνονται σε ακαδημαϊκό επίπεδο αλλά και σε επίπεδο λειτουργίας της επιχείρησης. Η έννοια της έχει συνδεθεί με την οικονομική ανάπτυξη και ευημερία μιας χώρας, παρά όμως την ευρεία της χρήση, δεν έχει αποκτήσει περιεχόμενο κοινώς αποδεκτό (Βασιλειάδης Α., 2008.) Την έννοια της επιχειρηματικότητας ακολουθεί μία σειρά σχετικών συζητήσεων, οι οποίες θέλουν τον επιχειρηματία να εξασκεί διαφορετική λειτουργία, ανάλογα με τον τρόπο που δρα ή ανάλογα με το είδος της επιχείρησης την οποία λειτουργεί ή ακόμα ανάλογα με τα μέσα τα οποία κατέχει. Η πολυπλοκότητα των συζητήσεων αυτών καθιστά δύσκολη τη διαδικασία προσδιορισμού της ακριβούς σημασίας του όρου «επιχειρηματικότητα».

Η επιχειρηματικότητα προέρχεται από το ρήμα «επιχειρώ», το οποίο σημαίνει καταβάλλω προσπάθεια να δημιουργήσω/κάνω κάτι καινούριο, με αβεβαιότητα όμως για το τελικό αποτέλεσμα της προσπάθειας. Με την επιχειρηματικότητα ο άνθρωπος δραστηριοποιείται και αποκτά προσωπική ικανοποίηση με τέτοιον τρόπο που δεν δύναται να αναπληρωθεί από καμία άλλη δραστηριότητα, όπως αυτή του μισθωτού υπαλλήλου ή διευθυντή (Γεωργαντά Ζ, 2003).

Περιγράφοντας τον όρο «επιχειρηματικότητα» μέσω των δραστηριοτήτων του επιχειρηματία προκύπτει πως (Βουδούρη Ε., 2005):

- Εμπεριέχει το στοιχείο του κινδύνου.
- Σημαίνει το βέλτιστο τρόπο οργάνωσης και συνδυασμού των παραγωγικών συντελεστών για την παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών.

- Εμπεριέχει το στοιχείο της εισαγωγής και εφαρμογής καινοτομιών καθώς και της δημιουργικής μίμησης κάθε πρωτοποριακής επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- Καταδεικνύει την ικανότητα του ατόμου να διαβλέπει, να αναγνωρίζει και να αξιοποιεί τις ευκαιρίες κέρδους που υπάρχουν στην αγορά.
- Είναι ένας συνδυασμός όλων των παραπάνω δραστηριοτήτων.

Η έννοια της επιχειρηματικότητας θα μπορούσε ακόμα, με βάση τις μελέτες που έχουν πραγματοποιηθεί να χωριστεί σε τρεις κατηγορίες οι οποίες αφορούν τη δράση του επιχειρηματία: **τι** συμβαίνει όταν ένας επιχειρηματίας αναλαμβάνει δράση, **γιατί** αναλαμβάνει δράση και **πώς** αναλαμβάνει δράση (Βλάχος Σ., 2015).

Η πρώτη κατηγορία εκφράζει την άποψη των οικονομολόγων, περιλαμβάνει τα αποτελέσματα από τις δραστηριότητες που πραγματοποιεί ο επιχειρηματίας. Η δεύτερη κατηγορία εκφράζει την ψυχολογική προσέγγιση, η αρχή της οποίας πραγματοποιήθηκε τις αρχές της δεκαετίας του 1960. Αντικείμενο των μελετών αυτών είναι ο επιχειρηματίας ως ξεχωριστή οντότητα με τις ιδέες του, τα κίνητρα του, τις αντιλήψεις του και τις πεποιθήσεις του. Οι λόγοι για τους οποίους αποφασίζει να δράσει ο επιχειρηματίας είναι ξεχωριστού ενδιαφέροντος για τους μελετητές. Ο επιχειρηματίας ως ξεχωριστή προσωπικότητα καθώς και ο περίγυρός του και το περιβάλλον του συνδυάζονται και τον κινητοποιούν να πράξει. Η τρίτη κατηγορία, αυτή του πώς ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει δράση, περιλαμβάνει τις αναλύσεις των χαρακτηριστικών γνωρισμάτων του επιχειρηματικού management. Δηλαδή, τους τρόπους που χρησιμοποιεί ο επιχειρηματίας για να επιτύχει τους στόχους τους.

Η επιχειρηματικότητα μπορεί, ακόμα, να θεωρηθεί ως η ανακάλυψη, η αξιολόγηση και η εκμετάλλευση ευκαιριών, άσχετα από τον τρόπο επιδίωξης της επιτυχίας (Shane & Venkataraman, 2000).

1.2 Η σημασία της επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα έχει την έννοια της προσπάθειας για τη δημιουργία μίας νέας επιχείρησης και ευνοεί τόσο την τοπική όσο και την εθνική οικονομική ανάπτυξη. Δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας και αποτελεί στήριγμα για τη νεολαία η οποία επιθυμεί να απασχοληθεί (Δημητριάδη Ζ., 2000).

Όσον αφορά την ατομικότητα, η επιχειρηματικότητα είναι η πράξη ενός ατόμου που αναλαμβάνει ένα ρίσκο. Η επιτυχία ή αποτυχία της πράξης αυτής του ατόμου εξαρτάται άμεσα από ποικίλους παράγοντες, όπως είναι η προσωπικότητα του ατόμου, οι ικανότητές του και οι δεξιότητές του, η μεθοδικότητα, η ανάληψη κινδύνων και η σωστή πληροφόρηση του (Σαράφης Η., 2006).

Η επιχειρηματικότητα έχει μεγάλη σημασία για την εκάστοτε κοινωνία καθώς (Σαράφης Η., 2006):

- Συμβάλλει στη δημιουργία θέσεων εργασίας.

Η δημιουργία νέων επιχειρήσεων δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας. Χώρες που παρουσιάζουν αυξημένη επιχειρηματικότητα και δημιουργία νέων επιχειρήσεων, τείνουν να έχουν χαμηλότερα ποσοστά ανεργίας.

- Αποτελεί βασικό παράγοντα βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας.

Η δημιουργία μίας νέας επιχείρησης δίνει ώθηση στην παραγωγικότητα μίας περιοχής. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να αυξάνεται η ανταγωνιστική πίεση, οδηγώντας τις άλλες επιχειρήσεις της περιοχής να βελτιώσουν την παραγωγή τους ή να καινοτομήσουν .

- Απελευθερώνει το δυναμισμό του ατόμου

Η άσκηση ενός επαγγέλματος δεν γίνεται μόνο για βιοποριστικούς λόγους από την πλευρά ενός ατόμου. Γίνεται και για άλλους λόγους, όπως είναι η κοινωνική καταξίωση ή η ασφάλεια που αισθάνεται το άτομο εξασκώντας το συγκεκριμένο επάγγελμα. Υπάρχουν πολλοί παράγοντες, συνεπώς, που επηρεάζουν το επάγγελμα που επιλέγει ένα άτομο να εξασκήσει. Μερικοί από αυτούς είναι το επίπεδο ανεξαρτησίας που προσφέρει το συγκεκριμένο επάγγελμα, τα καθήκοντα που έχει ή ακόμα και το ενδιαφέρον που κρύβει. Ακόμα, η επιδίωξη υψηλότερων εισοδηματικών επιπέδων λειτουργεί σαν κινητήρια δύναμη, η οποία παρακινεί τα άτομα να θέτουν ολοένα και υψηλότερους στόχους, τους οποίους θα κατακτήσουν μέσα από το επάγγελμά τους. Τα αποτελέσματα μίας βρετανικής έρευνας οικογενειακών προϋπολογισμών έδειξαν πως, εκτός από τα υλικά κίνητρα, η επιλογή της δημιουργίας προσωπικής επιχείρησης επηρεάζεται από την αυτοπραγμάτωση, η οποία φέρνει ελευθερία και ανεξαρτησία.

Υπάρχει, βέβαια και μία άλλη μερίδα επιχειρηματιών, οι οποίοι αποφάσισαν να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση λόγω της αποτυχίας που είχαν να βρουν απασχόληση στον ιδιωτικό τομέα και βρίσκονταν σε δυσχερή οικονομική κατάσταση.

- Κοινωνική επιταγή.

Η επιχειρηματικότητα και οι επιχειρηματίες αποτελούν την κινητήρια δύναμη της αγοράς και, συνεπώς, της οικονομίας. Οι επιτυχίες τους και τα κατορθώματά τους προσφέρουν στην κοινωνία πλούτο, θέσεις εργασίας και διαφορετικές επιλογές. Σε μεγάλο βαθμό, όμως και η κοινωνία από τη μεριά της επηρεάζει τον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων, οι οποίες προσαρμόζουν τις συνθήκες παραγωγής τους στις επιταγές της κοινωνίας. Για παράδειγμα, οι επιχειρήσεις, σε πολλές περιπτώσεις, δεσμεύονται να λειτουργούν με τρόπο φιλικό προς το περιβάλλον.

1.3 Τα κίνητρα της επιχειρηματικότητας

Τα άτομα επιλέγουν να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση επηρεαζόμενοι από κάποια κίνητρα. Τα σημαντικότερα κίνητρα είναι (Σαράφης Η., 2006):

- Το κέρδος

Η οικονομική απολαβή αποτελεί ένα από τα σπουδαιότερα κίνητρα για επιχειρηματικότητα. Τα άτομα προσδοκούν την απόδοση της επένδυσής τους, η οποία θα αποτελεί μία ανταμοιβή για το χρόνο που ξόδεψαν αλλά και μία ικανοποίηση για τον κίνδυνο και την πρωτοβουλία που ανέλαβαν.

- Η ανεξαρτησία

Η επιθυμία για μία απασχόληση που θα προσφέρει ελευθερία χρόνου επηρεάζει την απόφαση του ατόμου για δική του επιχείρηση.

- Η προσωπική και επαγγελματική καταξίωση

Η δημιουργίας προσωπικής επιχείρησης στηρίζεται εκτός των άλλων σε ικανότητες και δεξιότητες του ατόμου, οι οποίες μέσω της επιχείρησης αναδεικνύονται. Για να έχει επιτυχία η επιχείρηση χρειάζεται να είναι σε θέση ο επιχειρηματίας να ανταπεξέλθει στο ρίσκο ενός κινδύνου, στο άγχος της όλης κατάστασης και στην αβεβαιότητα του εγχειρήματος. Πρέπει να είναι σε θέση να χειριστεί τις διαφορετικές καταστάσεις που προκύπτουν και τις διαπροσωπικές σχέσεις εντός και εκτός επιχείρησης.

- Μία εναλλακτική επιλογή απέναντι σε μία απασχόληση μη ικανοποιητική

Αρκετοί επιχειρηματίες, προτού δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση, έχουν υπάρξει στελέχη ή εργαζόμενοι σε άλλες επιχειρήσεις. Η απασχόληση αυτή, όμως, δεν ήταν ικανοποιητική, με αποτέλεσμα να αντιληφθούν πως πρέπει να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση.

- Η υπάρχουσα οικογενειακή επιχείρηση

Πολλοί επιχειρηματίες κληρονόμησαν την επιχείρηση τους από τους γονείς τους. Η ανάληψη της επιχείρησης από τα παιδιά των ιδιοκτητών είναι συνηθισμένο φαινόμενο στη χώρα μας, οι οποίοι σε πολλές περιπτώσεις, όχι μόνο αναλαμβάνουν την επιχείρηση αλλά την επεκτείνουν σε μεγάλο βαθμό. Υπάρχουν, όμως και περιπτώσεις στις οποίες τα παιδιά δεν κληρονόμησαν την οικογενειακή επιχείρηση, αλλά παρακινούμενοι από τα θετικά στοιχεία της, δημιούργησαν τις δικές τους επιχειρήσεις.

Η απόφαση ενός ατόμου να δημιουργήσει τη δική του επιχείρηση είναι μία πολύπλοκη διαδικασία, η οποία πυροδοτείται για διαφορετικούς, σε κάθε περίπτωση, λόγους. Τα κίνητρα που ωθούν το άτομο στη δημιουργία δικής του επιχείρησης μπορούν να ταξινομηθούν σε δύο κατηγορίες (Βλάχος Σ., 2015):

Κίνητρα έλξης

Τα κίνητρα έλξης είναι παράγοντες της επιχειρηματικότητας που ελκύουν τα άτομα στην επιχειρηματικότητα. Για παράδειγμα:

- Ανάγκη για ανεξαρτησία
- Ανάγκη για εκμετάλλευση μίας ευκαιρίας
- Μετατροπή ενός χόμπι ή της προηγούμενης επαγγελματικής εμπειρίας σε επιχείρηση
- Οικονομικά κίνητρα

Κίνητρα ώθησης

Σε μερικές περιπτώσεις τα άτομα ωθούνται στην επιχειρηματικότητα, ως τελευταία λύση απασχόλησης:

- Αποζημίωση από προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία
- Ανεργία ή φόβος για ανεργία

Σε πολλές περιπτώσεις, οι λόγοι που ωθούν ένα άτομο στη δημιουργία δικής του επιχείρησης αποτελούν ένα συνδυασμό των παραπάνω κινήτρων, δεν είναι μεμονωμένη επιλογή της μίας ή της άλλης κατηγορίας κινήτρων.

1.4 Τα εφόδια του νέου επιχειρηματία

Ο νέος επιχειρηματίας θα πρέπει να διακατέχεται από το πνεύμα της «αυτογνωσίας». Θα πρέπει, δηλαδή, να γνωρίζει τις δυνατότητές του, τις ικανότητές του, τα όριά του, τις επιθυμίες του και τους στόχους του. Έτσι, θα είναι σε θέση να επιτυγχάνει και να φέρνει σε πέρας οποιοδήποτε εγχείρημα προσπαθήσει (Ιωαννίδης Σ., 2000 & Κριεμάδης Θ., 2011).

Τα στοιχεία που συνθέτουν την προσωπικότητα του επιχειρηματία είναι (Σαράφης Η., 2006):

- Προσωπικά χαρακτηριστικά

Είναι ουσιαστικά τα γνωρίσματα εκείνα, τα οποία είναι μοναδικά για κάθε άνθρωπο και σχετίζονται με τον τρόπο σκέψης, συμπεριφοράς, αίσθησης, αντίδρασης και αντιμετώπισης των καταστάσεων.

- Προτερήματα & αδυναμίες

Πρόκειται για τα ταλέντα του κάθε ατόμου, τις κλίσεις του αλλά και τα μειονεκτήματά του. Ο κάθε άνθρωπος αντιλαμβάνεται πως έχει επιτυχία σε κάποιο τομέα και πως εκεί τα καταφέρνει καλύτερα, ενώ σε κάποιο άλλο τομέα δεν έχει επιτυχίες αλλά υστερεί. Με τον τρόπο αυτό αντιλαμβάνεται τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία του.

- Ενδιαφέροντα

Τα ενδιαφέροντα του κάθε ατόμου μπορούν πολλές φορές να εξελιχθούν σε μία επιτυχημένη επιχείρηση. Είναι πολύ σημαντικό να αρέσει στο άτομο η απασχόληση του και να την εξασκεί με χαρά και ενθουσιασμό.

- Προσωπικά κριτήρια

Είναι τα κριτήρια σύμφωνα με τα οποία ο κάθε άνθρωπος αξιολογεί τις καταστάσεις γύρω του, κατανοεί αυτά που συμβαίνουν στο περιβάλλον γύρω του και τα ερμηνεύει. Οτιδήποτε τραβάει την προσοχή του ατόμου, αποτελεί πυξίδα για την αναζήτηση των επιλογών του.

Όλα τα παραπάνω αποτελούν τα έμφυτα χαρακτηριστικά του κάθε ανθρώπου και είναι αναπόσπαστο κομμάτι της προσωπικότητάς του. Υπάρχουν, όμως, και χαρακτηριστικά που είναι επίκτητα, οι δεξιότητες του ατόμου (Λαμπρόπουλος Π., 2008). Οι δεξιότητες επιδέχονται βελτίωση με συστηματική προσπάθεια και έχουν επίδραση στο άτομο, τόσο στον τρόπο που λειτουργεί, όσο και στον τρόπο που αντιμετωπίζει τις καταστάσεις γύρω του. Παρακάτω συνοψίζονται μερικές δεξιότητες (Σαράφης Η., 2006):

- Επικοινωνία
- Προσαρμοστικότητα
- Ανεκτικότητα
- Αποδοχή της διαφορετικότητας
- Συνεργασία
- Γρήγορη αντίδραση σε προκλήσεις
- Ευρηματικότητα
- Ανάλυση πρωτοβουλιών και λήψη αποφάσεων
- Διαχείριση επιλογών και ιεράρχηση προτεραιοτήτων

1.5 Ανασταλτικοί παράγοντες της επιχειρηματικότητας

Η επιλογή για δημιουργία προσωπικής επιχείρησης αποτελεί μία ελκυστική επιλογή για τα άτομα και για την πραγματοποίηση της χρειάζεται καταβολή μεγάλης προσπάθειας, η οποία λαμβάνει ευρεία εκτίμηση από την κοινωνία (Λιούκας Σ., 2006). Ωστόσο, υπάρχουν εμπόδια τα οποία ορθώνονται στη διαδικασία ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας και πολλές φορές λειτουργούν ανασταλτικά για τη διαδικασία αυτή. Τα εμπόδια αυτά ανάγονται στο οικογενειακό περιβάλλον και στο περιβάλλον του ατόμου (Σαράφης Η., 2006).

Συνήθως οι ανασταλτικοί αυτοί παράγοντες σχετίζονται με την επικράτηση συγκεκριμένων μύθων που αφορούν την επιτυχία ή την αποτυχία μίας επιχειρηματικής προσπάθειας και παρουσιάζονται παρακάτω συνοπτικά (Σαράφης Η., 2006):

- Ο μύθος της καινοτομίας

Στον επιχειρηματικό, και όχι μόνο, κόσμο επικρατεί η αντίληψη πως η εισαγωγή στην αγορά ενός καινοτόμου σχεδίου αποτελεί την προϋπόθεση για μία επιτυχημένη επιχειρηματική δραστηριότητα. Το παραγόμενο καινοτόμο προϊόν, όμως, δεν αποτελεί τη μοναδική προϋπόθεση για να επιτύχει η επιχειρηματική προσπάθεια και να λάβει αποδοχή από τους καταναλωτές, καθώς πιθανόν η αγορά να μην είναι έτοιμη να υποδεχθεί το συγκεκριμένο νέο προϊόν. Από την άλλη πλευρά, υπάρχει πιθανότητα να επιτύχει η εισαγωγή στην αγορά ενός ήδη δοκιμασμένου προϊόντος, το οποίο οι καταναλωτές γνωρίζουν.

- Ο μύθος του σίγουρου επιχειρηματικού σχεδιασμού

Η δημιουργία μίας νέας επιχείρησης περιλαμβάνει, εκτός των άλλων, ένα επιχειρηματικό σχέδιο, το οποίο είναι απαραίτητο και καθοδηγεί το νέο επιχειρηματία στα βήματά του. Παρόλα αυτά, όμως, η επιβίωση μίας επιχείρησης δεν εξαρτάται μόνο από τη μελέτη και το σχεδιασμό της. Η διαίσθηση του επιχειρηματία, η τόλμη του και η ικανότητά του να αντιδρά

και να διαχειρίζεται τις διάφορες καταστάσεις είναι ικανά στοιχεία για να αναπληρώσουν ένα επιχειρηματικό σχέδιο.

- Ο μύθος της έλλειψης απαραίτητων γνώσεων και ικανοτήτων

Η επιτυχία μίας επιχειρηματικής προσπάθειας προϋποθέτει την κατοχή πολλών τεχνικών και διοικητικών γνώσεων, ικανοτήτων και ταλέντων. Ωστόσο, εάν κάποιος πιθανός επιχειρηματίας δεν κατέχει τα παραπάνω στοιχεία, μπορεί να τα υποκαταστήσει με επαγγελματική εμπειρία και να έχει επιτυχία στο επαγγελματικό ξεκίνημά του.

- Ο μύθος του ρίσκου

Ασκώντας μία επαγγελματική δραστηριότητα κάθε επιχειρηματίας βρίσκεται διαρκώς σε κατάσταση ανασφάλειας, λόγω της έκθεσής του στον κίνδυνο αποτυχίας ή της εξέλιξης μίας κατάστασης σε δυσμενή. Η επιχειρηματικότητα έχει πλέον ενσωματωθεί πλήρως με την κοινωνία και αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι του οικονομικού ιστού της. Συνεπώς, διακρίνουμε μία αλληλένδετη σχέση μεταξύ του επιχειρηματία και των χρηματοδοτών του, των προμηθευτών του, των εργαζομένων του και των πελατών του, γεγονός που σημαίνει πως ο κίνδυνος κατανέμεται σε ένα ευρύ δίκτυο συνεργατών. Παρόλο που η αποτυχία βρίσκεται σε όλες τις καταστάσεις της καθημερινής ζωής, δε σημαίνει πως αποτελεί ένα γενικό κανόνα σύμφωνα με τον οποίο λειτουργεί η κοινωνία και οι επιχειρήσεις.

- Η διάκριση των φύλων

Το φύλο φαίνεται να επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό τις επαγγελματικές αξίες των ανθρώπων. Οι άνδρες έχουν την τάση να ενδιαφέρονται για οικονομική ανταμοιβή, ανεξαρτησία, κύρος και προοπτική εξέλιξης στην απασχόλησή τους.

Έρευνες έχουν δείξει πως το ανδρικό φύλο συμμετέχει περισσότερο στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων στις περισσότερες χώρες του κόσμου, σε πολλές μάλιστα φτάνουν να είναι και διπλάσιοι από τις γυναίκες επιχειρηματίες. Ενδιαφέρον για ανάπτυξη επιχειρηματικότητας δείχνουν

περισσότερο οι άνδρες παρά οι γυναίκες. Το γυναικείο φύλο φαίνεται να έχει μικρότερες προσδοκίες και παρουσιάζει την τάση για αναγνώριση στην εργασία τους, κοινωνική αποδοχή και καλές σχέσεις με τους συναδέλφους.

Η επιλογή του επαγγέλματος αποτελεί μία διαδικασία που υπαγορεύεται από το φύλο και τα στερεότυπα που υπάρχουν αναφορικά με συγκεκριμένα επαγγέλματα. Υπάρχει διαχωρισμός των επαγγελμάτων σε ανδρικά και γυναικεία, με αποτέλεσμα οι άνδρες να συνωστίζονται σε επαγγέλματα κύρους και οι γυναίκες σε επαγγέλματα φροντίδας και υπηρεσιών (Μουρδουκούτας Π., 2001).

Οι γυναίκες ακολουθούν συνήθως επαγγέλματα που σχετίζονται με την αισθητική, την ένδυση, την υγεία, τον τουρισμό ή τη γραμματειακή υποστήριξη. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, το γυναικείο φύλο υστερεί στη δημιουργία προσωπικής επιχείρησης. Οι λόγοι για τους οποίους συμβαίνει αυτό συνοψίζονται παρακάτω (Σαράφης Η., 2006):

- Ο ανταγωνισμός και η επιτυχία εμπεριέχονται σε συμπεριφορές και αξίες που, σε παγκόσμιο επίπεδο, χαρακτηρίζουν περισσότερο τα αγόρια παρά τα κορίτσια.
- Έλλειψη ποικίλων εμπειριών. Το γυναικείο φύλο εργάζεται λιγότερο συχνά πλάι σε επιχειρηματικά πρότυπα, με αποτέλεσμα να μην επηρεάζεται από την επιχειρηματική ιδιότητα.
- Το γυναικείο φύλο έχει την ευθύνη της φροντίδας του νοικοκυριού και των παιδιών. Για το λόγο αυτό, οι γυναίκες καθυστερούν την είσοδό τους στην επιχειρηματική δραστηριότητα.
- Η ανελαστικότητα της αγοράς εργασίας σε συνδυασμό με τις υψηλές απαιτήσεις που αφορούν την απόκτηση δεξιοτήτων με τις νέες τεχνολογίες, κοινωνικών δεξιοτήτων, κινητικότητα και εξοικείωση με τις νέες τεχνικές μάθησης και εκπαίδευσης.

1.6 Μελέτη αποτελεσμάτων των ενεργειών του επιχειρηματία

Στο τμήμα αυτό θα μελετήσουμε τα αποτελέσματα των ενεργειών του επιχειρηματία στο οικονομικό σύστημα αλλά και στην ανάπτυξη της αγοράς. Ο άνθρωπος που επινόησε τη λέξη ‘επιχειρηματίας’ ήταν ο Richard Cantillon, ο οποίος υποστηρίζει πως επιχειρηματίας είναι αυτός ο οποίος ρισκάρει να πραγματοποιεί αγορές σε συγκεκριμένες τιμές και να πραγματοποιεί πωλήσεις σε αβέβαιες τιμές. Ο ορισμός, όμως, αυτός επεκτάθηκε στη συνέχεια για να περιλαμβάνει και τους παραγωγικούς συντελεστές. Συνεπώς, επιχειρηματίας είναι το άτομο εκείνο που ηγείται της οικονομικής δραστηριότητας.

Μία θεωρία του 18^{ου} αιώνα υποστηρίζει πως η δράση του επιχειρηματία έγκειται στον τρόπο οργάνωσης των συντελεστών της παραγωγής (γη, κεφάλαιο, εργασία). Ο επιχειρηματίας, δηλαδή, στοχεύει στην επίτευξη της οργάνωσης των παραγωγικών συντελεστών με τέτοιο τρόπο, ούτως ώστε να απολάβει τα μέγιστα οικονομικά οφέλη.

I. «επιχειρηματίας είναι αυτός που οργανώνει κατά βέλτιστο τρόπο τους παραγωγικούς συντελεστές, συντονίζει και ιεραρχεί τις εργασίες των ατόμων που αποτελούν την επιχείρηση και επιλέγει το άτομα αυτά, έτσι ώστε το καθένα να αποδώσει τα μέγιστα». (Βλάχος Σ., 2015).

Η σχολή των φυσιοκρατών υποστήριζε την κυριαρχία της υλικής φύσης της αγροτικής οικονομίας. Η αυστριακή σχολή και ο F. Knight (1921) υποστήριξαν πως η πραγματική δράση της επιχειρηματικότητας είναι η ανάληψη κινδύνων που προέρχονται από την αβεβαιότητα της οικονομικής ζωής.

II. *«επιχειρηματίας είναι αυτός που αναλαμβάνει τους κινδύνους που πηγάζουν από την αβεβαιότητα που χαρακτηρίζει την πραγματική οικονομία»* (Βλάχος Σ., 2015).

Η πιθανότητα κέρδους αυξάνεται σε συνάρτηση με την αβεβαιότητα που συνοδεύει την κάθε επένδυση. Ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει τον κίνδυνο αυτό. Θεωρείται από τον Schumpeter (1911) ως ο καταλυτικός παράγοντας για την ανάπτυξη της οικονομίας.

III. *«επιχειρηματίας είναι αυτός που εισάγει διάφορες καινοτομίες»* (Βλάχος Σ., 2015).

Ο κάθε επιχειρηματίας προσπαθεί να εκμεταλλευτεί τα τεχνολογικά επιτεύγματα για παραγωγικούς και κερδοσκοπικούς σκοπούς. Υπάρχουν κατά τον Schumpeter (Βλάχος Σ., 2015) τέσσερις μορφές με τις οποίες μπορούν να εμφανιστούν οι καινοτομίες σε μία επιχείρηση:

- a. Παραγωγή ενός νέου ή καλύτερου προϊόντος ή υπηρεσίας
- b. Χρήση μίας νέας ή βελτιωμένης μεθόδου παραγωγής
- c. Δημιουργία μίας νέας αγοράς
- d. Χρήση μίας νέας ή βελτιωμένης οργάνωσης της επιχείρησης.

Με την θεωρία αυτή του Schumpeter, μια μερίδα οικονομολόγων ταυτίζει την έννοια της επιχειρηματικότητας με την έννοια της καινοτομίας. Μία άλλη μερίδα οικονομολόγων υποστήριξε πως ο επιχειρηματίας μέσα από τις διάφορες ενέργειές του, προσπαθεί να επιτύχει ισορροπία, αντίθετα με την άποψη πως ο επιχειρηματίας διαταράσσει την ισορροπία της αγοράς με σκοπό ένα υψηλότερο επίπεδο. Για να πραγματοποιηθούν οι οποιοσδήποτε ενέργειες εκ μέρους του επιχειρηματία, σημαντικό είναι να έχει την κατάλληλη πληροφόρηση για τις αγορές, ώστε να είναι σε θέση να πράξει τις κατάλληλες ενέργειες.

IV. «επιχειρηματίας είναι αυτός που προσπαθεί να αναγνωρίσει και να αξιοποιήσει κάθε ευκαιρία κέρδους που παρουσιάζεται, έχοντας στη διάθεση του ειδικές γνώσεις και πληροφορίες» (Βλάχος Σ., 2015).

Ο επιχειρηματίας διαθέτοντας διάφορες γνώσεις αλλά και πληροφόρηση, είναι σε θέση να αναγνωρίζει διάφορες επιχειρηματικές ευκαιρίες και να τις αξιοποιεί, με απώτερο σκοπό την πραγματοποίηση κέρδους.

V. «επιχειρηματίας είναι αυτός που συλλαμβάνει πρώτος την ιδέα για καινοτομίες και για αξιοποίηση των υπάρχουσών ευκαιριών κέρδους και παίρνει τις κρίσιμες αποφάσεις για συνδυασμό και συντονισμό των παραγωγικών συντελεστών» (Βλάχος Σ., 2015).

Η άποψη αυτή είναι ένας συνδυασμός των παραπάνω απόψεων, που υπογραμμίζει πως ο επιχειρηματίας δεν έχει έναν μονοδιάστατο ρόλο αλλά συμμετέχει ενεργά στην ίδρυση και στην ανάπτυξη της επιχείρησης.

Το επίκεντρο πολλών ερευνών είναι οι πράξεις του επιχειρηματία. Οι ερευνητές επικεντρώνονταν στις δραστηριότητες ενός επιχειρηματία μέσα στην επιχείρηση. Καθώς, όμως έγινε κατανοητό πως η οικονομική ανάπτυξη έρχεται μέσα από την επιχειρηματικότητα, πολλοί ερευνητές προσπάθησαν να κατανοήσουν τον επιχειρηματία. Προσπάθησαν να σκιαγραφήσουν τα χαρακτηριστικά και την προσωπικότητα ενός επιχειρηματία, την κουλτούρα και τις πεποιθήσεις του, όλα εκείνα τα στοιχεία που τον επηρεάζουν στις αποφάσεις και τις ενέργειές του. Οι ικανότητες κάποιων επιχειρηματιών οδήγησαν στο συμπέρασμα πως τα άτομα αυτά έχουν κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, τα οποία τα οδηγούν σε διαφορετική συμπεριφορά (Βλάχος Σ., 2015).

Έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί αναφορικά με τις αιτίες της επιχειρηματικότητας, επικεντρώνονται στο γεγονός πως η επιχειρηματικότητα είναι «ψυχολογικά χαρακτηριστικά των ατόμων που μπορούν να περιγραφούν με όρους όπως δημιουργικότητα, αποφασιστικότητα, τόλμη κλπ». Τη δεκαετία του 1960 οι επιστήμονες εισήγαγαν στην έννοια της επιχειρηματικότητας την «ανάγκη για ανεξαρτησία» εκ μέρους του επιχειρηματία. Οι έρευνες που ακολούθησαν εντόπισαν κάποια χαρακτηριστικά, τα οποία ήταν κοινά μεταξύ επιχειρηματιών και υπογράμμισαν πως κάθε επιχειρηματίας θα πρέπει να τα έχει (Βλάχος Σ., 2015).

Χαρακτηριστικά του επιχειρηματία

- ✓ Υποκίνηση για επιτυχία
- ✓ Ανάλυση του υπολογισμένου ρίσκου
- ✓ Αυτοπεποίθηση
- ✓ Επιθυμία για πολύωρη εργασία
- ✓ Μεθοδικότητα
- ✓ Υγεία
- ✓ Δέσμευση
- ✓ Κοινωνική καταξίωση
- ✓ Αισιοδοξία
- ✓ Κατοχή της γενικής εικόνας της επιχείρησης

Έχουν πραγματοποιηθεί πολυάριθμες έρευνες για να μπορέσουν οι επιστήμονες να σκιαγραφήσουν την προσωπικότητα του επιχειρηματία, οι οποίες έχουν επισημάνει πέντε ιδιαίτερα χαρακτηριστικά (Βλάχος Σ., 2015):

- ❖ Ανάγκη για επίτευξη
- ❖ Ανάγκη για αυτονομία
- ❖ Πλήρη έλεγχο
- ❖ Διάθεση για ανάληψη ρίσκου

❖ Αποφασιστικότητα

Η άποψη αυτή έχει δεχθεί διάφορες κριτικές. Εάν τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία είναι έμφυτα, τότε δε μπορούν να γίνουν πολλές ενέργειες για να καλλιεργηθούν. Υπάρχει, όμως, και η άλλη πλευρά που υποστηρίζει πως η επιχειρηματικότητα είναι καλλιεργήσιμη, μέσα από σεμινάρια και εκπαιδευτικά προγράμματα.

Αποτελεί δύσκολη διαδικασία να γίνει σύνδεση συγκεκριμένων ψυχολογικών ή κοινωνικών παραγόντων και χαρακτηριστικών σε σχέση με τη συμπεριφορά ενός επιχειρηματία. Δε μπορούμε να είμαστε βέβαιοι πως συνδέονται απόλυτα (Βλάχος Σ., 2015).

Η συγκεκριμένη προσέγγιση θεωρεί τον επιχειρηματία αναπόσπαστο κομμάτι της επιχείρησης και δεν τον διαχωρίζει ως προσωπικότητα. Ακόμα, αναφέρεται σε χαρακτηριστικά του επιχειρηματία που διοικεί μία μικρή επιχείρηση και, συνεπώς, δεν περιλαμβάνει τον επιχειρηματία που διοικεί μία μεγάλη επιχείρηση. Συνοψίζοντας, μπορούμε να συγκεντρώσουμε όλες τις κριτικές που έχει λάβει η συγκεκριμένη προσέγγιση ως εξής:

- Δεν είναι ορθή η αναζήτηση ενός κοινού γνωρίσματος σε όλους τους επιχειρηματίες.
- Αγνοεί περιβαλλοντικούς παράγοντες που πιθανόν να είναι σημαντικότεροι από την προσωπικότητα του επιχειρηματία.
- Αποτελεί μία στατική προσέγγιση της δυναμικής διαδικασίας της επιχειρηματικότητας.
- Αγνοεί το ρόλο της μάθησης, της προετοιμασίας και της διορατικότητας στη διαδικασία της επιχειρηματικότητας.

1.7 Προσέγγιση των κοινωνικών χαρακτηριστικών του επιχειρηματία

Το επίκεντρο πολλών ερευνών που έχουν πραγματοποιηθεί γύρω από τον επιχειρηματία εστιάζει στο περιβάλλον του επιχειρηματία. Σύμφωνα με την προσέγγιση αυτή, η επιχειρηματική συμπεριφορά εξαρτάται από προσωπικά κίνητρα τα οποία εξαρτώνται από το περιβάλλον του επιχειρηματία. Ξεκινώντας από μία ψυχολογική και κοινωνική προσέγγιση, οι έρευνες θέτουν το ερώτημα γιατί μερικές κοινωνίες παρουσιάζουν οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη σε κάποια δεδομένη χρονική στιγμή. Η απάντηση βρίσκεται στην ‘ανάγκη για επίτευξη’ των κατοίκων αυτών των κοινωνιών. Οι έρευνες με το αποτέλεσμα αυτό, μεταφέρουν τις κοινωνιολογικές θεωρίες στη βάση της επιχειρηματικότητας. Το περιβάλλον επιδρά σε συγκεκριμένες επιχειρηματικές πρακτικές (Βλάχος Σ., 2015).

1.8 Περιβάλλον και επιχειρηματικότητα

Η απόφαση ενός ατόμου για δημιουργία της δικής του επιχείρησης δεν είναι απόφαση της στιγμής. Είναι μία απόφαση που έχει μελετηθεί από το άτομο καθώς η επιχείρηση είναι κάτι που θα τον ακολουθεί στη μετέπειτα ζωή του. Η απόφαση επηρεάζεται από εσωτερικά και εξωτερικά κίνητρα. Τα εσωτερικά κίνητρα έχουν να κάνουν με ψυχολογικούς παράγοντες και τα εξωτερικά κίνητρα σχετίζονται με το περιβάλλον του ατόμου. Η επίδραση τόσο των εσωτερικών, όσο και των εξωτερικών κινήτρων αποτυπώνεται στην ένταση της επιθυμίας του ατόμου για να ασκήσει την επιχειρηματικότητα. Βέβαια, η επιθυμία και μόνο δεν είναι αρκετή για να γίνει η απόφαση του ατόμου πράξη. Εάν το άτομο αποφασίσει να προχωρήσει στην απόφαση του, θα πρέπει σαφώς η επιθυμία του και η επιλογή της επιχείρησης που έχει κάνει να είναι πραγματοποιήσιμες (Βλάχος Σ., 2015).

1.8.1 Εξωτερικό περιβάλλον και επιχειρηματικότητα

Στο τμήμα αυτό, θα γίνει ανάλυση των παραγόντων του εξωτερικού περιβάλλοντος ενός ατόμου και του τρόπου με τον οποίο αυτοί επιδρούν στην επιχειρηματικότητα (Βλάχος Σ., 2015).

I. Κοινωνικό περιβάλλον και κοινωνικές αξίες

Το κοινωνικό περιβάλλον μίας χώρας παίζει σημαντικό ρόλο στην απόφαση των ατόμων για επιχειρηματικότητα. Τα άτομα επηρεάζονται στην απόφασή τους για επιχειρηματικότητα από τις ηθικές, κοινωνικές και οικονομικές αξίες που επικρατούν. Εάν οι αξίες αυτές προάγουν την επιχειρηματικότητα, τότε τα άτομα στρέφονται στην επιχειρηματική δραστηριότητα και δημιουργούν τις δικές τους επιχειρήσεις. Εάν, όμως, οι αξίες ενός κράτους είναι εχθρικές απέναντι στην επιχειρηματική δραστηριότητα, το αποτέλεσμα θα είναι ένα κράτος με απουσία επιχειρηματικότητας ή με μικρή επιχειρηματική δραστηριότητα. Οι επιχειρηματίες είναι μέλη της κοινωνίας στην οποία ζουν και λειτουργούν την επιχείρησή τους. Σαν αποτέλεσμα, επηρεάζονται από τις εκάστοτε αλλαγές στην κοινωνία και πραγματοποιούν και οι ίδιοι αλλαγές στην επιχείρησή τους. Συνοψίζοντας, μπορούμε να πούμε πως ένα κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον ενθαρρύνει και βοηθά την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας όταν :

- Τονίζει την ατομικότητα και τη μοναδικότητα, και όχι την ομοιομορφία των ατόμων.
- Προάγει την ιδέα πως η αμοιβή που λαμβάνει ένα άτομο είναι ανάλογη της αξία και της προσπάθειας του.
- Υπογραμμίζει πως κάθε άτομο μπορεί με τις δυνατότητες και τις ικανότητες που έχει να αντιμετωπίσει και να ξεπεράσει τα προβλήματά του.

- Προβάλλει τα επιτεύγματα του επιχειρηματία και όχι το αδύνατα σημεία του.

Αποτελεί γεγονός πως η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας εξαρτάται άμεσα από τις αξίες που επικρατούν σε μία κοινωνία. Εάν σε μία κοινωνία επικρατεί η αντίληψη πως η ενασχόληση με τις επιχειρήσεις είναι θετική, τότε ευνοείται η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Ακόμα, όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των επιχειρήσεων σε μία κοινωνία, τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα για ανάπτυξη ακόμα περισσότερων. Για να μπορέσει όμως, να αναπτυχθεί το κλίμα της επιχειρηματικότητας μεταξύ των μελών μίας κοινωνίας, θα πρέπει στην κοινωνία αυτή το περιβάλλον να έχει τα εξής χαρακτηριστικά:

- Πνεύμα περιπέτειας
- Σύστημα ισχυρών κινήτρων
- Προσβασιμότητα στη χρήση παραγωγικών μέσων

Σε πολλές κοινωνίες, επικρατεί εχθρικό περιβάλλον ως προς την επιχειρηματικότητα. Βέβαια, σε αυτό δεν παίζουν ρόλο μόνο οι αξίες που επικρατούν στην κοινωνία. Πιθανόν, στην κοινωνία να λειτουργεί ένα σύστημα ατομικής ιδιοκτησίας που να μην ευνοεί την ανάληψη πρωτοβουλιών για δημιουργία επιχειρήσεων. Το περιβάλλον μίας κοινωνίας είναι εχθρικό ως προς την επιχειρηματικότητα όταν:

- Οι αποτυχίες δε συγχωρούνται από την κοινωνία.
- Οι επιχειρηματίες αντιμετωπίζονται ως ‘απατεώνες και εκμεταλλευτές’.
- Δεν ισχύει η αρχή ‘όσο προσπαθείς, τόσο θα ανταμείβεσαι’.

II. Οικογενειακό περιβάλλον

Όπως αναφέραμε παραπάνω, για να προχωρήσει ένα άτομο στη δημιουργία δικής του επιχείρησης θα πρέπει η επιθυμία του για αυτό να είναι μεγάλης έντασης. Ακόμα, θα πρέπει να διαθέτει δυνατότητες για να πετύχει στο εγχείρημά του. Εάν αγνοήσουμε τα προσωπικά χαρακτηριστικά του ατόμου και τις ικανότητές του, θα παρατηρήσουμε πως το οικογενειακό περιβάλλον παίζει σημαντικό ρόλο στην πραγματοποίηση της επιθυμίας του ατόμου. Ο τρόπος με τον οποίο επιδρά το οικογενειακό περιβάλλον στην επιχειρηματικότητα παρουσιάζεται παρακάτω:

- Εστιασμένη στη θέληση για επιτεύγματα διαπαιδαγώγηση των παιδιών. Οι γονείς έχουν τη δυνατότητα μέσω της διαπαιδαγώγησης να καλλιεργήσουν στα παιδιά τους την επιθυμία για επίτευξη. Έτσι, καθώς ενηλικιώνονται τα παιδιά, έχουν τη θέληση για να κατορθώσουν επιτεύγματα και προχωρούν στην επίτευξη μιας επιχειρηματικής καριέρας, με την προϋπόθεση η κοινωνία να ανταμείβει την επιχειρηματικότητα.

- Η οικογενειακή οικονομική κατάσταση επιδρά ταυτοχρόνως θετικά και αρνητικά στη στροφή ενός ατόμου στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Όταν η οικογένεια διαθέτει υψηλά εισοδήματα, θα μπορέσει να παρέχει στα νέα μέλη της την εκπαιδευτική και οικονομική υποστήριξη που χρειάζονται για τη δημιουργία της δικής τους επιχείρησης. Από την άλλη μεριά, όταν η οικογένεια δε διαθέτει υψηλά εισοδήματα, τα νέα μέλη της αποφασίζουν να στραφούν στην επιχειρηματικότητα για να μην ακολουθήσουν την ίδια πορεία με τους γονείς αλλά και για να μπορέσουν να στηρίξουν την οικογένειά τους.

- Το επάγγελμα των γονέων. Η εμπειρική παρατήρηση έχει δείξει πως σε πολλές περιπτώσεις η εργασία των γονέων επηρεάζει την εργασιακή επιλογή των νέων μελών της οικογένειας. Πολλές φορές, τα νέα μέλη της

οικογένειας στρέφονται στην επιχειρηματικότητα, ακολουθώντας το παράδειγμα των γονιών τους.

- Θεωρία της κοινωνικής μάθησης. Η θεωρία αυτή συνδέεται με την παραπάνω παρατήρηση. Εάν ένα παιδί παρατηρώντας την πορεία των γονέων του, αξιολογεί θετικά την επιχειρηματική καριέρα, τότε είναι πολύ πιθανό να την ακολουθήσει. Εάν, από την άλλη μεριά, η αξιολόγηση ενός παιδιού για την πορεία της οικογενειακής επιχείρησης είναι αρνητική, υπάρχει μεγάλη πιθανότητα να μην στραφεί προς την επιχειρηματικότητα.

III. Φυσικό περιβάλλον

Έχει παρατηρηθεί στις κοινωνίες πως οι επιχειρήσεις παρουσιάζουν την τάση να συγκεντρώνονται σε μία περιοχή. Το φαινόμενο αυτό συμβαίνει λόγω των παρακάτω παραγόντων (Βλάχος Σ., 2015):

- Η δυνατότητα εύρεσης κεφαλαίων για την ίδρυση δυναμικών επιχειρήσεων. Τέτοια κεφάλαια συγκεντρώνονται συνήθως από πολλούς επιχειρηματίες, οι οποίοι βρίσκονται συγκεντρωμένοι σε μία περιοχή στην οποία θεωρούνται καταξιωμένοι και επιτυχημένοι.

- Η παρουσία σε μία περιοχή επιτυχημένων επιχειρηματιών προσελκύει και άλλους επίδοξους επιχειρηματίες να εγκατασταθούν σε εκείνη την περιοχή και να μιμηθούν το παράδειγμά τους. Αυτό οδηγεί σε ανάπτυξη μίας συγκεκριμένης επιχειρηματικής δραστηριότητας στην περιοχή αυτή.

- Η συγκέντρωση και η ευκολία εξεύρεσης εξειδικευμένου προσωπικού σε κάποια περιοχή ευνοεί τη συγκέντρωση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

- Η ύπαρξη σε μία περιοχή υποδομών, δυνατοτήτων και ευκολίας πρόσβασης σε πελάτες και προμηθευτές. Η παρουσία κατάλληλου 'εδάφους' για την ίδρυση επιχειρήσεων και η ύπαρξη άλλων αναγκών υποδομής επηρεάζουν στη συγκέντρωση επιχειρήσεων.

- Η ύπαρξη κρατικής οικονομικής πολιτικής που ευνοεί την επιχειρηματικότητα σε μία περιοχή.

- Η απόσταση από τα εκπαιδευτικά ιδρύματα. Η ύπαρξη εκπαιδευτικών ιδρυμάτων σε μία περιοχή παρέχει εξειδικευμένο προσωπικό στις επιχειρήσεις καθώς, επίσης, και πολλοί απόφοιτοι των ιδρυμάτων γίνονται οι ίδιοι επιχειρηματίες στις περιοχές αυτές.

Οι παραπάνω παράγοντες επηρεάζουν τη συγκέντρωση των επιχειρήσεων και την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας σε μία συγκεκριμένη περιοχή. Στο ζήτημα της συγκέντρωσης των επιχειρήσεων θα αναφερθούμε εκτενέστερα στο επόμενο κεφάλαιο.

IV. Οικονομικό περιβάλλον

Η οικονομική πολιτική που ακολουθεί μία κυβέρνηση μπορεί να δώσει μεγάλη ώθηση στην επιχειρηματικότητα. Μερικές μέθοδοι ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας μέσω κρατικής πολιτικής είναι:

- Αναδιάρθρωση του φορολογικού συστήματος υπέρ των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων και όχι των μεγάλων πολυεθνικών.
- Μείωση και απλοποίηση της γραφειοκρατίας.
- Αντιμετώπιση εκ μέρους των τραπεζών των μικρών επιχειρήσεων με καλύτερο τρόπο από αυτό που αντιμετωπίζονται οι μεγάλες επιχειρήσεις.

Στη συνέχεια θα γίνει ανάλυση των κυβερνητικών πολιτικών που ευνοούν την επιχειρηματικότητα σε μία χώρα.

1.9 Κυβερνητικές πολιτικές που ευνοούν την επιχειρηματικότητα

Οι κρίσεις που έχουν προηγηθεί σε διάφορες χώρες του κόσμου, έχουν δείξει πως οι σχεδιαστές της κυβερνητικής πολιτικής δεν αποτελούν τους καλύτερους στο είδος τους. Πολλοί από αυτούς έχουν κατακτήσει τις θέσεις τους με πολιτικά κριτήρια ή, ακόμα, και ως αποτέλεσμα ψηφοθηρίας εκ μέρους των κυβερνώντων. Διακρίνονται από έλλειψη εμπειρίας και ικανότητας να προσαρμόζονται με ταχύτητα στις αλλαγές του πολιτικού και οικονομικού περιβάλλοντος, με αποτέλεσμα να μην δύνανται να σχεδιάσουν και να εφαρμόσουν τις κατάλληλες πολιτικές (Βλάχος Σ., 2015).

Οι κυβερνητικές πολιτικές που θα προάγουν την εκάστοτε οικονομία σε οικονομία που στηρίζει την επιχειρηματικότητα μπορούν να χωριστούν σε δύο κατηγορίες, σε αυτές που επεκτείνουν τη ζήτηση για επιχειρηματικότητα και σε εκείνες που επεκτείνουν την προσφορά της επιχειρηματικότητας:

I. Πολιτικές που επεκτείνουν τη ζήτηση

Είναι φυσικό να υποθέσουμε στο σημείο αυτό πως η κυβέρνηση κάθε χώρας δε μπορεί να εντοπίζει τα άτομα που επιθυμούν να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση. Συνεπώς, δε δύναται να διαβλέπει τις επιχειρηματικές ευκαιρίες, ούτε να αναλαμβάνει τον κίνδυνο ή την ανταμοιβή του εκ μέρους τους. Αυτά που μπορεί να κάνει μία κυβέρνηση για να ευνοήσει την επιχειρηματικότητα εντός της επικράτειάς της είναι:

- Αύξηση των ανταμοιβών της επιχειρηματικότητας
- Μείωση των κινδύνων της επιχειρηματικής δραστηριότητας
- Επέκταση των ευκαιριών που υπάρχουν στην αγορά

Παραδείγματα εφαρμογής των παραπάνω είναι δημιουργία φορολογικών κινήτρων για δημιουργία νέων επιχειρήσεων, επιδοτήσεις σε

νεοϊδρυόμενες επιχειρήσεις, μακροοικονομική σταθερότητα. Ακόμα, αναφορικά με την επέκταση των ευκαιριών που υπάρχουν στην αγορά, το κράτος μπορεί να αναπτύξει συμφωνίες διμερείς και πολυμερείς με άλλες χώρες, να προωθήσει τις εξαγωγές, να χαλαρώσει τις υπάρχουσες ρυθμίσεις.

II. Πολιτικές που επεκτείνουν την προσφορά

Οι κυβερνήσεις δε μπορούν να τροφοδοτήσουν την αγορά με επιχειρηματίες. Μπορούν, όμως, να εφαρμόσουν πολιτικές που θα ενθαρρύνουν τα άτομα που θέλουν και μπορούν, να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση. Τέτοιες πολιτικές μπορούν να είναι:

- Ενθάρρυνση της δημιουργίας επιχειρήσεων
- Δημιουργία επιχειρηματικής κουλτούρας
- Προστασία των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας

Μερικά από τα μέτρα που μπορεί να υιοθετήσει η κυβέρνηση για να υποστηρίξει και να επεκτείνει την προσφορά για επιχειρηματικότητα αναφορικά με τη δημιουργία επιχειρηματικής κουλτούρας είναι η υποστήριξη ριζικών αλλαγών στην εκπαίδευση γύρω από την επιχειρηματικότητα και τους θεσμούς της επιχειρηματικότητας .

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Στο κεφάλαιο που ακολουθεί θα εξετάσουμε τους διάφορους λόγους για τους οποίους η κατανομή των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων στο χώρο παρουσιάζει συγκέντρωση και διασπορά ταυτόχρονα. Η χωρική συγκέντρωση των βιομηχανικών δραστηριοτήτων στο χώρο πιθανόν να παρουσιάζει μία ποικιλία πλεονεκτημάτων, με διαφορετικές επιπτώσεις για επιχειρήσεις αλλά και τοποθεσίες. Ταυτόχρονα, υπάρχει και η τάση από την πλευρά των επιχειρήσεων για διασπορά των δραστηριοτήτων τους (McCann, 2002 & Μήτουλα Ρ., 2006 & Πετράκος Γ., Ψυχάρης Γ., 2004).

2.1 Η κατανομή των δραστηριοτήτων στο χώρο και οι οικονομίες συγκέντρωσης

Έχει παρατηρηθεί πως κατά τη διάρκεια επιλογής θέσης της, η επιχείρηση παρουσιάζει δύο ιδιαίτερα γνώρισμα. Το πρώτο γνώρισμα είναι πως οι περισσότερες δραστηριότητες ενός κλάδου τείνουν να συγκεντρωθούν σε έναν ενιαίο γεωγραφικό χώρο. Το δεύτερο χαρακτηριστικό είναι η ύπαρξη κατανομής μεγέθους των γεωγραφικών συγκεντρώσεων δραστηριοτήτων.

Για να μελετήσουμε τη συγκέντρωση των δραστηριοτήτων, θα πρέπει να λάβουμε υπόψη τις αποδόσεις κλίμακας ή, όπως αλλιώς ονομάζονται, οικονομίες χωρικής συγκέντρωσης. Η ανάλυσή τους έγινε από τον Alfred Marshall (1920), ο οποίος υποστήριξε πως θα πρέπει να αντιμετωπίζονται σαν εξωτερικές οικονομίες, οι οποίες προκύπτουν σε όλες τις επιχειρήσεις που βρίσκονται στην ίδια περιοχή. Αργότερα, ο Hoover (1937,1948) ταξινόμησε τους διάφορους τύπους των οικονομιών συγκέντρωσης (McCann, 2002).

Ο Marshall προχωρώντας την έρευνά του, εντόπισε τρεις αιτίες κατά τις οποίες οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν στην τοπική συγκέντρωση επιτυγχάνουν αύξουσες αποδόσεις κλίμακας.

I. Διάχυση πληροφοριών

Όταν επιχειρήσεις του ίδιου κλάδου βρίσκονται σε μία περιοχή, είναι πολύ εύκολο οι εργαζόμενοι αυτών των επιχειρήσεων να συναντώνται μεταξύ τους και να ανταλλάσσουν πληροφορίες. Η ανταλλαγή αυτή των πληροφοριών επιτρέπει σε καθέναν να σχηματίσει μία συνολική εικόνα της αγοράς και να βελτιωθεί. Συνεπώς, η γειτνίαση με άλλες επιχειρήσεις του ίδιου κλάδου προσφέρει βελτίωση της διαθέσιμης πληροφορίας.

II. Μη εμπορεύσιμες τοπικές εισροές

Μη εμπορεύσιμες εισροές είναι οι εξειδικευμένες εισροές οι οποίες προσφέρονται με έναν πιο αποτελεσματικό τρόπο στην περίπτωση όπου επιχειρήσεις του ίδιου κλάδου βρίσκονται συγκεντρωμένες στην ίδια περιοχή.

III. Δεξαμενή ειδικευμένου εργατικού δυναμικού

Πρόκειται για την ύπαρξη εξειδικευμένου προσωπικού σε τοπικό επίπεδο. Όταν οι επιχειρήσεις χρειάζονται εργατικό δυναμικό μπορούν πολύ εύκολα να πραγματοποιήσουν προσλήψεις, αφού το εργατικό δυναμικό θα βρίσκεται ήδη κοντά τους, μειώνοντας έτσι το κόστος απόκτησής του. Ακόμα, μειώνεται το κόστος αναζήτησης και εκπαίδευσης προσωπικού.

2.2 Διάφορες περιγραφές συγκεντρώσεων δραστηριοτήτων

Στη συνέχεια, θα παρουσιάσουμε πέντε υποδείγματα που περιγράφουν συγκεντρώσεις δραστηριοτήτων όπως χρησιμοποιούνται από τους διάφορους ερευνητές. Πρόκειται για τρία υποδείγματα που χρησιμοποιούνταν και παλαιότερα αλλά και για δύο υποδείγματα που έχουν αναπτυχθεί σχετικά πρόσφατα (McCann, 2002).

I. Το υπόδειγμα του πόλου ανάπτυξης

Αναπτύχθηκε από τον Perroux (1950), ο οποίος χρησιμοποίησε πολλές ιδέες του Schumpeter (1934). Ο Perroux χρησιμοποίησε τους όρους ενός νομισματικού χώρου για να περιγράψει τις οικονομικές σχέσεις. Υποστήριξε πως οι αποφάσεις που παίρνουν οι μεγάλες επιχειρήσεις επηρεάζουν οικονομικά τις μικρότερες επιχειρήσεις, αφού αυτές συνδέονται με τη σχέση προμηθευτή-πελάτη. Οι μεγάλες αυτές επιχειρήσεις περιγράφονται ως «πόλοι ανάπτυξης» και οι αποφάσεις τους σχετίζονται με θέματα καινοτομίας.

Πρώτος ο Boudeville (1966) υποστήριξε πως η συμπεριφορά των επιχειρήσεων σε μία περιοχή επηρεάζεται από τη συμπεριφορά των μεγάλων επιχειρήσεων σε εκείνη την περιοχή. Για παράδειγμα, ένα μεγάλο επενδυτικό πρόγραμμα που θα αξιοποιηθεί σε μία περιοχή, αποτελεί πόλο ανάπτυξης για την περιοχή αυτή. Όπως σε όλα, έτσι και σε αυτή την περίπτωση θα υπάρχουν αρνητικές και θετικές οικονομικές επιπτώσεις (McCann, 2002).

Το θέμα που προκύπτει στο σημείο αυτό και αξίζει να αναφερθεί είναι πως οι καινοτόμες επιχειρήσεις επηρεάζουν σημαντικά την τοπική ανάπτυξη των συγκεντρώσεων των επιχειρήσεων. Βέβαια, η καινοτομία ή το μεγάλο μέγεθος των δραστηριοτήτων δεν αρκούν από μόνα τους για να προκαλέσουν σοβαρές επιδράσεις στην τοπική ανάπτυξη. Αυτό που χρειάζεται είναι ένας συνδυασμός και των δύο, για να μπορέσει η τοπική

οικονομία να επιτύχει το μέγιστο βαθμό ανάπτυξης.

Το πρόβλημα της ανάλυσης αυτής είναι η απουσία οποιασδήποτε ανάλυσης του κόστους και του οφέλους τέτοιων προγραμμάτων.

II. Το υπόδειγμα της θερμοκοιτίδας

Το υπόδειγμα αυτό αναπτύχθηκε από τον Chinitz (1961,1964), ο οποίος υποστήριξε πως όπου υπάρχουν συγκεντρώσεις δραστηριοτήτων, που είναι αρκετά διαφοροποιημένες και περιλαμβάνουν ένα μεγάλο αριθμό κλάδων και επιχειρήσεων, εκεί γεννιούνται και αναπτύσσονται νέες επιχειρήσεις (McCann, 2002). Ονομάζει τις περιοχές αυτές «θερμοκοιτίδες» αφού οι μεγάλες επιχειρήσεις παρέχουν υπηρεσίες στις μικρότερες επιχειρήσεις, ο οποίες μπορούν πιο εύκολα να αναπτυχθούν. Από την άλλη μεριά, υπάρχει η άποψη πως σε μία τέτοια περιοχή, θα είναι δυσεύρετες οι βοηθητικές υπηρεσίες, αφού οι μεγάλες επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να καλύπτουν στο εσωτερικό τους τις διάφορες ανάγκες. Έτσι, περιορίζεται σημαντικά η δυναμικότητα των περιοχών αυτών.

III. Το υπόδειγμα του κύκλου ζωής

Αυτός που μελέτησε στο έργο του το συγκεκριμένο υπόδειγμα είναι ο Vernon (1960,1966), το οποίο χρησιμοποιείται για την περιγραφή των ποιοτικών πλευρών των επενδύσεων (McCann, 2002). Η θεωρία αυτή ξεκίνησε το 1960 από παρατηρήσεις που αφορούσαν τις συγκεντρώσεις επιχειρήσεων σε αστικές περιοχές. Κατέληξε, όμως, στην ευρεία του χρήση, να σχετίζεται με τις ροές των διεθνών επενδύσεων (McCann, 2002). Το βασικό επιχείρημα του Vernon είναι πως οι επιχειρήσεις διαφοροποιούν την επιλεγμένη, για τις δραστηριότητές τους, θέση ανάλογα με το στάδιο στο οποίο βρίσκεται ο κύκλος ζωής ενός προϊόντος. Ουσιαστικά, ο Vernon υποστηρίζει πως όταν ένα προϊόν βρίσκεται στα πρώτα στάδια του κύκλου ζωής του, η επιχείρηση θα προβεί σε δραστηριότητες εντάσεως πληροφορίας. Τότε το προϊόν δεν έχει ακόμα τυποποιηθεί, είναι ουσιαστικά,

νέο για την αγορά. Όταν, όμως, θα σχεδιαστεί και θα αναπτυχθεί, θα είναι πλέον 'ώριμο'. Τότε, η ανάγκη της επιχείρησης για πληροφόρηση και εξειδικευμένη εργασία θα μειωθεί. Συμπεραίνουμε, λοιπόν, πως οι περιφερειακές περιοχές που έχουν χαμηλό εργατικό κόστος και χαμηλότερες ειδικότητες, τείνουν να έχουν μονάδες που παράγουν 'ώριμα' προϊόντα.

IV. Το υπόδειγμα του Porter

Ο ερευνητής που επιχειρηματολόγησε υπέρ του συγκεκριμένου υποδείγματος ήταν ο Porter (1990, στο McCann, 2002. Υποστηρίζει πως η συγκέντρωση επιχειρήσεων μπορεί να αποτελέσει μία διαφορετική μορφή οργάνωσης σε σχέση με την κλασική διχοτόμηση μεταξύ αγορών και ιεραρχιών. Η συγκέντρωση, ακόμα, μεγιστοποιεί τη ροή πληροφοριών και τεχνολογίας καθώς και τη μεταφορά της από επιχείρηση σε επιχείρηση. Η γειννίαση με άλλες επιχειρήσεις προσφέρει τη δυνατότητα σε αυτές να παρατηρούν την πρόοδο που σημειώνουν άλλες επιχειρήσεις αναφορικά με την ανταγωνιστικότητα τους και να επιδιώκουν συνεχώς να βελτιώνονται και αυτές. Έτσι, η συγκέντρωση αυτή του τοπικού ανταγωνισμού, αυξάνει την ανταγωνιστικότητα στο σύνολο της συγκέντρωσης των δραστηριοτήτων.

V. Το υπόδειγμα των νέων βιομηχανικών περιοχών

Πρόκειται για παρατηρήσεις που διατυπώθηκαν στο πλαίσιο του πεδίου του αστικού σχεδιασμού και της αστικής γεωγραφίας (Scott, 1988, στο McCann, 2002). Παρατηρήθηκε πως όταν διάφοροι τομείς δραστηριοτήτων συγκροτούνται σε γεωγραφικές συγκεντρώσεις μικρών επιχειρήσεων, υπάρχει η τάση μεγάλο βαθμό καινοτομίας από ότι να συγκροτούνταν σε μεγάλες επιχειρήσεις. Επίσης, δημιουργούνται δίκτυα επιχειρηματικών σχέσεων, οι οποίες απαιτούν αμοιβαία εμπιστοσύνη. Οι σχέσεις αυτές είναι σημαντικές και λαμβάνονται υπόψη από τους σχεδιαστές της κρατικής

πολιτικής καθώς θεωρείται πως η προσπάθεια δημιουργίας τέτοιων σχέσεων θα δώσει έναυσμα στην καινοτομία.

2.3 Η θεωρία της γεωγραφικής θέσης της επιχείρησης

Ο πλούτος μίας περιοχής εξαρτάται από τις πληρωμές που εισπράττουν οι παραγωγικοί συντελεστές της περιοχής αυτής. Παρατηρώντας διάφορες οικονομίες διαπιστώνεται πως κάθε μία διαθέτει διαφορετικές συγκεντρώσεις παραγωγικών συντελεστών, με ποικίλους αριθμούς ατόμων και επενδύσεων. Ορισμένες οικονομίες διαθέτουν πυκνές συγκεντρώσεις συντελεστών με μεγάλους αριθμούς ατόμων και επενδύσεων στην ίδια περιοχή, ενώ άλλες έχουν αραιούς πληθυσμούς και χαμηλά επίπεδα επενδύσεων. Ακόμα, παρατηρείται πως από τη μία περιοχή στην άλλη, οι άνθρωποι πληρώνονται διαφορετικούς μισθούς. Για να κατανοήσουμε, λοιπόν, τις οικονομικές επιδόσεις μίας περιφέρειας, θα πρέπει πρώτα να κατανοήσουμε τους λόγους που απασχολούνται σε αυτή την περιφέρεια μεγάλες ποσότητες παραγωγικών συντελεστών και τους λόγους που οι συντελεστές αυτοί αμείβονται με συγκεκριμένα ποσά. Οι παραγωγικοί συντελεστές είναι τριών κατηγοριών: το κεφάλαιο, η εργασία και η γη. Υπάρχει, βέβαια, η άποψη πως στους παραγωγικούς συντελεστές θα πρέπει να συμπεριλαμβάνονται και η επιχειρηματικότητα και η τεχνολογία (McCann, 2002).

Τα ερωτήματα που θα πρέπει να μας απασχολήσουν στο παρόν κεφάλαιο είναι τα εξής:

- Τι καθορίζει το ύψος του κεφαλαίου και τον τύπο του κεφαλαίου που επενδύεται σε μία περιφέρεια;
- Γιατί ορισμένες επιχειρήσεις βρίσκονται στη συγκεκριμένη περιοχή και γιατί το ύψος και ο τύπος του κεφαλαίου είναι αυτός που είναι;

Στη συνέχεια, θα παρουσιαστούν με συντομία τρία υποδείγματα επιλογής θέσεων της επιχείρησης, τα οποία θα μας βοηθήσουν να κατανοήσουμε καλύτερα τις επιλογές της επιχείρησης.

I. Το υπόδειγμα θέσης-παραγωγής του Weber

Το υπόδειγμα αυτό παρουσιάστηκε από τον Laundhart (1885, στο McCann, 2002) αλλά έγινε ευρέως γνωστό από τον Weber (1909, στο McCann, 2002). Το υπόδειγμα παρουσιάζει την επιχείρηση ως ένα σημείο στο χώρο, ως ένα μοναδικό κατάστημα. Ισχύει, ακόμα, η υπόθεση πως η επιχείρηση επιδιώκει τη μεγιστοποίηση των κερδών της. Τίθεται, λοιπόν, το ερώτημα: ποια είναι η θέση που θα επιλέξει η επιχείρηση και ταυτόχρονα θα μεγιστοποιήσει τα κέρδη της;

Το ερώτημα αυτό βρίσκει απάντηση μέσω του τριγώνου του Weber, στο οποίο η επιχείρηση χρησιμοποιεί δύο εισροές για να παράγει ένα προϊόν. Η σχέση ανάμεσα στις ποσότητες των παραγωγικών συντελεστών και της παραγωγής μίας μονάδας προϊόντος είναι σταθερή. Γίνεται, ακόμα, η υπόθεση πως η εργασία και το κεφάλαιο είναι πάντα διαθέσιμα σε σταθερές τιμές και ποσότητες και η γη είναι ομοιόμορφη. Στο σημείο αυτό, θα πρέπει να διευκρινιστεί πως οι τιμές της εργασίας, του κεφαλαίου και της γης δεν είναι μεταξύ τους ίσες. Οι γεωγραφικές θέσεις έχουν τα ίδια χαρακτηριστικά ως προς τη διαθεσιμότητα των παραγωγικών συντελεστών, άρα ο γεωγραφικός χώρος είναι ομοιογενής.

Η κάθε επιχείρηση μπορεί να επιλέξει όποια θέση επιθυμεί, υποθέτοντας, όμως, πως η συμπεριφορά της χαρακτηρίζεται από ορθολογικότητα, καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως θα επιλέξει τη θέση εκείνη που θα της αποφέρει τα μέγιστα κέρδη. Το μοναδικό ζήτημα που προκύπτει, λοιπόν, είναι η απόσταση της γεωγραφικής θέσης που θα επιλεγθεί από τις πηγές των εισροών και από την αγορά του προϊόντος. Για κάθε πιθανή θέση, προκύπτουν διαφορετικά κόστη μεταφοράς των εισροών στην επιχείρηση και μεταφοράς του παραγόμενου προϊόντος από την

επιχείρηση στα σημεία πώλησης. Προκύπτει λοιπόν, κατά τον Weber (McCann, 2002), το συμπέρασμα ότι το σημείο επιλογής της θέσης θα είναι εκείνο το σημείο στο οποίο ελαχιστοποιείται το συνολικό κόστος της επιχείρησης.

Η παραπάνω ανάλυση επηρεάζεται κάθε φορά από τις μεταβολές των τιμών των παραμέτρων που παρουσιάστηκαν. Για παράδειγμα, το κόστος μεταφοράς των εισροών στη θέση της επιχείρησης ή το κόστος μεταφοράς του παραγόμενου προϊόντος στην αγορά. Επίδραση ακόμα στη θέση της επιχείρησης, πιθανόν να έχει η δημιουργία μίας νέας πηγής παραγωγικών συντελεστών ή μίας νέας αγοράς.

II. Το υπόδειγμα θέσης-παραγωγής του Moses

Είναι πολύ πιθανό, σε επιχειρήσεις να συναντηθεί το φαινόμενο της υποκατάστασης εισροών. Οι επιχειρήσεις πολλές φορές, υποκαθιστούν τις υπάρχουσες εισροές με άλλες πιο φθηνές για να επιτύχουν την αποτελεσματική λειτουργία της επιχείρησής τους. Ο Moses (McCann, 2002) ενσωμάτωσε τη θεωρία αυτή στην ανάλυση του Weber το 1958 και υποστήριξε πως αυτή η τάση των επιχειρήσεων επηρεάζει τη θέση τους.

Η διαφορά ανάμεσα στα δύο υποδείγματα είναι ως προς τη σύνθεση της παραγωγής και την επιλογή της θέσης. Στο υπόδειγμα του Weber οι σταθεροί παραγωγικοί συντελεστές αποκλείουν την υποκατάσταση των εισροών. Στο υπόδειγμα του Moses οι παραγωγικοί συντελεστές είναι μεταβλητοί, συνεπώς η υποκατάσταση εισροών είναι δυνατή. Ένα χαρακτηριστικό που είναι ακόμα δυνατό είναι η εξέταση του τρόπου επηρεασμού της άριστης θέσης της επιχείρησης από αλλαγές στο προϊόν. Το συμπέρασμα της έρευνας του Moses είναι πως η χωρική συμπεριφορά της επιχείρησης είναι παρόμοια με τη συμπεριφορά της σε συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού. Η επιχείρηση έχει εντοπίσει την άριστη τεχνική παραγωγής και, εάν δεν υπάρξουν αλλαγές στο τεχνολογικό περιβάλλον της, δεν έχει κανένα λόγο να μεταβάλλει τη θέση της.

Τα υποδείγματα του Weber και Moses θέτουν δύο περιορισμούς στην προσπάθεια ανάλυσής τους.

- Η τιμή πώλησης του προϊόντος δεν παίζει ρόλο στην επιλογή θέσης της επιχείρησης.
- Τα κόστη μεταφοράς έχουν να κάνουν με τη γεωγραφική θέση της επιχείρησης, στην πραγματικότητα όμως, αποτελούν μικρό ποσοστό του συνολικού κόστους των επιχειρήσεων.

Οι περιορισμοί αυτοί, μπορούν εύκολα να αποφευχθούν εάν γίνει χρήση του κόστους εφοδιασμού.

III. Το υπόδειγμα του Hotelling

Οι αγορές παρουσιάζουν διαφοροποιήσεις στο χώρο, τόσο ως προς την πυκνότητα του πληθυσμού, ως προς την κατανομή του εισοδήματος όσο και ως προς τη ζήτηση. Η γεωγραφική θέση και ο χώρος μιας επιχείρησης μπορεί να της παρέχουν μονοπωλιακή δύναμη. Η δύναμη αυτή δίνει κίνητρο στις επιχειρήσεις να επιλέξουν μία θέση τέτοια ώστε, να αποκτήσουν μεγαλύτερη μονοπωλιακή δύναμη.

Το υπόδειγμα του Hotelling (1929, στο McCann, 2002) περιγράφει τις αλληλεξαρτήσεις των επιχειρήσεων μέσα στο χώρο, στα πλαίσια ενός παιγνίου επιλογής θέσεων. Στο υπόδειγμα υποθέτουμε πως οι καταναλωτές είναι εξίσου κατανομημένοι και καταναλώνουν μια σταθερή ποσότητα ανά χρονική περίοδο, ανεξάρτητα από την τιμή του προϊόντος. Ουσιαστικά, το υπόδειγμα αυτό υποστηρίζει ότι αφού οι επιχειρήσεις δεν ανταγωνίζονται η μία την άλλη μέσω των τιμών, η κάθε επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να αυξήσει το μερίδιο που κατέχει στην αγορά αλλάζοντας τη θέση στην οποία βρίσκεται. Είναι εύκολο να προβλέψουμε τα αποτελέσματα ως προς τις θέσεις των επιχειρήσεων, εάν αυτές αντιδρούν η μία στην άλλη.

Τα παραπάνω υποδείγματα υποθέτουν μία ορθολογική συμπεριφορά και επαρκή πληροφόρηση εκ μέρους των επιχειρήσεων. Στην πραγματικότητα,

όμως, κάτι τέτοιο δεν ισχύει. Οι επιχειρήσεις έχουν στη διάθεσή τους μικρό αριθμό πληροφοριών.

Πολλοί ερευνητές έχουν ισχυριστεί πως για τους παραπάνω λόγους οι επιχειρήσεις δε μπορούν να επιλέξουν την κατάλληλη θέση για να πραγματοποιήσουν μεγιστοποίηση κερδών. Μέσω της θεώρησης αυτής προκύπτουν τρία θέματα, τα οποία αξίζει να αναλύσουμε παρακάτω.

Το πρώτο θέμα είναι αυτό της «περιορισμένης ορθολογικότητας», το οποίο εξετάστηκε από τον Simon(1952, 1959, στο McCann, 2002) και από τον Baumol(1959, στο McCann, 2002). Ο Simon υποστήριξε πως οι επιχειρήσεις έχουν στη διάθεσή τους περιορισμένες πληροφορίες, με αποτέλεσμα να αδυνατούν να είναι ορθολογικές. Συνεπώς, αδυνατούν στην προσπάθεια τους να λάβουν αποφάσεις για μεγιστοποίηση κέρδους. Ο Baumol υποστήριξε πως αφού οι επιχειρήσεις δε μπορούν να λάβουν αποφάσεις για μεγιστοποίηση κέρδους, θα πρέπει να λάβουν αποφάσεις για μεγιστοποίηση των πωλήσεων. Η μεγιστοποίηση των πωλήσεων είναι για τον Baumol το κλειδί για να κερδίσει η επιχείρηση μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς. Όσο μεγαλύτερο είναι το μερίδιο της αγοράς, τόσο μεγαλύτερη είναι η μονοπωλιακή δύναμη που έχει η επιχείρηση.

Το δεύτερο θέμα είναι η «σύγκρουση των στόχων» και αναλύθηκε ιδιαίτερα από τους Cyert και March (1963, στο McCann, 2002). Η θεωρία αυτή υποστηρίζει ότι οι στόχοι σε μία επιχείρηση μπορεί να διαφέρουν από τη μεγιστοποίηση των κερδών ανάλογα με τη θέση στην οποία βρίσκεται ο καθένας. Για παράδειγμα, άλλους στόχους θέτει ο διευθυντής πωλήσεων και άλλους ο διευθυντής προσωπικού. Ο πρωταρχικός στόχος για τον Baumol είναι να φτάσει η επιχείρηση σε ένα επίπεδο κερδών τέτοιο που να μην αναμειγνύονται οι μέτοχοι στις δραστηριότητες των διευθυντών και να αποφεύγεται η απειλή της εξαγοράς. Εάν ικανοποιηθεί αυτός ο στόχος, η επιχείρηση μπορεί να ικανοποιήσει αργότερα, όλους τους άλλους στόχους.

Το τρίτο θέμα είναι το κόστος μετεγκατάστασης. Πρόκειται για το κόστος με το οποίο επιβαρύνεται η επιχείρηση όταν μεταβάλλει τη θέση

της. Το κόστος αυτό είναι πολύ σημαντικό για μία επιχείρηση καθώς, σε συνδυασμό με την ανεπαρκή πληροφόρηση και τους συγκρουόμενους στόχους επηρεάζει την απόφαση της επιχείρησης για μεταβολή της θέσης της.

2.4 Η αστική οικονομία και η χωρική συγκέντρωση της διάρθρωσης

Έχει παρατηρηθεί πως μεγάλες πόλεις έχουν τη δυνατότητα να πάρουν μεγάλες διαστάσεις και κάποιες φορές να θεωρούνται κρατίδια. Ακόμα, οι εμπειρικές μελέτες υποστηρίζουν πως σε αυτές τις πόλεις οι κάτοικοι ανήκουν σε μία διαφορετική κατηγορία ανθρώπων που κάνουν πολλές και διαφορετικές δραστηριότητες. Το ερώτημα που θα πρέπει να απαντήσουμε για να κατανοήσουμε τη χωρική διάρθρωση μίας τέτοιας οικονομίας είναι « με ποιο τρόπο οι άνθρωποι αυτοί καθώς και οι δραστηριότητές τους κατανέμονται στο εσωτερικό της μεμονωμένης αυτής οικονομίας;»

Η απάντηση στο ερώτημα αυτό θα έρθει εάν εξετάσουμε τον τρόπο με τον οποίο γίνεται η χρήση της αστικής γης, δηλαδή το λόγο για τον οποίο οι άνθρωποι επιλέγουν να εγκατασταθούν σε συγκεκριμένες τοποθεσίες μέσα σε μία οικονομία. η εμπειρική παρατήρηση δείχνει πως όλες οι αστικές περιοχές μοιράζονται δύο κοινά χαρακτηριστικά. Το πρώτο χαρακτηριστικό έχει να κάνει με τις τιμές της γης, οι οποίες τείνουν να μειώνονται με φθίνοντα ρυθμό, όσο αυξάνεται η απόσταση από τα κέντρα της πόλης. Το δεύτερο χαρακτηριστικό σχετίζεται με τη μέση επιφάνεια της γης που καλύπτει το κάθε νοικοκυριό αλλά και με τις επιχειρηματικές δραστηριότητες που παρουσιάζουν την τάση για αύξηση, όσο αυξάνεται η απόσταση από το κέντρο της πόλης. Θα πρέπει λοιπόν να κατανοήσουμε τον τρόπο με τον οποίο γίνεται η κατανομή της γης στο εσωτερικό της πόλης και τη σχέση που υπάρχει ανάμεσα στη θέση και την τιμή της γης. Για να γίνει αυτό θα πρέπει να εξετάσουμε το πόσο διατεθειμένοι είναι οι

άνθρωποι και οι επιχειρήσεις να πληρώσουν για χρήση της γης σε κάθε δεδομένη τοποθεσία (McCann, 2002).

I. Το υπόδειγμα του von Thunen

Το υπόδειγμα αυτό αποτελεί ένα μονοδιάστατο υπόδειγμα που εξηγεί τη σχέση ανάμεσα στη γεωγραφική θέση και στην τιμή μίσθωσης της γης. Επιτρέπει την κατανόηση της ποσότητας της γης που χρησιμοποιείται για παραγωγικές δραστηριότητες και τον τρόπο διανομής αυτής ανάμεσα σε ανταγωνιστικές δραστηριότητες.

Για την κατασκευή ενός υποδείγματος von Thunen (McCann, 2002) γίνονται κάποιες βασικές υποθέσεις. Υποθέτουμε πως υπάρχει ένα σημείο στην αγορά όπου πωλούνται όλα τα αγροτικά προϊόντα και πως η γη ανήκει σε γαιοκτήμονες που απουσιάζουν. Ακόμα, υποθέτουμε πως όλοι οι παραγωγοί παράγουν το ίδιο προϊόν, διαθέτουν την ίδια τεχνολογία παραγωγής και τις ίδιες συναρτήσεις παραγωγής με τους ίδιους παραγωγικούς συντελεστές. Ισχύει, ακόμα, πως η ποιότητα της γης είναι παντού η ίδια και η είσοδος νέων αγροτών στην αγορά είναι ελεύθερη.

Για πιο εύκολη κατανόηση του υποδείγματος, υποθέτουμε πως ένας παραγωγός σίτου μπορεί να παράγει μόνο ένα τόνο σιτάρι σε ένα στρέμμα γης, συνδυάζοντας το ένα στρέμμα με μία μονάδα άλλων εισροών. Οι άλλες εισροές πιθανόν να είναι συνδυασμός συντελεστών παραγωγής, εκτός της γης. Όσο παραμένουν σταθερές οι σχέσεις μεταξύ των παραγωγικών συντελεστών, είναι εύκολο να εξεταστεί ποιο ενοίκιο θα είναι διατεθειμένος να πληρώσει ο γεωργός για ένα στρέμμα γης, ανάλογα με τη γεωγραφική θέση του. Υπάρχει, όμως, ένα σημείο πέρα από το οποίο η τιμή πώλησης του σίτου, δεν καλύπτει το άθροισμα του κόστους παραγωγής και του κόστους μεταφοράς στην αγορά. Το υπόδειγμα von Thunen, λοιπόν, προβλέπει πως θα υπάρχει μία αρνητική σχέση του ενοικίου της γης με την

απόσταση μεταφοράς του αγαθού στην αγορά, ώστε να αντισταθμιστεί το αυξανόμενο κόστος μεταφοράς. Ακόμα, προβλέπεται πως υπάρχει ένα όριο στο γεωγραφικό χώρο πέραν του οποίου δε θα μπορεί να υπάρξει παραγωγή.

Στο υπόδειγμα, η γη αντιμετωπίζεται ως ένας σταθερός συντελεστής που χρησιμοποιείται ως εισροή για τη διαδικασία παραγωγής και οι πληρωμές για αυτή αποδίδονται αφού έχουν πληρωθεί όλοι οι άλλοι παραγωγικοί συντελεστές καθώς και τα κόστη μεταφοράς. Το υπόδειγμα von Thunen μπορεί να πάρει και άλλες μορφές εάν υποθέσουμε πως χρησιμοποιούνται παραπάνω από ένα στρέμμα γης για την παραγωγή με διαφορετικές συναρτήσεις παραγωγής και άλλους συντελεστές παραγωγής (McCann, 2002).

II. Το υπόδειγμα προσφοράς ενοικίου μίας επιχείρησης

Αναπτύχθηκε αρχικά από τον Alonso (1964, στο McCann, 2002) στη συνέχεια όμως πήρε μεγαλύτερες διαστάσεις από του Mills (1969,1970, στο McCann, 2002), Muth (1969, στο McCann, 2002) και Evans (1973, στο McCann, 2002). Το υπόδειγμα αυτό ακολούθησε σε μεγάλο βαθμό την ίδια τακτική με το υπόδειγμα von Thunen αλλά είχε μία σημαντική διαφορά. Ενώ στο υπόδειγμα von Thunen η σχέση της γης και των άλλων παραγωγικών συντελεστών θεωρείται σταθερή, στο υπόδειγμα προσφοράς ενοικίου θεωρείται πως η γη και υπόλοιποι παραγωγικοί συντελεστές είναι υποκατάστατα μεταξύ τους.

Το υπόδειγμα προσφοράς ενοικίου είναι ευρύτερο από το υπόδειγμα von Thunen και προσφέρει ένα μεγαλύτερο πεδίο παρατηρήσεων. Για να κατανοήσουμε το υπόδειγμα προσφοράς ενοικίου αρκεί να υποθέσουμε πως υπάρχει μία αγορά στην οποία διατίθενται προς πώληση και αγορά όλα τα προϊόντα και να εξετάσουμε το πόσο είναι διατεθειμένη μία επιχείρηση να πληρώσει ανά μονάδα γης για να έχει θέση σε μία συγκεκριμένη απόσταση

από την αγορά των προϊόντων και ταυτόχρονα να πραγματοποιεί κέρδος. Είναι γνωστό πως η μεταφορά των αγαθών στην αγορά περιέχει κόστος μεταφοράς, συνεπώς όσο αυξάνεται η απόσταση της επιχείρησης από την αγορά, τόσο θα μειώνεται το ενοίκιο που καταβάλλει η επιχείρηση για να βρίσκεται στη θέση που είναι. Αξίζει να σημειωθεί στο σημείο αυτό πως τα ενοίκια μειώνονται με φθίνοντα ρυθμό.

III. Το υπόδειγμα προσφοράς ενοικίου για την κατοικία ενός νοικοκυριού.

Η εξέταση του ζητήματος της προσφοράς ενοικίου για κατοικία από τη μεριά ενός νοικοκυριού εξετάζεται κάνοντας μερικές βασικές υποθέσεις, παρόμοιες με αυτές των παραπάνω υποδειγμάτων. Υποθέτουμε πως η γη είναι ομοιογενής, η προσφορά της είναι σταθερή και ανήκει σε απόντες ιδιοκτήτες. Υποθέτουμε, ακόμα, πως η γη δίνεται σε όποιον είναι διατεθειμένος να πληρώσει το υψηλότερο ενοίκιο. Γνωρίζουμε, από τη μικροοικονομία πως στόχος του ορθολογικού ατόμου είναι να μεγιστοποιήσει τη χρησιμότητά του, έχοντας δεδομένες επιλογές και λαμβάνοντας υπόψη τους περιορισμούς. Για ένα άτομο του συγκεκριμένου υποδείγματος, η χρησιμότητα είναι αποτέλεσμα της χρήσης γης και της κατανάλωσης προϊόντων, αλλά και της υποκατάστασης αυτών των δύο.

Για να κατασκευάσουμε ένα υπόδειγμα προσφοράς ενοικίου για κατοικία ενός νοικοκυριού αρκεί να υποθέσουμε πως υπάρχει ένα σημείο στο οποίο είναι συγκεντρωμένη όλη η επιχειρηματική δραστηριότητα μίας περιοχής, και συνεπώς εκεί θα συγκεντρώνεται και η απασχόληση των κατοίκων. Άρα, όλοι οι κάτοικοι θα πρέπει να μετακινούνται από το σημείο της κατοικίας τους στο σημείο που βρίσκεται η συγκεντρωμένη επιχειρηματική δραστηριότητα, προκειμένου να έχουν απασχόληση. Το ερώτημα που προκύπτει στο σημείο αυτό είναι «ποιο ενοίκιο είναι διατεθειμένο να πληρώσει ένα άτομο ανά μονάδα γης, που βρίσκεται σε κάποια απόσταση από την αγορά εργασίας, δεδομένου πως λαμβάνει ένα

συγκεκριμένο μισθό και ταυτόχρονα να λαμβάνει ένα επίπεδο χρησιμότητάς». Η μετακίνηση προς την επιχειρηματική περιοχή έχει ένα κόστος μεταφοράς, οπότε, είναι επόμενο να αναμένεται πως το ενοίκιο της κατοικίας θα μειώνεται όσο αυξάνεται η απόσταση από την επιχειρηματική περιοχή. Υποθέτουμε, επίσης, πως υπάρχει ανταγωνισμός για την ενοικίαση της γης, συνεπώς η καθαρή χρησιμότητα των νοικοκυριών θα είναι μηδενική. Γενικώς, υποθέτουμε πως τα νοικοκυριά ξοδεύουν όλο το εισόδημά τους για γη, για άλλες εισροές και για τη μετακίνησή τους προς την επιχειρηματική περιοχή της πόλης.

Παραπάνω υποθέτουμε πως τα νοικοκυριά είναι ομοιογενή ως προς το εισόδημά τους και τις καταναλωτικές τους προτιμήσεις. Στην πραγματικότητα, όμως, τα εισοδήματα διαφέρουν ανάλογα με τις διαφορετικές δραστηριότητες των ατόμων. Αυτό που καθορίζει το εισόδημα ενός ατόμου είναι ο μισθός που λαμβάνει και, κατά συνέπεια καθορίζει και τις δυνατότητές του για δαπάνη. Οι διαφορές στο εισόδημα επηρεάζουν τις ευκαιρίες για μόρφωση και τις προσωπικές δεξιότητες, μπορούμε συνεπώς εύκολα να συμπεράνουμε πως δεν αγνοούνται εύκολα από τους κατοίκους. Αν στο σημείο αυτό υποθέσουμε πως κληροδοτούνται από γενιά σε γενιά, το αποτέλεσμα θα είναι η ανάπτυξη μίας κοινωνίας που θα αποτελείται από διάφορες ομάδες ατόμων, τα οποία θα διαφέρουν μεταξύ τους κυρίως λόγω του εισοδηματικού τους επιπέδου. Συνήθως για την κατασκευή υποδειγμάτων υποθέτουμε πως η κοινωνία αποτελείται από τρεις εισοδηματικές κατηγορίες, τα χαμηλά, τα μεσαία και τα υψηλά εισοδήματα. Στην άκρη της πόλης τα ενοίκια της γης για κατοικία είναι υψηλότερα από αυτά για αγροτικές δραστηριότητες. Η έκταση της γης που καταλαμβάνει κάθε νοικοκυριό διαφέρει ανάλογα με την απόστασή του από το σημείο στο οποίο είναι συγκεντρωμένη η επιχειρηματική δραστηριότητα και ανάλογα με το εισόδημά του. Όσο υψηλότερο είναι το εισόδημα, τόσο μεγαλύτερη έκταση γης καταλαμβάνει το νοικοκυριό ανεξάρτητα από το γεωγραφικό σημείο (McCann, 2002).

Για να κατανοήσουμε την κατανομή της γης κάνουμε κάποιες βασικές υποθέσεις. Τα άτομα με χαμηλό εισόδημα αντιμετωπίζουν περιορισμούς στην επιλογή θέσης της κατοικίας τους καθώς ανάλογα με τη θέση που επιλέξουν επιβαρύνονται με δαπάνες μεταφοράς. Ακόμα, ισχύει η υπόθεση πως τα μεσαία και τα υψηλά εισοδήματα λαμβάνουν αρκετά υψηλούς μισθούς ώστε να μπορούν να δαπανήσουν για κόστη μεταφοράς. Το υπόδειγμα καταλήγει στο συμπέρασμα πως όσο αυξάνεται το εισόδημα, τα άτομα έχουν αυξημένη προτίμηση για γη, ισχυρότερη από την προτίμησή τους για εύκολη πρόσβαση στο κέντρο της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Δηλαδή, τα άτομα με υψηλά εισοδήματα ζουν συνήθως στα προάστια των πόλεων. Στο σημείο αυτό, θα πρέπει να γίνει μία σημαντική παρατήρηση. Ας υποθέσουμε πως τα άτομα υψηλού εισοδήματος χωρίζονται σε δύο κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει άτομα μεγάλης ηλικίας τα οποία βρίσκονται συνήθως σε διευθυντικές θέσεις και έχουν εξαρτημένα παιδιά. Τα άτομα αυτά εμφανίζουν προτίμηση για μεγάλο χώρο, ώστε να μπορούν να στεγάσουν τα εξαρτημένα άτομα και τις οικογένειές τους. Η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει άτομα μικρής ηλικίας που ζουν μόνοι και έχουν υψηλόμισθες θέσεις. Τα άτομα αυτά δεν εμφανίζουν μεγάλη προτίμηση για χώρο, προτιμούν όμως, να έχουν εύκολη πρόσβαση στην απασχόλησή τους. Διαπιστώνουμε, λοιπόν, πως τα νεαρά άτομα με υψηλό εισόδημα είναι διατεθειμένα να πληρώνουν υψηλά ενοίκια, προκειμένου να έχουν εύκολη πρόσβαση στην περιοχή που είναι συγκεντρωμένη η επιχειρηματική δραστηριότητα. Αμέσως μετά, βρίσκονται τα άτομα με χαμηλά εισοδήματα, τα οποία περιορίζονται από το εισόδημα τους όσον αφορά τη δαπάνη για ενοίκια και μεταφορά στο χώρο εργασίας. Τα άτομα αυτά δείχνουν προτίμηση για κατοικία κοντά στην επιχειρηματική περιοχή χωρίς όμως να καταβάλλουν υψηλά ενοίκια. Στη συνέχεια ακολουθούν τα άτομα μεσαίου εισοδήματος, τα οποία παρουσιάζουν μερική προτίμηση για μεγαλύτερο χώρο και ταυτόχρονα λόγω του εισοδήματός τους μπορούν να δαπανήσουν

μερικά χρήματα για μεταφορά στην εργασίας τους. Και τέλος, είναι τα άτομα που έχουν υψηλό εισόδημα και είναι μεγάλης ηλικίας . Η κατηγορία αυτή πολιτών θα παρουσιάζει προτίμηση για μεγάλο χώρο, συνεπώς θα κατοικεί στα προάστια και έχει τη δυνατότητα να δαπανήσει χρηματικά ποσά για μεταφορά στην επιχειρηματική περιοχή (McCann, 2002).

Στο σημείο αυτό μπορούμε να εισάγουμε τον παράγοντα της περιβαλλοντικής ρύπανσης και να εξετάσουμε τι θα συμβεί στην προσφορά ενοικίου. Πιο πάνω υποθέσαμε πως η γη είναι ομοιόμορφη σε όλα τα σημεία, τώρα όμως υποθέτουμε πως η ποιότητα του περιβάλλοντος δεν είναι ίδια. Η ποιότητα του περιβάλλοντος μεταβάλλεται όταν αλλάζει κάποιος θέση και αντανakλάται στο ενοίκιο που πληρώνει. (McCann, 2002). Υποθέτουμε, λοιπόν, στο σημείο αυτό πως το κέντρο της πόλης είναι η κύρια πηγή ρύπανσης. Αυτό συμβαίνει λόγω των καυσαερίων που δημιουργούνται από την κυκλοφορία των αυτοκινήτων και από τους ρύπους των εργοστασίων. Οι ομάδες χαμηλού εισοδήματος που κατοικούν κοντά στο κέντρο της πόλης είναι αναγκασμένες να παραμείνουν εκεί. Τα νοικοκυριά με μεσαία και υψηλά εισοδήματα έχουν τη δυνατότητα να πληρώσουν ακριβότερα ενοίκια για γη που βρίσκεται μακριά από το κέντρο της πόλης. Η ποιότητα του περιβάλλοντος βελτιώνεται καθώς απομακρυνόμαστε από τη ρύπανση του κέντρου της πόλης. Όμως, το κέντρο της πόλης προσφέρει πλεονεκτήματα που περιλαμβάνονται στην ποιότητα ζωής στο κέντρο, έτσι τα ενοίκια θα τείνουν να αυξηθούν. Από την άλλη μεριά, το καθαρό περιβάλλον και το πράσινο που κυριαρχεί μακριά από το κέντρο της πόλης, βελτιώνει τα πλεονεκτήματα της ζωής εκεί (McCann, 2002). Εξετάζοντας τα μειονεκτήματα στο κέντρο της πόλης συμπεραίνουμε πως πιθανόν εκεί να υπάρχει εγκληματικότητα η οποία οδηγεί τα νοικοκυριά να εγκαταλείψουν τις κατοικίες τους, και με τη σειρά τους η κατάσταση αυτή οδηγεί τις επιχειρήσεις να μην πραγματοποιούν

επενδύσεις στην περιοχή αυτή. Συνεπώς, η σχέση ανάμεσα στην προσφορά ενοικίων και τη φύση του περιβάλλοντος είναι μία πολύπλοκη σχέση.

2.5 Περιφερειακή εξειδίκευση

Ο όρος περιφερειακή εξειδίκευση αναφέρεται στην ύπαρξη διαφόρων κλάδων σε μία περιφέρεια. Στο παρόν κεφάλαιο θα μελετήσουμε τις επιπτώσεις που έχει σε τοπικό επίπεδο η αλλαγή σε έναν κλάδο, όπως η επέκταση ή η συρρίκνωση του κλάδου. Κάθε μετεγκατάσταση, επέκταση ή κλείσιμο επιχειρήσεων έχει επιδράσεις σε επίπεδο τοπικής οικονομίας, οι οποίες αφορούν ολόκληρη την τοπική οικονομία στο σύνολό της. Τέτοιου είδους αλλαγές μεταβάλλουν τη ζήτηση για εισροές συντελεστών τοπικά, οι οποίες με τη σειρά τους προκαλούν άλλες τοπικές μεταβολές. Η μετάδοση των επιπτώσεων των αλλαγών, πραγματοποιείται μέσω των διασυνδέσεων των επιχειρήσεων μεταξύ τους αλλά και με τους προμηθευτές τους. Όταν οι αλλαγές αφορούν μία μεγάλη επιχείρηση, τότε οι επιπτώσεις τους θα είναι μεγάλες για την τοπική οικονομία (McCann, 2002).

Η ανάλυση αυτών των επιπτώσεων είναι γνωστή ως 'ανάλυση του πολλαπλασιαστή'. Είναι αναγκαίο να εξεταστούν οι περιφερειακές ροές του εμπορίου που γίνονται στο εσωτερικό των περιφερειών αλλά και μεταξύ των περιφερειών. Λόγω, όμως, της έλλειψης στοιχείων που αφορούν τη διάρθρωση και το επίπεδο των εμπορικών συναλλαγών μεταξύ των περιφερειών, θα γίνουν μετρήσεις περιγράφοντας έμμεσα τη διάρθρωση των συναλλαγών αυτών. Η εκτίμηση της διάρθρωσης των συναλλαγών μίας περιφέρειας, πραγματοποιείται μέσω της παρατήρησης της διάρθρωσης της.

Παρακάτω παρουσιάζονται τρεις προσεγγίσεις της ανάλυσης του πολλαπλασιαστή, οι οποίες στηρίζονται σε κάποιες βασικές υποθέσεις. Πρώτον, οι τιμές των παραγωγικών συντελεστών είναι σταθερές και δεύτερον δεν υπάρχουν περιορισμοί στην προσφορά συντελεστών σε τοπικό

επίπεδο. Με βάση την πρώτη υπόθεση συμπεραίνουμε πως το οριακό κόστος της επέκτασης ενός προϊόντος είναι σταθερό και ισούται με το μέσο κόστος. Η δεύτερη υπόθεση συνεπάγεται πως το τοπικό προϊόν και η απασχόληση μπορούν να μεγεθυνθούν χωρίς την ύπαρξη ορίων στις παραγωγικές δυνατότητες της οικονομίας. Συνδυάζοντας τις δύο παραπάνω υποθέσεις μαζί, συμπεραίνεται πως το προϊόν της περιφερειακής οικονομίας και η απασχόληση μεγεθύνονται με ένα γραμμικό τρόπο, ενώ τα μέση κόστη παραμένουν σταθερά.

I. Το υπόδειγμα του βασικού τομέα

Επικεντρώνει το ενδιαφέρον του στις διασυνδέσεις μεταξύ των κλάδων, θεωρώντας πως σε μία περιφέρεια υπάρχουν δύο μεγάλες ομάδες κλάδων οικονομικής δραστηριότητας, παρ' όλα αυτά διαφορετικές. Οι δύο αυτές μεγάλες ομάδες είναι γνωστές ως 'ο βασικός' και ο 'μη βασικός τομέας' (McCann, 2002). Ως 'βασικός τομέας' ορίζεται ο τομέας του οποίου οι επιδόσεις εξαρτώνται από τις οικονομικές συνθήκες εντός της τοπικής οικονομίας. Ως 'μη βασικός τομέας' ορίζεται ο τομέας του οποίου οι επιδόσεις εξαρτώνται κυρίως από οικονομικές συνθήκες εκτός της τοπικής οικονομίας. Ο τρόπος του ορισμού της εξάρτησης από τις οικονομικές συνθήκες, εντός και εκτός της τοπικής οικονομίας, σχετίζεται με τη θέση των αγορών για τα αγαθά κάθε τομέα. Οι κλάδοι που απευθύνονται σε εθνικές ή διεθνείς αγορές παρουσιάζουν την τάση να πουλούν τα προϊόντα τους εκτός της τοπικής οικονομίας, στην οποία βρίσκονται. Η ζήτηση για τα αγαθά τους εξαρτάται από την κατάσταση στην οποία βρίσκεται η ζήτηση εκτός της τοπικής οικονομίας. Οι δραστηριότητες αυτές ονομάζονται βασικές δραστηριότητες ή δραστηριότητες εξαγωγικής βάσης. Οι κλάδοι που απευθύνονται σε αγορές τοπικού επιπέδου, συνθέτουν το 'μη βασικό τομέα'. Ο βασικός τομέας περιλαμβάνει τις εξαγωγές της περιφερειακής οικονομίας ενώ ο μη βασικός τομέας περιλαμβάνει όλες τις άλλες επιχειρήσεις της τοπικής οικονομίας.

Οι εξαγωγές ορίζονται ως οι πωλήσεις προϊόντων εκτός πόλης ή περιφέρειας, ενώ οι περιφερειακές εξαγωγές περιλαμβάνουν τις πωλήσεις σε πελάτες άλλων περιφερειών αλλά και άλλων χωρών. Ο διαχωρισμός μεταξύ του βασικού και του μη βασικού τομέα σε μία περιφέρεια είναι μία δύσκολη διαδικασία, οπότε για να γίνει καλύτερα η ανάλυση του συγκεκριμένου υποδείγματος θα υποθέσουμε πως στην εξεταζόμενη περιοχή ο διαχωρισμός αυτός είναι σχετικά εύκολος. Για την προσέγγιση του επιπέδου προϊόντος χρησιμοποιείται η απασχόληση. Η συνολική απασχόληση στην περιοχή δίνεται από το άθροισμα της απασχόλησης στο βασικό τομέα και στο μη βασικό τομέα. Το προϊόν του μη βασικού τομέα καθορίζεται από τις επιδόσεις της τοπικής οικονομίας ενώ το προϊόν του βασικού τομέα εξαρτάται από παράγοντες εξωγενείς ως προς την τοπική οικονομία. Στο υπόδειγμα εισάγεται, ακόμα, ένας συντελεστής που εκφράζει την ευαισθησία της δημιουργίας απασχόλησης στο μη βασικό τομέα σε σχέση με το συνολικό επίπεδο απασχόλησης που δημιουργείται στην περιοχή. Ο πολλαπλασιαστής δίνει τη σχέση ανάμεσα στην απασχόληση στο βασικό τομέα και την απασχόληση στο σύνολο της οικονομίας. Επιτρέπει την εξέταση των συνολικών επιπτώσεων που επιφέρει στην απασχόληση μία αλλαγή στο βασικό τομέα. Η συνολική απασχόληση της περιφέρειας είναι συνάρτηση της απασχόλησης που δημιουργεί ο βασικός τομέας. Η επίδοση της τοπικής οικονομίας είναι συνάρτηση εν μέρει της επίδοσης του βασικού τομέα. Η απασχόληση που δημιουργεί ο βασικός τομέας χρειάζεται εισροές, οι οποίες προσφέρονται στο μη βασικό τομέα, ο οποίος με τη σειρά του δημιουργεί και αυτός απασχόληση. Η ζήτηση εισροών από επιχείρηση σε επιχείρηση θα είναι υψηλή, σε περιοχές όπου οι τοπικοί δεσμοί μεταξύ επιχειρήσεων είναι ισχυροί. Σε μία περιφέρεια η αύξηση της απασχόλησης σε μία κυρίαρχη επιχείρηση, σε συνδυασμό με τη μεγέθυνση του προϊόντος δημιουργεί τεράστιες επιπλέον δυνατότητες μεγέθυνσης για τους τοπικούς προμηθευτές των υπολοίπων τομέων. Συνεπώς, η τιμή του πολλαπλασιαστή του βασικού

τομέα θα είναι υψηλή. Υπάρχουν, όμως και περιφέρειες στις οποίες οι σχέσεις μεταξύ των επιχειρήσεων δεν είναι τόσο καλές, όπως για παράδειγμα σε περιοχές με αγροτικές δραστηριότητες. Στις περιπτώσεις αυτές η τιμή του πολλαπλασιαστή θα είναι μικρή. Επομένως, η χρήση του υποδείγματος του βασικού τομέα, αφορά κυρίως περιοχές με υψηλή αστική συγκέντρωση πληθυσμού και παραγωγικών δραστηριοτήτων.

Για να μπορέσουμε να διαχωρίσουμε ποιες δραστηριότητες είναι εξαγωγικές και ποιες όχι σε μία περιφέρεια, υπάρχουν τρεις μέθοδοι (McCann, 2002).

a. Η μέθοδος των υποθέσεων

Στη συγκεκριμένη μέθοδο γίνεται η υπόθεση πως όλες οι επιχειρήσεις που ανήκουν στον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα παραγωγής, ανήκουν στο βασικό τομέα και οι επιχειρήσεις του τριτογενούς τομέα ανήκουν στο μη βασικό τομέα. Η θεώρηση αυτή όμως, είναι ανακριβής καθώς υπάρχουν πολλές επιχειρήσεις του τριτογενούς τομέα που προσφέρουν τις υπηρεσίες τους και σε εθνικό και σε διεθνές επίπεδο. Συνεπώς, υπάρχουν πολλές επιχειρήσεις που από τη φύση τους είναι αδύνατο να καταταχθούν στο βασικό ή μη βασικό τομέα. Η προσπάθεια κατάταξής τους επιφυλάσσει λάθη, γεγονός το οποίο καθιστά τη μέθοδο των υποθέσεων αναξιόπιστη και ακατάλληλη (McCann, 2002).

b. Οι δείκτες τοπικής εξειδίκευσης

Χρησιμοποιούνται όταν υπάρχουν στοιχεία που αφορούν την απασχόληση σε τοπικό επίπεδο. Μετρούν το μερίδιο της απασχόλησης σε έναν τομέα μίας περιφέρειας σε σχέση με το μερίδιο της απασχόλησης σε αυτόν τον τομέα σε εθνικό επίπεδο. Στην περίπτωση που σε μία περιφέρεια η συμμετοχή ενός τομέα στην απασχόληση είναι μεγαλύτερη από τον εθνικό μέσο όρο, τότε η περιφέρεια αυτή θεωρείται σχετικά εξειδικευμένη στην παραγωγή του συγκεκριμένου προϊόντος και είναι αναμενόμενο να

εμφανίζει παραγωγικό πλεόνασμα στο συγκεκριμένο τομέα. Για το συμπέρασμα αυτό υποθέτουμε πως για κάθε τομέα δραστηριότητας, όλες οι περιφέρειες έχουν την ίδια γραμμική συνάρτηση παραγωγής και πως όλες οι περιφερειακές συναρτήσεις κατανάλωσης των νοικοκυριών είναι ίδιες. Οι υποθέσεις αυτές λειτουργούν ταυτόχρονα και ως αδυναμίες της προσέγγισης του δείκτη τοπικής εξειδίκευσης (McCann, 2002).

c. Η προσέγγιση των ελαχίστων απαιτήσεων

Η προσέγγιση αυτή βασίζεται στη θεώρηση πως δεν υπάρχει θεωρητικός λόγος για τον οποίο η εθνική οικονομία είναι το κατάλληλο σημείο σύγκρισης για να χαρακτηριστεί ένας τομέας βασικός ή μη βασικός. Αυτό συμβαίνει γιατί οι περιφερειακές οικονομίες θεωρούνται πιο ανοικτές από τις εθνικές οικονομίες.

Η προσέγγιση των ελαχίστων απαιτήσεων χρησιμοποιεί έναν δείκτη ο οποίος συγκρίνει τη διάρθρωση της απασχόλησης σε μία περιφέρεια με τη διάρθρωση της απασχόλησης σε μία άλλη περιφέρεια παρόμοιων διαστάσεων (McCann, 2002).

Σύγκριση των παραπάνω μεθόδων

Ο τρόπος με τον οποίο επιλέγεται η πλέον κατάλληλη μέθοδος εξαρτάται αποκλειστικά από τα διαθέσιμα στοιχεία. Η μέθοδος των υποθέσεων, που εξετάσαμε παραπάνω, είναι η πιο απλή μέθοδος και δε χρειάζεται πολλές πληροφορίες για την απασχόληση κάθε τομέα. Η δεύτερη μέθοδος που αναλύσαμε, ήταν η μέθοδος του δείκτη τοπικής εξειδίκευσης, η οποία στηρίζεται αποκλειστικά σε εθνικά στοιχεία και σε στοιχεία για την κάθε περιφέρεια. Η τελευταία προσέγγιση που παρουσιάστηκε ήταν αυτή των ελαχίστων απαιτήσεων, η οποία χρειάζεται για την ανάλυσή της πληροφορίες για όλες τις περιφέρειες. Η προσέγγιση που χρησιμοποιείται

συχνότερα για τον καθορισμό των διαστάσεων του βασικού και του μη βασικού τομέα είναι η προσέγγιση του δείκτη τοπικής εξειδίκευσης (McCann, 2002).

Ένα ερώτημα το οποίο είναι δύσκολο να απαντηθεί είναι ο προσδιορισμός της έντασης του δεσμού που υπάρχει ανάμεσα στο μέγεθος των τομέων με τοπικό προσανατολισμό και με εξωστρεφείς δραστηριότητες. Αναλύσαμε πως οι δεσμοί που υπάρχουν προέρχονται από αγορές εισροών που παράγονται σε τοπικό επίπεδο. Η επιλογή της θέσης της επιχείρησης επηρεάζεται πολλές φορές από τους δεσμούς της με προμηθευτές εισροών. Εάν η επιχείρηση αυτή με τη σειρά της, είναι εξαγωγική, είναι πολύ πιθανό να πραγματοποιεί αγορές από την τοπική οικονομία. Δημιουργούνται με τον τρόπο αυτό ισχυροί οικονομικοί δεσμοί ανάμεσα στις επιχειρήσεις του βασικού και του μη βασικού τομέα. Ακόμα, αναλύσαμε την πιθανότητα δημιουργίας δεσμών μεταξύ των επιχειρήσεων λόγω της διάδοσης πληροφοριών, ενώ ταυτόχρονα παρατηρήσαμε πως η συγκέντρωση των επιχειρήσεων σε μία περιοχή βελτιώνει τη ροή των πληροφοριών. Η βελτιωμένη αυτή ροή των πληροφοριών βελτιώνει την ικανότητα των επιχειρήσεων με τοπικό προσανατολισμό να ανταποκρίνονται στις ανάγκες για αγορές εισροών των εξαγωγικών επιχειρήσεων της περιοχής καλύτερα από τις μακρινές επιχειρήσεις. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να μεγιστοποιήσουν οι τοπικές επιχειρήσεις το μερίδιό τους στην αγορά των εισροών που προσφέρονται στο βασικό τομέα, προσαρμόζοντας τα προϊόντα τους καλύτερα στις ανάγκες του βασικού τομέα. Για να μπορέσουν, όμως, να πραγματοποιήσουν αυτή την προσαρμογή των προϊόντων τους, θα κάνουν επενδύσεις σε κατάλληλη τεχνολογία και εξοπλισμό. Όλη αυτή η διαδικασία έχει ως αποτέλεσμα την ενίσχυση των σχέσεων μεταξύ του βασικού και του μη βασικού τομέα (McCann, 2002).

2.6 Περιφερειακή και διαπεριφερειακή αγορά εργασίας

Στο παρόν κεφάλαιο θα αναφερθούμε σύντομα και θα εξετάσουμε το ζήτημα της αγοράς εργασίας σε αστικό και περιφερειακό επίπεδο. Για να το κάνουμε αυτό θα λάβουμε υπόψη μας τις μεταβολές των εισροών των παραγωγικών συντελεστών. Οι αλλαγές των τιμών των παραγωγικών συντελεστών τείνουν να οδηγήσουν σε ανακατανομή των συντελεστών μέσα στο χώρο και να είναι εξαρτώμενες από το εισόδημα (McCann, 2002).

Οι αγορές εργασίας, είναι γνωστό πως, αποτελούν ένα σύνθετο ζήτημα, του οποίου τα χαρακτηριστικά διαμορφώνονται μέσω των διαπραγματεύσεων που πραγματοποιούνται μεταξύ των εργοδοτών και των εκπροσώπων των εργαζομένων.

I. Η νεοκλασική προσέγγιση της αγοράς εργασίας

Η προσέγγιση αυτή βασίζεται σε δύο αρχές. Η πρώτη αρχή είναι πως η ζήτηση της εργασίας είναι μία συνάρτηση με αρνητική κλίση. Η δεύτερη αρχή υποστηρίζει πως η προσφορά της εργασίας έχει ανοδική κλίση σε σχέση με τον πραγματικό μισθό. Η πρώτη αρχή οφείλεται στο γεγονός πως η ζήτηση της εργασίας είναι μία παράγωγη ζήτηση, που εξαρτάται μόνο από το οριακό έσοδο του προϊόντος των εισροών εργασίας κατά τη διαδικασία παραγωγής. Οι επιχειρήσεις από τη μεριά τους προσπαθούν να εξισώσουν το οριακό κόστος της εργασίας με το οριακό έσοδο που παράγει η εργασία. Το οριακό προϊόν της εργασίας μειώνεται όσο αυξάνεται η ποσότητα της εργασίας που χρησιμοποιείται στην παραγωγή. Συνεπώς, η ζήτηση της εργασίας έχει αρνητική κλίση. Η δεύτερη αρχή οφείλεται σε ένα επιχείρημα που καλούμε «υπόθεση της διπλής απόφασης». Σύμφωνα με την υπόθεση αυτή, οι εργαζόμενοι κρίνουν από το επίπεδο του πραγματικού μισθού για να αποφασίσουν ταυτόχρονα τις ώρες εργασίας που επιθυμούν να προσφέρουν, το επίπεδο του εισοδήματος που επιθυμούν να αποκτήσουν και την ποσότητα των αγαθών

και υπηρεσιών που επιθυμούν να καταναλώσουν (McCann, 2002).

Στο σημείο αυτό αξίζει να εισάγουμε την υπόθεση πως η αγορά εργασίας αποτελείται από ετερογενή άτομα με διαφορετικές προτιμήσεις. Μερικά άτομα εμφανίζουν μεγαλύτερη προτίμηση για ελεύθερο χρόνο ενώ άλλα άτομα προτιμούν να καταναλώνουν τα προϊόντα της εργασίας. Εξετάζοντας την ύπαρξη ανεργίας, συμπεραίνουμε ότι ένας λόγος ύπαρξής της είναι η ζήτηση υψηλού μισθού από την πλευρά των εργαζομένων. Για να μειωθεί, συνεπώς, η ανεργία τέτοιας μορφής και να επέλθει ισορροπία στην αγορά εργασίας, θα πρέπει να μειωθούν οι ζητούμενοι πραγματικοί μισθοί. Ακόμα, ένας δεύτερος λόγος ύπαρξης ανεργίας είναι τα κοινωνικά επιδόματα. Εάν εισπράττουν υψηλές κοινωνικές παροχές άτομα που δεν απασχολούνται, τότε τα άτομα αυτά δεν έχουν κανένα κίνητρο να εργαστούν. Εάν όμως, το ύψος των επιδομάτων είναι χαμηλό ή μηδενικό, τόσο μεγαλύτερο κίνητρο έχουν οι μη απασχολούμενοι, να αναζητήσουν εργασία (McCann, 2002).

II. Η κεϋνσιανή προσέγγιση της αγοράς εργασίας

Η κεϋνσιανή προσέγγιση υποθέτει πως οι μισθοί αντιστέκονται σε μία πιθανή μείωση. Δηλαδή, μία μείωση των μισθών είναι δύσκολο να πραγματοποιηθεί. Ο λόγος για τον οποίο συμβαίνει αυτό είναι η ύπαρξη των συνδικάτων και η δυσκολία διαπραγμάτευσης των εργαζομένων με τους εργοδότες. Για να επέλθει ισορροπία στην αγορά, θα πρέπει να μειωθούν οι μισθοί, γεγονός που είναι δύσκολο να πραγματοποιηθεί και με τη σειρά του δυσκολεύει την ύπαρξη ισορροπίας. Ένας άλλος τρόπος για να επέλθει ισορροπία είναι να αυξηθεί η ζήτηση της εργασίας για να μπορέσει να απορροφήσει την υπερβάλλουσα εργασία (McCann, 2002).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Στο κεφάλαιο αυτό θα μελετήσουμε τα δίκτυα που αναπτύσσονται μεταξύ των επιχειρήσεων. Τα δίκτυα αυτά σχετίζονται με την αγορά προμηθειών ή με πελατειακές σχέσεις μεταξύ των επιχειρήσεων. Το αξιοσημείωτο είναι πως επιχειρήσεις που έχουν αναπτύξει ένα δίκτυο μεταξύ τους, δεν είναι απαραίτητο να βρίσκονται σε κοντινή απόσταση, πιθανόν να βρίσκονται και σε διαφορετικές πόλεις, χώρες ή ακόμα και ηπείρους. Στη σημερινή αγορά τα πάντα γίνονται με το κλικ ενός ποντικιού, γεγονός που έχει σηματοδοτήσει την απαρχή μίας νέας εποχής για τις επιχειρήσεις (Porter M., 1998 & Illingworth P., 2009).

Οι επιχειρηματικές συνεργασίες διαμορφώνονται από την εντατικοποίηση των συναλλαγών μεταξύ των επιχειρήσεων και διογκώνονται από τη διεθνοποίηση των οικονομικών και εμπορικών δραστηριοτήτων. Το διεθνές εμπόριο παρουσιάζει αξιοσημείωτη αύξηση τις τελευταίες δεκαετίες, αρκετά μεγαλύτερη από την παγκόσμια παραγωγή. Αυτό σημαίνει πως υπάρχει ένας συνεχώς αυξανόμενος διεθνής καταμερισμός εργασιών, ο οποίος έχει κινητήρια δύναμη τις προσανατολισμένες σε παγκόσμιο επίπεδο στρατηγικές αγορών και πωλήσεων. Οι οικονομικές εξελίξεις, τώρα, μεταδίδονται ταχύτερα από χώρα σε χώρα, γεγονός που σημαίνει την αύξηση της διεθνούς μακροοικονομικής αλλά και της γενικότερης οικονομικής αλληλεξάρτησης και αλληλεπίδρασης. Η αντιμετώπιση από κοινού των φαινομένων αυτών, κάνει αναγκαία τη στενότερη συνεργασία των επιχειρήσεων σε μορφές «επιχειρηματικών συσπειρώσεων» ή «συστάδων επιχειρήσεων», η οποία συχνά επιφέρει και ταχύτερη ενσωμάτωση των τεχνολογικών εξελίξεων και των καινοτομιών (Porter M., 1998).

Η παγκοσμιοποίηση, στο σημείο αυτό, φαντάζει επιτακτική, με ένα περιβάλλον στο οποίο οι συμπεριφορές των επιχειρήσεων και των

καταναλωτών ομογενοποιούνται συνεχώς. Οι εθνικές οικονομίες παρουσιάζουν ολοένα και περισσότερο αλληλεξάρτηση μεταξύ τους, όπως συμβαίνει και στις αγορές χρήματος και κεφαλαίου, καθώς και στις αγορές εμπορευμάτων και υπηρεσιών. Ταυτόχρονα, παρατηρείται μία αυξανόμενη συγκέντρωση των διεθνών εμπορικών ροών σε συγκεκριμένους τομείς, ή ακόμα και περιοχές (Illingworth P., 2009).

Στο σημείο αυτό, ο ρόλος των μικρών επιχειρήσεων είναι περισσότερο σημαντικός στους νέους κλάδους, στους οποίους η τεχνολογία εξελίσσεται και οι συνεργασίες μεταξύ των επιχειρήσεων χαρακτηρίζονται από δυναμικότητα. Αυτό δεν εκμηδενίζει τη σημαντικότητα των μικρών επιχειρήσεων για ήδη υπάρχοντες κλάδους, στους οποίους οι μικρές επιχειρήσεις απολαμβάνουν οφέλη από καινοτομίες που πραγματοποιούνται στη διάρθρωση, στην προσφορά ή και στις αγορές. Οι μικρές επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από δυναμικότητα και ευελιξία, όχι όμως από εξωστρέφεια. Επιδιώκουν την ανάπτυξη συνεργασιών με άλλες επιχειρήσεις μέσω των μακροχρόνιων σχέσεων και της συχνότητας των επαφών. Για τη συμμετοχή μίας μικρής επιχείρησης σε ένα δίκτυο είναι σημαντική η ανάπτυξη σχέσεων εμπιστοσύνης (Porter M., 1998).

Γίνεται, συνεπώς, κατανοητό πως οι επιχειρηματικές συνεργασίες μπορούν να συνεισφέρουν στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας. Οι επιχειρηματικές συνεργασίες μπορεί να είναι δύο τύπων, οι συστάδες ή συσπειρώσεις επιχειρήσεων και τα επιχειρηματικά δίκτυα.

Με τον όρο «συστάδες επιχειρήσεων» εννοούνται ομάδες ανταγωνιστικών επιχειρήσεων, οι οποίες είναι συνήθως εγκατεστημένες σε κοντινές περιοχές, εάν όχι στην ίδια, και αλληλεπιδρούν μεταξύ τους με στόχο την επίτευξη οικονομικών κλίμακας, την πρόσβαση σε πόρους, την άμεση πληροφόρηση και ανάληψη πρωτοβουλιών για μείωση του κόστους παραγωγής, τη βελτίωση της λειτουργίας και την αύξηση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στην ομάδα. Οι συστάδες σε επίπεδο περιφερειακό έχουν στόχο την ανάδειξη

περιφερειακών συγκριτικών πλεονεκτημάτων. Σε μία συστάδα επιχειρήσεων, εκτός από τις επιχειρήσεις-εταίρους, συμμετέχουν υποστηρικτικές επιχειρήσεις και φορείς, που ρόλο έχουν την παροχή υπηρεσιών προς τους εταίρους της συστάδας.

Με τον όρο «δίκτυα» επιχειρήσεων εννοούμε τη συνεργασία τουλάχιστον τριών επιχειρήσεων, με σκοπό την υλοποίηση πολύπλοκων ενεργειών, που αυτόνομα η καθεμία δε μπορεί να πραγματοποιήσει, αφού δε διαθέτει την απαραίτητη τεχνογνωσία ή πόρους. Οι επιχειρήσεις που διαμορφώνουν ένα δίκτυο υπογράφουν συγκεκριμένες συμβάσεις μεταξύ τους, στις οποίες προσδιορίζονται οι μεταξύ τους σχέσεις, οι στόχοι τους καθώς και το χρονοδιάγραμμα υλοποίησής τους. Τα δίκτυα επιχειρήσεων αποτελούν συνήθως τον πρόδρομο των επιχειρηματικών συστάδων, χωρίς όμως αυτό να είναι αναγκαίο.

Η ομοιότητα μίας επιχειρηματικής συστάδας με ένα επιχειρηματικό δίκτυο είναι το γεγονός πως και οι δύο βασίζονται στην αλληλεπίδραση των επιχειρήσεων-μελών και στην αποκόμιση κοινών ωφελειών. Ακόμα, και οι δύο τύποι συγκρότησης επιχειρήσεων έχουν κοινούς στόχους, οργανώνονται με βάση της επίτευξη των στόχων, λειτουργούν ομαδικά και διατηρούν ενεργά όλα τα μέλη (Porter M., 1998).

Οι διαφορές των δύο επιχειρηματικών τύπων είναι αρκετές. Οι επιχειρήσεις μίας συστάδας γειτνιάζουν και διαθέτουν στην αγορά ανταγωνιστικά προϊόντα. Στην επιχειρηματική συστάδα συμμετέχουν επιχειρήσεις κορμού καθώς και υποστηρικτικές επιχειρήσεις. Το στοιχείο που κυριαρχεί σε μία συστάδα είναι η εταιρικότητα και η ισότιμη συμμετοχή των επιχειρήσεων. Επίσης, μέλη μίας συστάδας δεν μπορούν να επιβάλλουν την άποψή τους στα άλλα μέλη. Οι δράσεις που υλοποιούνται εντός μίας συστάδας έχουν οριζόντιο χαρακτήρα (π.χ. μεταφορές, αποθήκευση, εισαγωγή νέων τεχνολογιών) και τα μέλη μπορούν να τις υλοποιούν σε μικρή κλίμακα (οικονομίες κλίμακας). Στην αρχή της λειτουργίας της συστάδας οι σχέσεις των επιχειρήσεων είναι χαλαρές, αλλά

σε βάθος χρόνου μετατρέπονται σε εταιρικές. Σε πολλές περιπτώσεις μία επιτυχημένη συστάδα καταλήγει σε ένα νομικό σχήμα ή σε δημιουργία νέας συστάδας. Όσον αφορά τα επιχειρηματικά δίκτυα, ο αριθμός των επιχειρήσεων είναι συγκεκριμένος, όπως και ο διαθέσιμος χρονικός ορίζοντας. Οι δράσεις του δικτύου είναι προκαθορισμένες και σχετίζονται κυρίως με ποικίλες περίπλοκες ενέργειες, τις οποίες οι επιχειρήσεις δεν δύνανται να υλοποιήσουν μόνες τους. Η βασική διαφορά μεταξύ ενός επιχειρηματικού δικτύου και μίας συστάδας επιχειρήσεων είναι πως στις συστάδες επιχειρήσεων συμμετέχουν και ‘τρίτοι’ φορείς, όπως πανεπιστήμια και ερευνητικά ινστιτούτα, οι οποίοι φορείς λειτουργούν υποστηρικτικά και την επίτευξη των στόχων της. Η ύπαρξη εταιρικότητας έχει μεγάλη σημασία για μία συστάδα. Στα επιχειρηματικά δίκτυα οι επιχειρήσεις είναι ουσιαστικά μέλη της ομάδας, στην οποία οι σχέσεις είναι ιεραρχημένες και δομημένες ανάλογα με την διεργασία που υλοποιείται κάθε φορά.

Οι συμμετοχή σε συστάδες και δίκτυα προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα στις επιχειρήσεις, όπως εξασφάλιση οικονομιών κλίμακας, έγκαιρη πληροφόρηση, καλύτερη και ευκολότερη πρόσβαση σε πόρους, οι οποίοι συντελούν στη μείωση του κόστους παραγωγής, στην αποτελεσματικότερη λειτουργία της επιχείρησης και, συνεπώς, στην βελτίωση της παραγωγικότητας και αύξηση της ανταγωνιστικότητας.

Άξιο απορίας είναι ο τρόπος με τον οποίο χρηματοδοτούνται οι συστάδες. Η χρηματοδότησή τους εξαρτάται από τον κύκλο ζωής που διανύουν. Σε πολλές περιπτώσεις οι συστάδες συγκροτούνται υπό το πλαίσιο ενός συγκεκριμένου έργου, οπότε η χρηματοδότησή τους εξασφαλίζεται από κεφάλαια εθνικού και ευρωπαϊκού επιπέδου. Σημαντικό στοιχείο είναι πως τα μέλη της συστάδας συμβάλλουν οικονομικά έως και 50% για την ίδρυση της συστάδας.

Ένα ακόμα ερωτηματικό είναι η διοίκηση των συστάδων, η οποία

αποτελείται από στελέχη των βασικών εταιριών καθώς και το διαμεσολαβητή, ο οποίος εμπνεύστηκε τη δημιουργία της.

3.1 Ορισμός συστάδων

Οι συστάδες επιχειρήσεων κατά τον Michael Porter (1998) είναι «...γεωγραφικά κοντινές επιχειρήσεις και άλλοι φορείς, όπως πανεπιστήμια, που αλληλεπιδρούν με τη βοήθεια της τεχνολογίας για την υλοποίηση ενεργειών σε συγκεκριμένους τομείς».

Αποτελούνται, συνήθως, από επιχειρήσεις του ίδιου κλάδου δραστηριότητας (οριζόντια clusters) ή διαφορετικών κλάδων της παραγωγικής διαδικασίας ανήκοντας στην ίδια εφοδιαστική αλυσίδα (κάθετα clusters), οι οποίες λέγονται ‘επιχειρήσεις-εταίροι’ ή ‘επιχειρήσεις κορμού’. Οι συστάδες αυτές, εντοπίζονται σε συγκεκριμένη γεωγραφικά περιοχή, αφού η γειτνίαση κάνει εύκολη την επικοινωνία, τις μεταφορές αλλά και την αλληλεπίδραση μεταξύ τους. Αυτό δε σημαίνει απαραίτητα, όμως, πως βρίσκονται κοντά. Εάν οι συναλλαγές των επιχειρήσεων δεν επηρεάζονται από τη γεωγραφική απόσταση, υπάρχει πιθανότητα να αναπτυχθούν σε μεγαλύτερο γεωγραφικά εύρος. Συνεπώς, υπάρχουν συστάδες σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο (Porter M., 1998).

Οι στόχοι που επιδιώκουν οι επιχειρήσεις να επιτύχουν μέσα από τη συγκρότησή τους σε συστάδες είναι:

- Να αναδείξουν τα τοπικά προϊόντα που παράγονται από μικρούς τοπικούς παραγωγούς.
- Να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό των μεγάλων επιχειρήσεων.

Οι συστάδες επιχειρήσεων βοηθούν ορισμένους κλάδους να αναρριχηθούν ως την κορυφή της ανταγωνιστικότητας, παρά τον έντονο διεθνή ανταγωνισμό. Σε διεθνές επίπεδο, εκτός των επιχειρήσεων,

περιλαμβάνονται στις συστάδες κυβερνητικοί οργανισμοί, οι οποίοι παρέχουν εξειδικευμένη κατάρτιση, εκπαίδευση, πληροφόρηση, έρευνα και τεχνολογική υποστήριξη. Η συμμετοχή των φορέων αυτών ξεχωρίζει τις συστάδες από τα επιχειρηματικά δίκτυα.

3.2 Ορισμός επιχειρηματικών δικτύων

Τα επιχειρηματικά δίκτυα αποτελούνται από τουλάχιστον τρεις επιχειρήσεις που υπογράφουν ένα σύμφωνο συνεργασίας για την εκτέλεση ενεργειών ενός προκαθορισμένου χρονικού παράγοντα (Porter M., 1998).

Τα επιχειρηματικά δίκτυα χαρακτηρίζονται από :

- ✓ Κοινή στρατηγική

Τα μέλη ενός επιχειρηματικού δικτύου μοιράζονται έναν κοινό στρατηγικό στόχο, ο οποίος είναι συνήθως η βιωσιμότητα, η κερδοφορία και η αντιμετώπιση του ανταγωνισμού.

- ✓ Βασικές δεξιότητες

Κάθε μέλος ενός δικτύου διαθέτει μία βασική ικανότητα, την οποία προσφέρει στα άλλα μέλη για να επιτευχθεί ο στόχος.

- ✓ Σαφή συμφωνία

Η συμφωνία μπορεί να είναι ένα συμβόλαιο ή μία προφορική συμφωνία.

- ✓ Εμπιστοσύνη

Για να επιτευχθεί ο στόχος του δικτύου είναι απαραίτητη προϋπόθεση η εμπιστοσύνη μεταξύ των επιχειρήσεων.

- ✓ Τεχνολογία

Η εξελιγμένη τεχνολογία επιτρέπει τη γρήγορη μεταφορά των πληροφοριών από τη μία επιχείρηση στην άλλη, μειώνοντας έτσι το χρόνο και το κόστος των συναλλαγών.

Συχνά συμβαίνει ένας επιχειρηματικό δίκτυο να εξελίσσεται και να μετατρέπεται σε μία συστάδα επιχειρήσεων.

3.3 Βασικές διαφορές συστάδων και δικτύων

Οι βασικότερες διαφορές αφορούν την ευελιξία της συνεργασίας και το γεωγραφικό προσδιορισμό. Παρακάτω παρατίθενται ως εξής:

ΣΥΣΤΑΔΕΣ	ΔΙΚΤΥΑ
✓ Ισότιμη συμμετοχή εταίρων	✓ Ιεραρχικές σχέσεις μεταξύ των μελών
✓ Γειτνίαση των επιχειρήσεων	✓ Δεν υπάρχει γεωγραφικός περιορισμός
✓ Ελαστικές σχέσεις μεταξύ των μελών	✓ Καθορισμένες σχέσεις μελών
✓ Ξεχωριστές οντότητες που εξελίσσονται	✓ Κοινή δραστηριότητα των επιχειρήσεων
✓ Περιλαμβάνει επιχειρήσεις και φορείς	✓ Περιλαμβάνει μόνο ομοειδείς επιχειρήσεις
✓ Τα μέλη διαθέτουν ανταγωνιστικά προϊόντα	✓ Τα μέλη διαθέτουν συμπληρωματικά προϊόντα
✓ Ενθαρρύνεται η παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών σε συγκεκριμένη γεωγραφικά περιοχή	✓ Επιτρέπεται η ανάπτυξη εξειδικευμένων υπηρεσιών σε χαμηλότερο κόστος
✓ Πιθανόν να περιέχουν επιχειρηματικά δίκτυα	✓ Αποκλείεται να περιέχουν συστάδες
✓ Ποικίλοι στόχοι και διαφορετικοί	✓ Ο στόχος ενός δικτύου είναι ομοειδής με το στόχο των επιχειρήσεων μελών

3.4 Οφέλη των επιχειρήσεων

Για να εξελιχθεί η επιχειρηματικότητα είναι απαραίτητη προϋπόθεση η επίτευξη καινοτομιών. Για την αποδοτική και αποτελεσματική οργάνωση της παραγωγής και την αύξηση της παραγωγικότητας χρειάζεται η ομαλή και ουσιαστική συνεργασία των επιχειρήσεων, οι οποίες επωφελούνται από τη συμπληρωματικότητα που δημιουργείται. Η συμπληρωματικότητα αυτή και η συνεργασία προσδίδουν ιδιαίτερο πλεονέκτημα στις επιχειρήσεις μέσω της καλλιέργειας δεξιοτήτων στη διαχείριση έργων, την ανάπτυξη και προώθηση προϊόντων και στις τεχνικές διαπραγμάτευσης. Ακόμα, διευκολύνεται η πρόσβαση σε χρηματοπιστωτικά ιδρύματα όσο και σε διαδικασίες μεταφοράς τεχνολογίας. Γίνεται ευκολότερη η διάχυση της πληροφορίας και η πρόσβαση σε ερευνητικά ινστιτούτα και πανεπιστημιακά ιδρύματα. Συνέπεια των παραπάνω είναι η προώθηση της καινοτομίας. Θα μπορούσαμε να συνοψίσουμε τα οφέλη των επιχειρήσεων παρακάτω ως εξής:

- ✓ Άμεση και έγκαιρη πληροφόρηση
- ✓ Ευκολότερη πρόσβαση σε νέες τεχνολογίες και αγορές
- ✓ Συσσώρευση συμπληρωματικών δεξιοτήτων
- ✓ Πρόσβαση σε εξειδικευμένο προσωπικό
- ✓ Πρόσβαση στις αγορές κεφαλαίου
- ✓ Ανάπτυξη καινοτομίας
- ✓ Βελτίωση διαπραγματευτικής ικανότητας
- ✓ Επίτευξη οργανωτικών βελτιώσεων

Σύμφωνα με εμπειρικές μελέτες, οι επιχειρήσεις που ιδρύουν και συμμετέχουν σε επιχειρηματικά δίκτυα τείνουν να έχουν καλύτερα αποτελέσματα από άλλες επιχειρήσεις που δεν έχουν παρόμοια δραστηριότητα. Τα δίκτυα, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, συνεισφέρουν

στη διάχυση της πληροφορίας και συμβάλλουν στην ανάπτυξη της γνώσης, η οποία οδηγεί σε αναδιάρθρωση της δομής της επιχείρησης ενδοεπιχειρησιακά αλλά και με εξωτερικούς παράγοντες, όπως π.χ. με προμηθευτές.

Για να μπορέσει μία επιχείρηση να εμπνευστεί και να δημιουργήσει ένα δίκτυο, θα πρέπει αρχικά να προσδιορίσει το στόχο του δικτύου. Ο στόχος μπορεί να είναι πιο γενικός ή εξειδικευμένος. Στη συνέχεια, θα πρέπει να βρεθούν οι εταιρείες οι οποίες θα συμμετέχουν στο δίκτυο. Η αναζήτηση αυτή γίνεται με βάση τα κοινά ενδιαφέροντα, την επιχειρηματική κουλτούρα, τους πόρους και τις ικανότητες που διαθέτει κάθε επιχείρηση. Η αναζήτηση αυτή, δε γίνεται μόνο σε επιχειρήσεις του ίδιου ή παρόμοιων κλάδων (οριζόντια συνεργασία), οι εταιρίες μέλη μπορεί να αποτελούν διαφορετικά τμήματα της ίδιας εφοδιαστικής αλυσίδας (κάθετες συνεργασίες) ή ακόμα και να προέρχονται από συμπληρωματικούς τομείς ή κλάδους (διαγώνιες συνεργασίες). Σε κάθε μία περίπτωση, είναι απαραίτητη η εμπιστοσύνη μεταξύ των μελών.

Αφού βρεθούν οι εταιρείες μέλη, επόμενο βήμα είναι ο καθορισμός του χρονικού ορίζοντα και ο τύπος της συνεργασίας. Οι συνεργασίες διαρκούν συνήθως τρία με τέσσερα έτη, ενώ υπάρχουν πολλοί τύποι συνεργασίας. Υπάρχουν δίκτυα άτυπα και δίκτυα δομημένα που βασίζονται σε πρωτόκολλα συνεργασίας. Πολλές φορές ένα δίκτυο λαμβάνει τη μορφή διακριτής επιχείρησης με συγκεκριμένο σκοπό. Μετά τη σύσταση του δικτύου, πρέπει να προσδιοριστούν οι ενέργειες που θα υλοποιηθούν και ο τρόπος χρηματοδότησης. Στο σημείο αυτό, έχουν κρίσιμη σημασία οι πόροι και οι ικανότητες που διαθέτει κάθε επιχείρηση. Να σημειώσουμε πως για να επιτύχει το εγχείρημα αυτό, θα πρέπει οι ικανότητες των επιχειρήσεων να είναι συμπληρωματικές.

Μετά τη σύσταση του δικτύου, είναι σημαντικός παράγοντας η διοίκηση. Τα άτομα που συμμετέχουν σε αυτή, ορίζονται από τις επιχειρήσεις και είναι συνήθως στελέχη των επιχειρήσεων.

3.5 Κοινωνικό κεφάλαιο

Η απαρχή της έννοιας του κοινωνικού κεφαλαίου εντοπίζεται στις αρχές του 20^{ου} αιώνα, όταν τη χρησιμοποίησαν οι μεταρρυθμιστές του εκπαιδευτικού συστήματος για να ενθαρρύνουν τη σχολική συμμετοχή (Τακτικός Β., 2015). Ο όρος ‘κοινωνικό κεφάλαιο’ χρησιμοποιείται ολοένα και περισσότερο ως έννοια στενά συνδεδεμένη με την κοινωνία πολιτών, χωρίς όμως να περιορίζεται αποκλειστικά σε αυτή, αφού περιλαμβάνει τυπικά και άτυπα κοινωνικά δίκτυα και κοινές αξίες. Με βάση την προσέγγιση αυτή, ο Woolcock (1998) υποστήριξε πως το κοινωνικό κεφάλαιο περιλαμβάνει όλες τις αξίες και τα δίκτυα που διευκολύνουν την ομαδική δράση.

Σύμφωνα με τον James Samuel Coleman (1990): «Το κοινωνικό κεφάλαιο προσδιορίζεται από τη λειτουργία του. Δεν αποτελεί μία μοναδιαία οντότητα, αλλά μία ποικιλία διαφορετικών οντοτήτων που περιέχουν δύο κοινά χαρακτηριστικά: όλες οι οντότητες αποτελούνται από κάποια πτυχή της κοινωνικής δομής, διευκολύνοντας παράλληλα συγκεκριμένες δράσεις για τα άτομα που βρίσκονται εντός της δομής. Όπως και οι έτερες μορφές κεφαλαίου, το κοινωνικό κεφάλαιο είναι παραγωγικό, καθιστώντας δυνατή την επίτευξη συγκεκριμένων σκοπών που δε θα ήταν δυνατόν να επιτευχθούν επί την απουσία του». Ακόμα, είναι ένα σύνολο κανόνων και προσδοκιών που υποστηρίζουν και διευκολύνουν την οικονομική δραστηριότητα στο σύστημα της αγοράς (Τακτικός Β., 2015). Ομάδες που έχουν συγκεντρώσει κοινωνικό κεφάλαιο μπορούν, ακόμα, να έχουν κέρδη με όρους οικονομικού κεφαλαίου, σε αντίθεση με άλλες ομάδες που έχουν μικρό κοινωνικό κεφάλαιο και μικρότερη επιτυχία στη συγκέντρωση οικονομικού κεφαλαίου.

Το κοινωνικό κεφάλαιο έχει την παραπάνω έννοια στην αγγλική διάσταση. Όταν ο όρος χρησιμοποιήθηκε από το γάλλο Pierre Bourdieu (1984, 1989, στο Τακτικός Β., 2015) είχε τελείως διαφορετική διάσταση.

Για τον Bourdieu το κοινωνικό κεφάλαιο είναι μία από τις πολλές μορφές κεφαλαίου στις οποίες περιλαμβάνονται το οικονομικό, το πολιτισμικό και το συμβολικό κεφάλαιο. Αποτελεί ένα ταξικό περιουσιακό στοιχείο στο βαθμό που μέλη των κυρίαρχων κοινωνικών τάξεων συγκεντρώνουν και μοιράζονται τέτοιο κεφάλαιο. Διαμορφώνουν αποκλειστικούς δεσμούς μεταξύ τους και ενισχύουν τα προνόμια της τάξης τους. Με τον τρόπο αυτό, το κοινωνικό κεφάλαιο χρησιμοποιείται για την αναπαραγωγή άνισων ταξικών σχέσεων. Ο Francis Fukuyama (1995, στο Τακτικός Β., 2015). θεωρεί πως μερικές κοινωνίες, στις οποίες αφθονεί η εμπιστοσύνη, ευημερούν προοδευτικά περισσότερο από άλλες στις οποίες η εμπιστοσύνη δεν είναι διαδεδομένη. Ο Robert D. Putnam (1993) έκανε την έννοια του κοινωνικού κεφαλαίου γνωστή στους κύκλους της πολιτικής επιστήμης. Θεωρεί πως το κοινωνικό κεφάλαιο περιλαμβάνει όψεις συλλογικής συμπεριφοράς πέραν των κανόνων και των προσδοκιών που υποστηρίζουν την επικερδή οικονομική δραστηριότητα. Αφορά κοινωνικά δίκτυα σχέσεων μεταξύ ατόμων και κανόνες αμοιβαιότητας. Τα δίκτυα και οι κανόνες είναι οι πηγές της κοινωνικής εμπιστοσύνης στις σύγχρονες κοινωνίες. Μεταξύ των κανόνων, ο σημαντικότερος είναι η γενικευμένη αμοιβαιότητα. Ο Putnam υποστηρίζει μία συγκεκριμένη εκδοχή κοινωνικού κεφαλαίου, ένα τρόπο δόμησης της συλλογικής δράσης ο οποίος αποδεικνύεται ευμενής για τη θεσμική ανάπτυξη και την ποιότητα των δημοκρατικών θεσμών.

Για τους Nan Lin, Karen Cook & Ronald S. Burt (2001, στο Τακτικός Β., 2015), το κοινωνικό κεφάλαιο αποτελεί μίας μορφή επένδυσης με προσδοκίες απόδοσης. Η επένδυση πραγματοποιείται από ένα άτομο και οι αποδόσεις γίνονται σε κοινωνικό επίπεδο. Παραδείγματα κοινωνικής απόδοσης είναι η πληροφορία, η επιρροή κτλ.

Ακόμα, το κοινωνικό κεφάλαιο μπορεί να ορισθεί ως συσσώρευση συλλογικής γνώσης οργανωτικής κουλτούρας, αλληλεγγύης, κοινής εμπιστοσύνης και δημιουργικής θεσμικής λειτουργίας και συμβάλλει στην

ανάπτυξη κοινωνικών δεξιοτήτων. Το κοινωνικό κεφάλαιο συμπληρώνει και υποκαθιστά σε μεγάλο βαθμό το οικονομικό κεφάλαιο στις επενδύσεις, δημιουργώντας εμπιστοσύνη και πιστοληπτική ικανότητα. Αποτελεί θεμελιώδη αξία και συμβάλλει αποφασιστικά στην πράσινη και πολιτιστική επιχειρηματικότητα και στην κοινωνική αλληλεγγύη.

Το κοινωνικό κεφάλαιο δεν αποτελεί περιουσία μίας οργάνωσης, μίας επιχείρησης, της αγοράς ή του κράτους. Αφορά πολίτες ίδιας ή διαφορετικής καταγωγής και κουλτούρας, που συνδέονται κοινωνικά και δημιουργούν δίκτυα.

Σύμφωνα με τον ορισμό της Παγκόσμιας Τράπεζας, το κοινωνικό κεφάλαιο είναι η συνεκτική «κόλλα», που κρατά δεμένες τις κοινωνίες. Αποτελεί ζήτημα κοινωνικοποίησης, εμπιστοσύνης και συνεργασίας σε τοπικό επίπεδο και ικανότητα για καινοτόμες πολιτικές επενδύσεων που βοηθούν την κοινωνία να εξελιχθεί. Η Παγκόσμια Τράπεζα πραγματοποιεί μετρήσεις οι οποίες υποδεικνύουν πως υπάρχουν μετρήσιμες ενδείξεις ότι σε μακροοικονομικό επίπεδο η μετανάστευση, το εμπόριο, οι οικονομικές μεταρρυθμίσεις, η οικονομική ανάπτυξη η ασφάλεια και ο τρόπος με τον οποίο επιδρούν οι νέες τεχνολογίες, επηρεάζονται από την αλληλεπίδραση μεταξύ των ανθρώπων.

Το κοινωνικό κεφάλαιο είναι μία έννοια σύμφυτη με την κοινωνική δομή και διευκολύνει την ατομική δράση. Ουσιαστικά, απαρτίζεται από επικαλυπτόμενα κοινωνικά δίκτυα που διαθέτουν κοινές αξίες, εμπιστοσύνη και κοινά κριτήρια αποφάσεων. Δίκτυα με υψηλό επίπεδο κοινωνικού κεφαλαίου επικρατεί η αρχή της αμοιβαιότητας και της αλληλεγγύης, η οποία συμβάλλει στην ατομική ευημερία, παίρνοντας ως δεδομένο ότι οι συμμετέχοντες έχουν ευχερέστερη πρόσβαση στην πληροφορία και άλλους πόρους. Υπάρχουν τρεις βασικές παράμετροι οι οποίες μεγιστοποιούν το κοινωνικό κεφάλαιο (Τακτικός Β., 2015):

- Η εμπιστοσύνη, που οικοδομείται μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα και εξασφαλίζει ότι οι υποχρεώσεις και τα καθήκοντα των μελών θα διεκπεραιωθούν ομαλά.

- Η πληροφορία, η οποία διοχετεύεται μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα.

- Η συνεργασία, που εξασφαλίζεται από τις ανθρώπινες ικανότητες των στελεχών των επιχειρήσεων.

Η βιβλιογραφία καταδεικνύει πως το κοινωνικό κεφάλαιο είναι μία περίπλοκη διαδικασία η οποία επηρεάζεται από ιστορικούς, κοινωνικούς, πολιτικούς και πολιτισμικούς παράγοντες και από το μοντέλο της οικονομικής ανάπτυξης. Αυξάνεται όταν οι άνθρωποι συνεργάζονται σε εθελοντικές οργανώσεις και όταν επικοινωνούν μεταξύ τους. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω των παρακάτω (Τακτικός Β., 2015):

- ✓ Εθελοντική συμμετοχή σε δίκτυα ατόμων και ομάδων, στη βάση της ισότητας των μελών. Το κοινωνικό κεφάλαιο αφορά οριζόντιες σχέσεις μεταξύ των μελών της κοινότητας και της οικογένειας αλλά και κάθετες σχέσεις μεταξύ των κοινοτήτων και των διαφόρων θεσμών και κυβερνητικών φορέων.

- ✓ Αμοιβαιότητα. Τα άτομα παρέχουν υπηρεσίες σε άλλα άτομα ή ενεργούν προς όφελος άλλων ατόμων με προσωπικό κόστος, προσδοκώντας ότι θα υπάρξει ανταπόδοση.

- ✓ Εμπιστοσύνη. Η εμπιστοσύνη επιτρέπει την ανάληψη ρίσκου όταν υπάρχει η πεποίθηση πως θα υπάρξει θετική αντίδραση.

- ✓ Κανόνες. Τις περισσότερες φορές είναι άγραφοι αλλά κατανοητοί και παρέχουν τα πλαίσια για ανεπίσημο κοινωνικό έλεγχο.

- ✓ Κοινότητα. Το συνδυασμένο αποτέλεσμα της εμπιστοσύνης, των δικτύων, των κανόνων και της αμοιβαιότητας δημιουργεί μία ισχυρή κοινότητα. Η κοινότητα αυτή δεν είναι ιδιοκτησία ενός, αλλά αξιοποιείται από όλους.

✓ Ανθρώπινο και κοινωνικό κεφάλαιο. Μερικά είδη ανθρώπινου κεφαλαίου λειτουργούν υποστηρικτικά προς το κοινωνικό κεφάλαιο.

3.6 Τύποι κοινωνικού κεφαλαίου

✓ Bonding: είναι οι δεσμοί μεταξύ των μελών μίας οικογένειας, μίας ομάδας ή μεταξύ φίλων.

✓ Bridging. Η οριζόντια οργάνωση και συνεργασία, η γεφύρωση των διαφορών μεταξύ ομάδων, ηλικιών συνεργατών ή και κρατών.

✓ Linking. Αφορά τη σύνδεση και την κάθετη επικοινωνία μεταξύ ποικίλων και διαφορετικών κοινωνικών και πολιτικών επιπέδων.

3.7 Δίκτυα επιχειρήσεων και κοινωνικό κεφάλαιο

Η δικτύωση των επιχειρήσεων μπορεί να λάβει χώρα κατά τη διαδικασία της βελτίωσης της προσαρμοστικότητάς τους στην αγορά εργασίας. Στη χώρα μας, τέτοιες δικτυώσεις έχουν παρατηρηθεί στο πλαίσιο συγχρηματοδοτούμενων παρεμβάσεων (τοπικές πρωτοβουλίες απασχόλησης, κοινοτική πρωτοβουλία EQUAL).

Στο πλαίσιο της παραπάνω πρωτοβουλίας αναπτύχθηκαν περισσότερες από 60 συστάδες επιχειρήσεων, οι οποίες καταχωρούνται σε εκείνες της διαμόρφωσης «κοινωνικού κεφαλαίου».

Οι τοπικές συμπράξεις επιχειρήσεων αποτελούν γεωγραφικά συγκεντρωμένες εταιρείες διαφορετικών μεγεθών, οριζόντια ή κάθετα διασυνδεδεμένες και δραστηριοποιημένες στο ίδιο ή σε συμπληρωματικό επιχειρηματικό αντικείμενο. Οι τοπικές συμπράξεις αναγνωρίστηκαν ως σημαντικά εργαλεία για την οικονομική ανάπτυξη και την προώθηση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας των εθνικών βιομηχανιών, ιδιαίτερα όσον αφορά τον αγροτικό και διατροφικό τομέα. Οι τοπικές συμπράξεις μπορούν

να είναι πολυειδείς, όμως ενέχουν συγκεκριμένες σχέσεις μεταξύ εταιρειών, αναδεικνύοντας έτσι το ενδιαφέρον που έχει η κατανόηση του ρόλου που διαθέτει το κοινωνικό κεφάλαιο σε αυτές τις μεταξύ των εταιρειών σχέσεις. Οι τοπικές συμπράξεις, όπως και οι δικτυώσεις, καθίστανται δυνατές μόνον όταν υπάρχει ένας επαρκής αριθμός εταιρειών, με τις ίδιες ανάγκες και που προσελκύει πόρους και υπηρεσίες με τρόπο που δε θα ήταν εφικτός από μια εταιρεία μονάχα. Συνήθως, στη διαδικασία της τοπικής σύμπραξης παίζουν ρόλο οι τοπικές αρχές, ενώ οι συμπράξεις οργανώνονται για την αντιμετώπιση τοπικών προβλημάτων (τουρισμός, εξαγωγές τοπικών προϊόντων, αναπλάσεις αστικών περιοχών κ.λπ.).

Οι τοπικές συμπράξεις συχνά χαίρουν φήμης και αναγνώρισης σε τοπικό επίπεδο. Διαθέτουν μια κοινή συλλογική ταυτότητα εξωτερικά, ενώ ο εσωτερικός τρόπος λειτουργίας είναι πιο χαλαρός (Daskalopoulou I. & Petrou A., 2013).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΜΠΕΙΡΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Όπως αναφέρθηκε στα προηγούμενα κεφάλαια, η επιχειρηματικότητα αποτελεί το κλειδί για οικονομική ανάπτυξη και μεγέθυνση σε τοπικό αλλά και εθνικό επίπεδο. Η επιχειρηματικότητα δίνει ώθηση για αύξηση της παραγωγικότητας και, συνεπώς, της αποδοτικότητας και μπορεί να απογειώσει την πορεία μίας επιχείρησης, είτε μέσω της καινοτομικής δραστηριότητας, είτε μέσω της δημιουργίας μίας νέας επιχείρησης. Παρά το γεγονός αυτό όμως, φαίνεται να υπάρχει μεγάλη άγνοια από την πλευρά των επιχειρήσεων, όχι μόνο για την επιχειρηματικότητα σαν διαδικασία, αλλά και για την καινοτομία σαν αναπόσπαστο κομμάτι της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Στα πλαίσια της διπλωματικής αυτής εργασίας πραγματοποιήθηκε μία έρευνα σχετικά με την επιχειρηματικότητα στη Βιομηχανική περιοχή της Τρίπολης. Η δομή της έρευνας αναλύεται παρακάτω. Αρχικά, έγινε ετοιμασία των ερωτηματολογίων και επικοινωνία με επιχειρηματίες της βιομηχανικής περιοχής της πόλης. Τα ερωτηματολόγια παρουσιάζονται στο παράρτημα. Να τονίσουμε στο σημείο αυτό πως η επιλογή των επιχειρηματιών έγινε τυχαία. Μετά από την τηλεφωνική επικοινωνία, πραγματοποιήθηκε μία συνέντευξη με καθέναν ξεχωριστά στο χώρο της επιχείρησης, όπου έγινε η συλλογή των στοιχείων που παρουσιάζονται στη συνέχεια. Τέλος, έγινε η επεξεργασία των δεδομένων και η εξαγωγή των συμπερασμάτων που παρουσιάζονται παρακάτω.

Η έρευνα αυτή επιχειρεί να κατανοήσει τις επιλογές των επιχειρηματιών αναφορικά με την επιλογή τους να απασχοληθούν στη δική τους επιχείρηση. Ακόμα, γίνεται προσπάθεια για κατανόηση του τρόπου με τον οποίο απέκτησαν την επιχείρησή τους και τον τρόπο με τον οποίο λειτουργείται η επιχείρηση. Η ποιοτική έρευνα είναι πιο αποδοτική στην

προσπάθεια κατανόησης καταστάσεων στις οποίες παίζουν ρόλο συμπεριφορές και περιβάλλοντα. Δεδομένων των παραπάνω, είναι περισσότερο κατάλληλο να πραγματοποιηθούν οι συνεντεύξεις πρόσωπο με πρόσωπο με τους επιχειρηματίες καθώς με τον τρόπο αυτό θα γίνει η καλύτερη συλλογή των δεδομένων.

4.1 Συλλογή των δεδομένων

Η διαδικασία πραγματοποιήθηκε με αυστηρά κριτήρια με σκοπό την καλύτερη συλλογή των δεδομένων. Συγκεκριμένα, οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν πρόσωπο με πρόσωπο με τους επιχειρηματίες της περιοχής με σκοπό την καθυσύχαση τους και την ελαχιστοποίηση της πίεσης και των προσωπικών ανησυχιών, όπως η διαβεβαίωσή τους πως τα στοιχεία δε θα δημοσιοποιηθούν αλλά θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς. Ακόμα, οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν στο χώρο της επιχείρησης του καθενός. Το οικείο περιβάλλον και η χαλαρή ατμόσφαιρα συμβάλλουν στην ενθάρρυνση των ερωτηθέντων να απαντούν με ειλικρίνεια και να είναι άνετοι. Πριν την πραγματοποίηση των συνεντεύξεων, έγινε γνωστό στους επιχειρηματίες πως το κέντρο της έρευνας είναι η διερεύνηση της επιλογής τους να γίνουν επιχειρηματίες, τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν με τη λειτουργία των επιχειρήσεων τους, οι στόχοι που έχουν θέσει και κατά πόσο τους έχουν πραγματοποιήσει καθώς και άλλα στοιχεία τα οποία θα παρουσιαστούν παρακάτω. Για τις ερωτήσεις οι οποίες απαιτούσαν έναν ιδιαίτερο τρόπο απάντησης, είχε προβλεφθεί η ύπαρξη πινάκων και η χρήση αριθμών, οι οποίοι δηλώνουν την προτεραιότητα προτίμησης για την κάθε απάντηση. Δεδομένων των παραπάνω, θεωρούμε πως η έρευνα έγινε όσο το δυνατόν πιο ορθά και οι συνεντευξιαζόμενοι απάντησαν με ειλικρίνεια και εντιμότητα.

4.2 Δείγμα

Μία έρευνα επικεντρώνεται στη συλλογή στοιχείων και δεδομένων για την εξαγωγή συμπερασμάτων, τα οποία θα απαντούν σε ένα βασικό ερώτημα. Για την έρευνα είναι απαραίτητο να ερωτηθεί όσο το δυνατόν μεγαλύτερο δείγμα, παρόλα αυτά μία έρευνα η οποία έχει βασιστεί σε οχτώ εκ βαθέων συνεντεύξεις παρέχει ένα αρκετά ποιοτικό πλαίσιο. Οι επιχειρηματίες οι οποίοι επιλέχθηκαν ήταν 20 και για να απαντήσουν στην έρευνα, επιλέχθηκαν με τυχαία κριτήρια, με μία κοινή, όμως, βάση. Οι επιχειρήσεις τους να έχουν έδρα τη βιομηχανική περιοχή. Αυτό γιατί ο σκοπός της έρευνας ήταν η εξέταση της επιχειρηματικότητας και της περιφερειακής ανάπτυξης και της δικτύωσης στη βιομηχανική περιοχή. Λεπτομερής ανάλυση των χαρακτηριστικών των συνεντευξιζόμενων γίνεται στον πίνακα 1 στη λίστα πινάκων στο τέλος της εργασίας.

4.3 Παρουσίαση αριθμητικών αποτελεσμάτων

4.3.1 Κοινωνικο-οικονομικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά

Στο τμήμα αυτό παρουσιάζονται τα κοινωνικά, οικονομικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων.

- Το 85% των συνεντευξιζόμενων ήταν άνδρες και το υπόλοιπο 15% ήταν γυναίκες.
- Το 30% των συνεντευξιζόμενων ήταν άγαμοι, ενώ το 70% ήταν έγγαμοι.
- Το 35% ήταν απόφοιτοι λυκείου, το 45% ήταν κάτοχοι πτυχίου τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, ενώ το υπόλοιπο 20% ήταν κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος.
- Οι ηλικίες των ερωτηθέντων κυμαίνονταν από 32 έως 55 ετών.

4.3.2 Προφίλ των επιχειρήσεων

Στο τμήμα αυτό της εργασίας αναλύεται το προφίλ των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα.

- Το 25% των επιχειρήσεων δημιουργήθηκαν από μία επιχειρηματική ευκαιρία. Ενδεικτικά, οι επιχειρηματίες δήλωσαν:

Εντόπισα την έλλειψη στην αγορά και αποφάσισα αμέσως να δημιουργήσω τη δική μου επιχείρηση (Άρρεν,36.)

- Το 15% των επιχειρήσεων δημιούργησαν την προσωπική τους επιχείρηση λόγω έλλειψης καλύτερης επιλογής απασχόλησης. Ενδεικτικά:

Έκανα διάφορα επαγγέλματα τα οποία μου πρόσφεραν εργασιακή εμπειρία αλλά καμία προσωπική ικανοποίηση. Έτσι, κάποια στιγμή πήρα τη μεγάλη απόφαση να δημιουργήσω τη δική μου επιχείρηση και να δοκιμάζω την τύχη μου (Άρρεν, 46).

- Το 60% των επιχειρήσεων αποκάλυψαν πως κληρονόμησαν την επιχείρησή τους. Ενδεικτικά, μερικοί από αυτούς απάντησαν:

Εργαζόμουν από μικρός στην οικογενειακή επιχείρηση και ανέκαθεν ήθελα να δημιουργήσω μία δική μου. Όταν αποφάσισαν να αποσυρθούν οι γονείς μου, ήξερα πως ήταν η ώρα να αναλάβω και να κάνω αυτό για το οποίο πάντα προοριζόμουν (Άρρεν, 45).

Η επιχείρηση των γονιών μου ήταν το μέρος στο οποίο μεγάλωσα. Όταν έφτασε η κατάλληλη στιγμή, αποφάσισα πως θέλω να μοιάσω στον πατέρα μου και σήμερα διευθύνω εγώ την οικογενειακή επιχείρηση (Άρρεν, 42).

Αναφορικά με τους εργαζομένους της κάθε επιχείρησης αλλά και τα χρόνια λειτουργίας της κάθε επιχείρησης, η έρευνα έδειξε:

- Το 50% των επιχειρήσεων απασχολούν από 10 έως 15 εργαζομένους, το 30% των επιχειρήσεων απασχολούν από 16 έως 20 εργαζομένους, το 20% των επιχειρήσεων απασχολούν περισσότερους από 20 εργαζομένους.

- Το 50% των επιχειρήσεων δήλωσαν πως λειτουργούν 30 έως 35 χρόνια, το 20% των επιχειρήσεων δήλωσαν πως λειτουργούν περισσότερα από 35 χρόνια, ενώ το 30 % των επιχειρήσεων δήλωσαν πως λειτουργούν λιγότερα από 30 χρόνια.

Σχετικά τη δραστηριότητα, τη νομική μορφή και των κλάδων της επιχείρησης, η έρευνα υπέδειξε τα παρακάτω:

- Το 25% των επιχειρήσεων έχουν εμπορική δραστηριότητα, το 20% έχουν βιοτεχνική και το 55% έχουν βιομηχανική δραστηριότητα.

- Το 45% των επιχειρήσεων αποτελείται από ατομικές επιχειρήσεις, το 30% αποτελείται από εταιρίες Ο.Ε., το 15% αποτελείται από ανώνυμες εταιρίες, το 5% αποτελείται από Α.Ε.Β.Ε και το υπόλοιπο 5% αποτελείται από Α.Β.Ε.Ε..

- Το 40% των επιχειρήσεων είναι κατασκευαστικές επιχειρήσεις, το 30% ασχολούνται με το χονδρικό και το λιανικό εμπόριο, το 20% ασχολούνται με μεταποιητική βιομηχανία, το 5% ασχολούνται με παροχή ηλεκτρικού ρεύματος και φυσικού αερίου, ενώ το υπόλοιπο 5% ασχολούνται με παροχή υπηρεσιών.

4.3.3 Επιχειρηματικό κλίμα και προσδοκίες

Στο σημείο αυτό η έρευνα θα μας υποδείξει τις προσδοκίες των επιχειρηματιών για τις επιχειρήσεις τους αλλά και τα προβλήματα των επιχειρήσεών τους.

- Το 15% των επιχειρηματιών δήλωσαν πως δεν είναι καθόλου ικανοποιημένοι από την πορεία της επιχείρησής τους.
- Το 70% των επιχειρηματιών δήλωσαν πως μέτρια ικανοποιημένοι από την πορεία της επιχείρησής τους.
- Το 15% των επιχειρηματιών δήλωσαν πως αρκετά ικανοποιημένοι από την πορεία της επιχείρησής τους.

Οι επιχειρηματίες κλήθηκαν να βαθμολογήσουν σε κλίμακα 0-5 ποια θεωρούν τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν.

- Το 40% αυτών απάντησαν πως η έλλειψη ρευστότητας είναι ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα.
- Το 25% θεωρεί πως ένα σημαντικό πρόβλημα είναι ο ανταγωνισμός με τις άλλες επιχειρήσεις.
- Το 20% απάντησε πως η μειωμένη πελατεία αποτελεί ένα από τα δυσκολότερα προβλήματα που καλείται να λύσει.
- Το 15% απάντησε πως θεωρεί τη γραφειοκρατία από τα δυσκολότερα προβλήματα.

Ακόμα, οι επιχειρηματίες, κλήθηκαν να δώσουν την άποψη τους σχετικά με κάποια σημαντικά ζητήματα.

- Το 50% των επιχειρηματιών υποστήριξαν πως είναι δύσκολο να ξεκινήσει κάποιος δική του επιχείρηση λόγω της ελλιπούς οικονομικής στήριξης.
- Το 30% των επιχειρηματιών υποστήριξαν πως είναι δύσκολο να ξεκινήσει κάποιος δική του επιχείρηση λόγω των περίπλοκων διαδικασιών.

- Το 20% των επιχειρηματιών υποστήριξαν πως είναι δύσκολο να συγκεντρωθούν επαρκείς πληροφορίες, σχετικά με το πώς μπορεί να ξεκινήσει μία επιχείρηση.

Το σημείο στο οποίο συμφώνησαν όλες οι επιχειρήσεις είναι πως η οικονομική κρίση αποτελεί έναν αποτρεπτικό παράγοντα, όχι μόνο για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, τη διατήρηση των ήδη υπαρχόντων ή την εφαρμογή καινοτομιών, αλλά και για τη συνοχή και καλή συνεργασία των επιχειρήσεων της βιομηχανικής ζώνης. Ενδεικτικά, παρουσιάζονται οι απαντήσεις μερικών επιχειρηματιών:

Η οικονομική κρίση είναι μία κατάσταση την οποία βιώνουμε πιο έντονα τα τελευταία χρόνια και από ότι φαίνεται έχει άσχημες επιδράσεις όχι μόνο για τις επιχειρήσεις που υπάρχουν ήδη στη βιομηχανική περιοχή αλλά και για αυτές που σκόπευαν να εγκατασταθούν στη βιομηχανική ζώνη. Βέβαια, η εγκατάστασή τους δεν έγινε ποτέ (Άρρεν, 36).

Η έκταση της βιομηχανικής περιοχής έχει μειωθεί δραματικά, αφού μέρα με τη μέρα κλείνουν τμήματα επιχειρήσεων ή και ολόκληρες επιχειρήσεις. Η οικονομική κρίση έχει αρχίσει να επιδρά αρνητικά στη λειτουργία των επιχειρήσεων (Άρρεν, 52).

Στην ερώτηση σχετικά με το ανθρώπινο δυναμικό και την πρόβλεψη για τον κύκλο εργασιών, η έρευνα υποδεικνύει τα εξής:

- Το 60% των ερωτηθέντων απάντησαν πως έχουν μειώσει το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησής τους σε σχέση με πέρυσι, ενώ το 40% απάντησαν πως δεν έχουν προβεί σε αύξηση ή μείωση του ανθρώπινου δυναμικού της εταιρείας τους.

- Οι προβλέψεις των επιχειρηματιών σχετικά με τον αριθμό των εργαζομένων υπέδειξαν πως το 10% αυτών σκέφτονται να αυξήσουν τους εργαζομένους στην επιχείρησή τους, το 80% δε σκέφτονται να κάνουν αλλαγή, ενώ το 10% σκέφτονται να μειώσουν τους εργαζομένους τους.

- Το 10% των επιχειρηματιών, ακόμα, απάντησαν πως σε σχέση με πέρυσι έχει αυξηθεί ο κύκλος εργασιών τους, το 60% πως έχει παραμείνει ίδιος, ενώ το 30% πως έχει μειωθεί.

- Το 70% των ερωτηθέντων απάντησαν πως ο μελλοντικός κύκλος εργασιών τους θα παραμείνει ίδιος, ενώ το 30% απάντησαν πως θα μειωθεί.

4.3.4 Κατάρτιση και τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών

Είναι απαραίτητο για κάθε επιχειρηματία να γνωρίζει πώς να αντιμετωπίζει κάθε νέα πρόκληση με ταχύτητα, προσαρμοζόμενος στις νέες τεχνολογίες. Ερωτήθηκαν, λοιπόν, να απαντήσουν σχετικά.

- Το 70% των επιχειρηματιών δήλωσαν πως δεν έχουν ανάγκη κατάρτισης ενώ το 30% δήλωσαν πως χρειάζονται κατάρτιση στη διοίκηση προσωπικού, στην κοστολόγηση, και στις δημόσιες σχέσεις.

- Ακόμα, δήλωσαν με ομοφωνία πως το προσωπικό τους χρειάζεται κατάρτιση σε θέματα marketing, πωλήσεων, λογιστικής, κοστολόγησης, επικοινωνίας, διαχείρισης ρίσκου και χρόνου, διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων.

- Το 20% των επιχειρηματιών δήλωσαν πως δεν πραγματοποιούν ηλεκτρονικές αγορές ή πωλήσεις, μα προτίθενται να το κάνουν στο προσεχές διάστημα.

4.3.5 Δίκτυα επιχειρήσεων και πληροφορίες

Οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν για τα χρόνια λειτουργίας της επιχείρησής τους εντός και εκτός βιομηχανικής περιοχής. Οι απαντήσεις υπέδειξαν πως το 70% των επιχειρήσεων λειτουργούσαν εκτός βιομηχανικής περιοχής και μεταφέρθηκαν εκεί για να επωφεληθούν από τα οφέλη της λειτουργίας μίας επιχείρησης στη βιομηχανική ζώνη. Το 30% των ερωτηθέντων απάντησαν πως εγκατέστησαν την επιχείρησή τους στη βιομηχανική περιοχή κατά την ίδρυσή της.

Σχετικά με τα οφέλη που απολαμβάνουν οι επιχειρηματίες από τη βιομηχανική περιοχή, απάντησαν πως υπάρχουν πολλά πλεονεκτήματα. Ενδεικτικά, μερικές από τις απαντήσεις ήταν:

Η εγκατάσταση της επιχείρησής στη βιομηχανική ζώνη μας έχει προσφέρει εύκολες αδειοδοτήσεις, και ασφάλεια. Παρατήρησα την επιχείρησή μου να εξελίσσεται και θεωρώ πως η βιομηχανική περιοχή είναι υπεύθυνη για την ανάπτυξη αυτή (Άρρεν, 36).

Ήμουν αρκετά διστακτικός για την μετεγκατάσταση της επιχείρησής εδώ. Δίσταζα και φοβόμουν πως θα μειωθεί η πελατεία μας. Παρόλα αυτά, η πρόσβαση των πελατών σε εμάς είναι εύκολη και έχουμε παρατηρήσει πως έχει αυξηθεί η ζήτηση των προϊόντων μας (Άρρεν, 42).

Η ίδρυση της επιχείρησής στη βιομηχανική περιοχή ήταν το καλύτερο που θα μπορούσα να έχω κάνει. Πήρα εύκολα την άδεια και τα βράδια είναι εξασφαλισμένη η ασφάλεια της επιχείρησής μου. Ακόμα, αγοράζω τις προμήθειες της επιχείρησής μου από επιχειρήσεις που εδρεύουν και αυτές εδώ, οπότε έχω αναπτύξει καλή συνεργασία και με άλλες επιχειρήσεις (Άρρεν, 32).

Αγοράζουμε τις πρώτες ύλες των προϊόντων από επιχειρήσεις με τις οποίες γειτνιάζουμε και επωφελομάστε από τις εκπτώσεις που μας παρέχουν(Θήλυ, 38.)

Καταφέραμε να συνεργαζόμαστε με άλλες επιχειρήσεις της βιομηχανικής ζώνης και να προωθούμε τα προϊόντα μας σε άλλους νομούς της χώρας(Άρρεν, 38).

4.3.6 Συμπεράσματα και προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Η επιχειρηματικότητα αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης, που όμως δεν αντιμετωπίζεται κατάλληλα από τις κυβερνήσεις και τους επιχειρηματίες. Οι οικονομίες, σε τοπικό επίπεδο, βρίσκονται πολλές φορές σε αδιέξοδο και αντιμετωπίζουν δυσκολίες ως προς την επιβίωση των επιχειρήσεων τους. Οι τοπικές επιχειρήσεις θεωρούνται ως ένα ζωντανό σύστημα, το οποίο εάν ενεργοποιηθεί καταλλήλως, θα μπορούσε να δώσει τεράστια ώθηση στην εκάστοτε τοπική οικονομία.

Στη σημερινή οικονομική κατάσταση της παγκόσμιας οικονομίας, μία τοπική οικονομία διαθέτει πολλαπλά όπλα τα οποία μπορεί να χρησιμοποιήσει για να αναπτυχθεί και εξελιχθεί. Σε πολλές τοπικές οικονομίες ο συνασπισμός των τοπικών επιχειρήσεων, συμβάλλει στην αντιμετώπιση των δυσκολιών, των εμποδίων και των προκλήσεων που δημιουργεί η οικονομική κρίση. Μερικές φορές, μάλιστα, ο συνασπισμός αυτός οδηγεί σε συνεχή συνεργασία των επιχειρήσεων και προσφέρει πολλαπλά οφέλη στην περιοχή. Η δικτύωση των επιχειρήσεων λειτουργεί ως πόλος έλξης για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων ή τη μετεγκατάσταση ήδη υπαρχουσών επιχειρήσεων, αποτέλεσμα των οποίων είναι ο πολλαπλασιασμός του οφέλους για ολόκληρη την τοπική οικονομία.

Ανακαλύπτοντας τα δυνατά τους σημεία και κάνοντας σωστή χρήση τους, οι τοπικοί επιχειρηματίες έχουν τη δυνατότητα να μειώσουν τις απώλειές τους λόγω οικονομικής κρίσης και να επικεντρωθούν σε

δυναμικές συνεργασίες με γειτνιάζουσες επιχειρήσεις. Σε μία τόσο αναπτυσσόμενη και ταχύτατα κινούμενη διεθνή αγορά, ο σύγχρονος επιχειρηματίας καλείται να προχωρήσει στην υιοθέτηση σύγχρονων τεχνολογικών μεθόδων και στην ανάπτυξη διοικητικών τεχνικών που θα του επιτρέψουν να θέσει τις βάσεις για τη σωστή και συνεχή ανάπτυξη της επιχείρησής του.

Για να μπορέσει μία τοπική οικονομία να σταθεί αποτελεσματικά σε μία αγορά, θα πρέπει να είναι ενωμένη έναντι του ανταγωνισμού, και όχι διασπασμένη από εσωτερικές διαμάχες. Για να αποφεύγονται οι συγκρούσεις, θα πρέπει να είναι ξεκάθαρος ο στόχος και σαφώς καθορισμένη η διοίκηση και τα καθήκοντα της ομάδας.

Λίστα πινάκων

Πίνακας 1: Περιγραφή των χαρακτηριστικών των συνεντευξιαζόμενων.

A/A συνέντευξης	Φύλο	Ηλικία	Χαρακτηριστικά του επιχειρηματία
Συνέντευξη 1 ^η	Άρρεν	34	Κάτοχος πτυχίου της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, κατέχει τη θέση του διευθυντή στην επιχείρηση, επαγγελματικών καθαρισμών μοκετών (καθαριστήριο).
Συνέντευξη 2 ^η	Άρρεν	36	Κάτοχος πτυχίου τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, κατέχει τη θέση του διευθυντή στη βιομηχανία εξαρτημάτων.
Συνέντευξη 3 ^η	Θήλυ	39	Κάτοχος απολυτηρίου δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, κατέχει τη θέση της υπεύθυνης προσωπικού στην επιχείρηση επεξεργασίας /τυποποίησης κατεψυγμένων προϊόντων.
Συνέντευξη 4 ^η	Άρρεν	46	Κάτοχος πτυχίου τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, κατέχει τη θέση του διευθυντή στην επιχείρηση αυτή πλυντηρίων και στεγνωτηρίων.
Συνέντευξη 5 ^η	Άρρεν	45	Κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος, κατέχει τη θέση του διευθυντή στην επιχείρηση κατασκευής επίπλων κουζίνας.
Συνέντευξη 6 ^η	Άρρεν	32	Κάτοχος απολυτηρίου δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, κατέχει τη θέση του ιδιοκτήτη / διευθυντή στην επιχείρηση μεταλλικών κατασκευών.

Συνέντευξη 7 ^η	Άρρεν	37	Κάτοχος απολυτηρίου δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, κατέχει τη θέση του ιδιοκτήτη / διευθυντή στην επιχείρηση μεταλλικών κατασκευών.
Συνέντευξη 8 ^η	Άρρεν	42	Κάτοχος απολυτηρίου δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, κατέχει τη θέση του ιδιοκτήτη /διευθυντή στην επιχείρηση μεταλλικών κατασκευών.
Συνέντευξη 9 ^η	Άρρεν	51	Κάτοχος απολυτηρίου δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, κατέχει τη θέση του ιδιοκτήτη /διευθυντή στην επιχείρηση κατασκευής επίπλων κουζίνας.
Συνέντευξη 10 ^η	Άρρεν	49	Κάτοχος πτυχίου τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, κατέχει τη θέση του ιδιοκτήτη/διευθυντή στη βιομηχανία ξύλου.
Συνέντευξη 11 ^η	Άρρεν	52	Κάτοχος απολυτηρίου δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, κατέχει τη θέση του ιδιοκτήτη στη βιοτεχνία στρωμάτων.
Συνέντευξη 12 ^η	Άρρεν	48	Κάτοχος απολυτηρίου δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, κατέχει τη θέση του ιδιοκτήτη/διευθυντή στην επιχείρηση πτηνοτροφίας/σφαγείο.
Συνέντευξη 13 ^η	Άρρεν	55	Κάτοχος πτυχίου τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, κατέχει τη θέση του ιδιοκτήτη/διευθυντή στην επιχείρηση εγκατάστασης υγραερίου.
Συνέντευξη 14 ^η	Θήλυ	38	Κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος, κατέχει τη θέση της διευθύντριας στην τεχνική αυτή κατασκευαστική εταιρεία.

Συνέντευξη 15 ^η	Άρρεν	49	Κάτοχος πτυχίου τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, κατέχει τη θέση του ιδιοκτήτη/διευθυντή στην επιχείρηση εγκατάστασης ηλιακών θερμοσίφωνων
Συνέντευξη 16 ^η	Άρρεν	47	Κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος, κατέχει τη θέση του διευθυντή στην επιχείρηση εμπορίας έτοιμου σκυροδέματος.
Συνέντευξη 17 ^η	Άρρεν	38	Κάτοχος πτυχίου τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, κατέχει τη θέση του ιδιοκτήτη/ διευθυντή στην επιχείρηση κατασκευής και εμπορίας αγροτικών μηχανημάτων.
Συνέντευξη 18 ^η	Άρρεν	48	Κάτοχος απολυτηρίου τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, κατέχει τη θέση του ιδιοκτήτη/ διευθυντή στην επιχείρηση κατασκευής κουφωμάτων και επίπλων κουζίνας.
Συνέντευξη 19 ^η	Άρρεν	45	Κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος, κατέχει τη θέση του ιδιοκτήτη/διευθυντή στην επιχείρηση προϊόντων τσιμέντου.
Συνέντευξη 20 ^η	Άρρεν	36	Κάτοχος πτυχίου τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, κατέχει τη θέση του ιδιοκτήτη/ διευθυντή στην επιχείρηση παγοποιίας.

Παράρτημα

Ερωτηματολόγιο

- 1) Δημιουργήσατε την επιχείρησή σας επειδή:
 - a. Βρήκα μια επιχειρηματική ευκαιρία.....
 - b. Έλλειψη καλύτερης επιλογής απασχόλησης.....
 - c. Ήταν οικογενειακή επιχείρηση και μου την κληροδότησε η οικογένειά μου.....
 - d. Ίδρυση μέσω χρηματοδοτικού προγράμματος.....
 - e. Άλλο.....
- 2) Πόσο ικανοποιημένος είστε από την πορεία της επιχείρησής σας;
 - a. Καθόλου.....
 - b. Μέτρια.....
 - c. Αρκετά.....
 - d. Πολύ.....
 - e. ΔΓ/ΔΑ.....
- 3) Πόσους εργαζομένους απασχολεί η επιχείρησή σας;
.....
- 4) Χρόνια λειτουργίας της επιχείρησής σας.....
- 5) Υπήρχε περίοδος λειτουργίας κατά την οποία η επιχείρησή δε βρισκόταν στη ΒΙ.ΠΕ;
 - a. Ναι.....
 - b. Όχι.....
- 6) Χρόνια λειτουργίας στη ΒΙ.ΠΕ
- 7) Ποια είναι τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει η επιχείρησή σας;

Βάλτε το βαθμό σημαντικότητας στην κάθε μία (από 0 έως 5).

0-ΔΓ/ΔΑ, 1-ελάχιστα σημαντικό, 2- μέτριας σημασίας, 3- σημαντικό, 4-αρκετά σημαντικό, 5- πολύ σημαντικό

- a. Στελέχωσης ανθρώπινου δυναμικού.....
- b. Έλλειψη ρευστότητας.....
- c. Ελλείψεις εξοπλισμού.....
- d. Γραφειοκρατία.....
- e. Μειωμένη πελατεία.....
- f. Ανταγωνισμός.....
- g. Προβολή/επικοινωνιακή πολιτική.....

- h. Νομικά/φοροτεχνικά.....
- i. Μικρή αγορά/περιορισμένες
ευκαιρίες.....
- j. Προμηθευτές.....
- k. Έλλειψη γνώσεων.....
- l. Οργάνωσης/διοίκησης.....
- m. Κανένα πρόβλημα.....
- n. Άλλο.....
- o. ΔΓ/ΔΑ.....

8) Τι σας προσφέρει η έδρα της επιχείρησής σας στη ΒΙ.ΠΕ;.....

.....

9) Πιστεύετε πως η λειτουργία της επιχείρησής σας στη ΒΙ.ΠΕ έχει βοηθήσει στην ανάπτυξη της επιχείρησης σας και για ποιους λόγους:

.....

10) Συνεργάζεστε με άλλες επιχειρήσεις της ΒΙ.ΠΕ, γειτονικές της δικής σας ή μη;

Ναι..... Όχι.....

Εάν ναι, με ποιο τρόπο;

.....

11) Δηλώστε την άποψή σας σχετικά με τις παρακάτω προτάσεις:

	Διαφωνώ απόλυτα				Συμφωνώ απόλυτα
	1	2	3	4	5
Είναι δύσκολο να ξεκινήσει κάποιος μία δική του επιχείρηση, λόγω της ελλιπούς οικονομικής στήριξης.					
Είναι δύσκολο να ξεκινήσει κάποιος μία δική του επιχείρηση, λόγω των περίπλοκων διαδικασιών.					
Είναι δύσκολο να συγκεντρωθούν επαρκείς πληροφορίες, σχετικά με το πώς μπορεί να ξεκινήσει μια επιχείρηση.					
Το τρέχον οικονομικό κλίμα δεν είναι ευνοϊκό για τους ανθρώπους που θέλουν να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση.					

12) Σε σχέση με πέρυσι, το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησής έχει:

- a. Αυξηθεί.....
- b. Μειωθεί.....
- c. Παραμένει ίδιο.....
- d. ΔΓ/ΔΑ.....

13) Ποια είναι η πρόβλεψή σας για τον αριθμό των εργαζομένων της επιχείρησής σας τους επόμενους δώδεκα μήνες;

- a. Θα αυξηθεί.....
- b. Θα παραμείνει ίδιος.....
- c. Θα μειωθεί.....
- d. ΔΓ/ΔΑ.....

14) Σε σχέση με πέρυσι, ο κύκλος εργασιών της επιχείρησής σας έχει:

- a. Αυξηθεί.....
- b. Παραμείνει ίδιος.....
- c. Μειωθεί.....
- d. ΔΓ/ΔΑ.....

15) Ποια είναι η πρόβλεψή σας σχετικά με τον ετήσιο κύκλο εργασιών της επιχείρησής σας τους επόμενους δώδεκα μήνες;

- a. Θα αυξηθεί.....
- b. Θα παραμείνει ίδιος.....
- c. Θα μειωθεί.....
- d. ΔΓ/ΔΑ.....

16) Απαντήστε τον παρακάτω πίνακα.

A)

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Ανταλλάσσετε πληροφορίες με τις άλλες επιχειρήσεις της ΒΠΠΕ:		
Για την αγορά των προϊόντων σας		
Για να υιοθετήσετε νέες μεθόδους οργάνωσης		
Για την εξέλιξη των κλάδων στη διεθνή και εγχώρια αγορά		
Για να αξιοποιήσετε τη νέα τεχνολογία		
Για να αξιοποιήσετε νέα σχήματα συνεργασιών		
Για να αξιοποιήσετε κοινά δίκτυα διανομής		
Για να αξιοποιήσετε κοινά δίκτυα αγοράς πρώτων υλών		
Για να συμμετέχετε συλλογικά σε εκθέσεις		

B)

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Ανταλλάσσετε πληροφορίες με άλλες επιχειρήσεις εκτός της ΒΠΠΕ:		
Για την αγορά των προϊόντων σας		
Για να υιοθετήσετε νέες μεθόδους οργάνωσης		
Για την εξέλιξη των κλάδων στη διεθνή και εγχώρια αγορά		
Για να αξιοποιήσετε τη νέα τεχνολογία		
Για να αξιοποιήσετε νέα σχήματα συνεργασιών		
Για να αξιοποιήσετε κοινά δίκτυα διανομής		
Για να αξιοποιήσετε κοινά δίκτυα αγοράς πρώτων υλών		
Για να συμμετέχετε συλλογικά σε εκθέσεις		

17) Ως εργοδότες έχετε ανάγκη κατάρτισης;

- a. Ναι.....
- b. Όχι.....

Εάν ναι, σε ποια αντικείμενα:

- i. Μάρκετινγκ.....
- ii. Πωλήσεις.....
- iii. Διοίκηση προσωπικού.....
- iv. Λογιστική
- v. Κοστολόγηση
- vi. Τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών
.....
- vii. Διαχείριση ρίσκου
- viii. Διαχείριση χρόνου
- ix. Διαφήμιση
- x. Δημόσιες σχέσεις
- xi. Άλλο
.....
.....
- xii. ΔΓ/ΔΑ

18) Το προσωπικό σας έχει ανάγκη κατάρτισης;

- a. Ναι.....
- b. Όχι.....

Εάν ναι, σε ποια αντικείμενα:

- i. Μάρκετινγκ.....
- ii. Πωλήσεις.....
- iii. Διοίκηση προσωπικού.....
- iv. Λογιστική
- v. Κοστολόγηση
- vi. Επικοινωνία
- vii. Διαχείριση ρίσκου
- viii. Διαχείριση χρόνου
- ix. Διαφήμιση
- x. Δημόσιες σχέσεις
- xi. Άλλο
- xii. ΔΓ/ΔΑ

- 19)** Εσείς ή κάποιος από το προσωπικό σας αγοράζετε ή πουλάτε προϊόντα ή υπηρεσίες από το διαδίκτυο; Ναι..... Όχι.....
- a. Εάν όχι, προτίθεστε να επεκτείνετε την επιχειρηματική σας δραστηριότητα στο διαδίκτυο τους επόμενους δώδεκα μήνες;
 - i. Σίγουρα όχι.....
 - ii. Ίσως.....
 - iii. Υπάρχει μεγάλη πιθανότητα.....
 - iv. Σίγουρα ναι.....
 - v. ΔΓ/ΔΑ.....
- 20)** Φύλο επιχειρηματία
- a. Άνδρας.....
 - b. Γυναίκα.....
- 21)** Οικογενειακή κατάσταση
- a. Άγαμος/η.....
 - b. Έγγαμος/η.....
 - c. Άλλο.....
- 22)** Εκπαιδευτικό επίπεδο
- a. Απόφοιτος δημοτικού.....
 - b. Απόφοιτος γυμνασίου/λυκείου
 - c. Απόφοιτος ΙΕΚ.....
 - d. Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ
 - e. Μεταπτυχιακό / Διδακτορικό
 - f. Άλλο
- 23)** Δραστηριότητα επιχείρησης:
- a. Εμπορική
 - b. Επαγγελματική
 - c. Βιοτεχνική
 - d. Βιομηχανική
 - e. Τουριστική
 - f. Άλλη
- 24)** Νομική μορφή επιχείρησης
- a. Ατομική.....
 - b. Ομόρρυθμη.....
 - c. Ετερόρρυθμη.....
 - d. Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.).....
 - e. Ανώνυμη (Α.Ε.).....
 - f. Συνεταιρισμός.....
 - g. Λοιπές.....

25) Κλάδος επιχείρησης

- a. Γεωργία, κτηνοτροφία, θήρα και δασοκομία.....
- b. Αλιεία.....
- c. Ορυχεία και λατομεία.....
- d. Μεταποιητικές βιομηχανίες.....
- e. Παροχή ηλεκτρ. Ρεύματος, φυσικού αερίου.....
- f. Κατασκευές.....
- g. Χονδρικό και λιανικό εμπόριο.....
- h. Ξενοδοχεία και εστιατόρια.....
- i. Μεταφορές, αποθήκευση & επικοινωνίες.....
- j. Ενδιάμεσοι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί.....
- k. Διαχείριση ακίνητης περιουσίας.....
- l. Δημόσια διοίκηση και άμυνα.....

Στοιχεία επιχείρησης:

Επωνυμία επιχείρησης :

.....

Όνοματεπώνυμο :

.....

Ηλικία

Διεύθυνση :

E- mail:

Τηλέφωνο :

Σας ευχαριστώ για τη συνεργασία σας.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

Βασιλειάδης Α., «Επιχειρηματικότητα – Αρχικές προσεγγίσεις», Ινστιτούτο Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας, 2008.

Βουδούρη Ε., «Η πρόκληση του επιχειρείν», Εκδόσεις Ι. Σίδερης, Αθήνα, 2005.

Γεωργαντά Ζ., «Επιχειρηματικότητα & καινοτομίες», Εκδόσεις Ανίκουλα, Θεσσαλονίκη, 2003.

Δημητριάδη Ζ., «Μεθοδολογία επιχειρηματικής έρευνας», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 2000.

Ιωαννίδης Σ., «Επιχείρηση και επιχειρηματικότητα», Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα, 2000.

Κριεμάδης Θ., «Επιχειρηματικότητα & μικρομεσαίες επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών», Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα, 2011.

Λαμπρόπουλος Π., «Επιχειρηματικότητα», Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα, 2008.

Λιούκας Σ., «Θέματα επιχειρηματικότητας», Α.Σ.Ο.Ε., Αθήνα, 2006.

Μήτουλα Ρ., «Βιώσιμη περιφερειακή ανάπτυξη στην Ευρωπαϊκή Ένωση & Ανασυγκρότηση του ελληνικού αστικού περιβάλλοντος», Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης, Αθήνα, 2006.

Μουρδουκούτας Π., «Η επιχειρηματικότητα στη νέα οικονομία», Εκδόσεις Ι. Σίδερης, Αθήνα, 2001.

Πετράκος Γ., Ψυχάρης Γ., «Περιφερειακή ανάπτυξη στην Ελλάδα», Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα, 2004.

Ξενόγλωσση

Daskalopoulou I. & Petrou A., «Social Capital an innovation in the services sector», European Journal of Innovation Management, vol.16, No.1, pp. 50-69, 2013.

Daskalopoulou I. & Petrou A., «Social Capital and Small Business Competitiveness: Evidence from Cross-Section Tourism Data», Journal of the Knowledge Economy, vol.4, No. 2, 2013.

McCann P., «Αστική και Περιφερειακή Οικονομική», Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα, 2002.

Porter M., «Clusters and the new economics of Competition», Harvard Business review, 1998.

Venkataraman S. & Shane S., «The promise of entrepreneurship as a field of research», The Academy of Management Review, Vol.25, No.1, pp. 217 2000.

Διαδικτυακές πηγές

Illingworth P., «The Duty to Promote Social Capital», The Philosophy of public health, Ashgate publishing, pp. 39-40, 2009.

Τακτικός Β., «Κοινωνικό κεφάλαιο. Μια διαδικασία εκ των κάτω», Ερύμανθος, Αστική μη κερδοσκοπική εταιρία, (2015). Διαθέσιμο στο :

http://erymanthos.eu/index.php?option=com_content&view=article&id=282:-1-r&catid=55:koinonia-politon&Itemid=61

http://www.icbs.gr/innet/UsersFiles/students/tutor_notes/postgraduate/DMS/VLACHOS/1a.%20Entrepreneurship.pdf