

Επαναπροσδιορίζοντας το "επιχειρείν"

Ευγενία Ν. Πετρίδου

Κοσμήτορας Σχολής Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών

Καθηγήτρια Τμήματος Οικονομικών Επιστημών , Α.Π.Θ.

Ορίζοντας την επιχειρηματικότητα

Η επιχειρηματικότητα είναι ένα πολύπτυχο φαινόμενο το οποίο μελετάται τόσο από επιστήμονες διάφορων γνωστικών περιοχών , όσο και από εμπειρικούς της αγοράς και της δράσης , που οι τελευταίοι μάλιστα προσδίδουν και την προστιθέμενη αξία στο όλο ζήτημα. Από όποια σκοπιά κι αν προσεγγίσουμε το θέμα , όλοι συμφωνούμε ότι η ανάπτυξη βιώσιμης επιχειρηματικότητας αποτελεί μοχλό ανάπτυξης της οικονομίας και παράγοντα πολιτικής οικονομικής σταθερότητας και οικονομικού δυναμισμού.

Το ότι η επιχειρηματικότητα είναι ένα πολυσχιδές φαινόμενο το επιβεβαιώνει και η ποικιλία των ορισμών που έχουν διατυπωθεί για την επιχειρηματικότητα , ανάλογα με την διαφοροποίηση των σκοπών, των στόχων, των κύριων ερωτημάτων και των διαφορετικών μονάδων ανάλυσης που χρησιμοποιούνται από τους διάφορους θεωρητικούς. Σύμφωνα με τον ορισμό της Επιτροπής Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων επιχειρηματικότητα είναι η σκέψη και η διαδικασία της δημιουργίας και ανάπτυξης οικονομικής δραστηριότητας που βασίζεται στο συνδυασμό της ανάληψης κινδύνου, δημιουργικότητας και καινοτομίας με τη διαχείριση μέσα σε ένα νέο ή υπάρχοντα οικονομικό οργανισμό". Με αυτήν την έννοια, η οικονομική ανάπτυξη μέσω της επιχειρηματικότητας αποτελεί ευθύνη όλων όσων παίρνουν αποφάσεις για τον αποτελεσματικό συνδυασμό των παραγωγικών συντελεστών *«επιχειρώντας είτε προς ίδιον συμφέρον, είτε προς άλλων»*.

Βασικό συστατικό της επιχειρηματικότητας είναι η *καινοτομία* η οποία αναφέρεται στη διαδικασία μετασχηματισμού μιας ιδέας σε εμπορεύσιμο προϊόν ή υπηρεσία ή σε μια νέα ή βελτιωμένη μέθοδο διοίκησης, ή σε μια νέα μέθοδο οργάνωσης της εργασίας ή σε μια νέα τεχνική επιχειρησιακής λειτουργίας. Η αξιοποίηση των καινοτόμων ιδεών στις επιχειρηματικές δραστηριότητες, από μεμονωμένα άτομα ή εταιρίες, αναλαμβάνοντας το ρίσκο για να δημιουργήσουν κάτι νέο, με σκοπό να εκμεταλλευτούν τα πλεονεκτήματα του τολμήματος αυτού, οριοθετεί την έννοια της επιχειρηματικότητας. Ο Schumpeter το 1934 διατύπωσε την άποψη ότι η επιχειρηματικότητα στηρίζεται στην καινοτομία και η διαδικασία επίτευξης νέων συνδυασμών ή σχηματισμών ονομάζεται «επιχείρηση» και τα άτομα που φέρουν σε πέρας αυτήν τη διαδικασία ονομάζονται «επιχειρηματίες». Οι επιχειρηματίες κατά τον Schumpeter

δεν είναι απαραίτητο να συνδέονται μόνιμα με μια ατομική επιχείρηση, αλλά ως επιχειρηματίες νοούνται ακόμη και τα διορισμένα στελέχη, όπως οι μάνατζερ και τα ανώτατα στελέχη διοίκησης που διοικούν μια επιχείρηση ή πιο γενικά αυτοί που εφαρμόζουν στην πράξη την επιχειρηματική λειτουργία .

Η *δημιουργικότητα* είναι επίσης μια σημαντική παράμετρος της υγιούς επιχειρηματικότητάς και αναφέρεται στην παραγωγή ενός προϊόντος ή υπηρεσίας ή ιδέας που είναι καινοφανής (πρωτότυπη ή απροσδόκητη) και κατάλληλη. Ο Peter Drucker (1990) ορίζει ως επιχειρηματία «αυτόν που δημιουργεί κάτι το καινούριο, κάτι το διαφορετικό, αυτός που αλλάζει ή μεταβάλλει αξίες».

Ο σημαντικός ρόλος της επιχειρηματικότητας ενώ είχε επισημανθεί στις θεωρίες των κλασικών και νεοκλασικών οικονομολόγων (R. Cantillon, A. Smith, J.B. Say, J.S. Mill, D. Ricardo, L. Warlas, A. Marshall, κ.ά), μολαταύτα αγνοήθηκε στην πράξη για αρκετά χρόνια, ιδιαίτερα στην περίοδο μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, όπου δόθηκε μεγάλη σημασία στις μεγάλες επιχειρήσεις και οργανισμούς του ιδιωτικού και δημοσίου τομέα, ως αποτέλεσμα των πολιτικών του κρατικού παρεμβατισμού και του Κευνσιανισμού. Ήδη από το 1911 ο Schumpeter είχε μιλήσει για τη σημασία του ρόλου του επιχειρηματία στην ανανέωση, στην ανατροπή των συνθηκών παραγωγής, στην αναζήτηση νέων τρόπων παραγωγής, νέας τεχνολογίας στην παραγωγή νέων προϊόντων. Όμως, μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1970, όσες μικρές επιχειρήσεις ιδρύονταν από φιλόδοξους επιχειρηματίες θεωρούνταν ότι ασκούσαν ουδέτερη επίδραση στα οικονομικά μεγέθη. Η καθοριστική σημασία της επιχειρηματικότητας αναγνωρίζεται μετά την δεκαετία του 1980, κατά τη διάρκεια της οποίας η κρίση της σοσιαλδημοκρατίας στην Ευρώπη, με την ταυτόχρονη αύξηση του θατσερισμού και του Ρηγκανισμού στις Ηνωμένες Πολιτείες, ευνόησαν την ανάπτυξη των δυνάμεων της αγοράς. (Χατζηκωνσταντίνου & Γωνιάδης, 2009).

Σήμερα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις καταλαμβάνουν ένα σημαντικό ποιοτικό και ποσοτικό τμήμα της Ευρωπαϊκής οικονομίας, αποτελώντας πηγή δημιουργικότητας και καινοτομίας και συμβάλλοντας στην βελτίωση των δεικτών απασχόλησης και ανάπτυξης. Σε σχέση με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις, βεβαίως, παρουσιάζουν υστερήσεις όσον αφορά στις οικονομίες κλίμακας, αλλά η αναγνώριση της ουσιαστικής συμβολής των μικρομεσαίων στην βιώσιμη ανάπτυξη, επέβαλε την θεσμοθέτηση πολιτικής και πρωτοβουλιών εκ μέρους της Ευρωπαϊκής Επιτροπής που προωθούν την επιχειρηματικότητα και προάγουν την ανταγωνιστικότητα αυτών των μικρού μεγέθους επιχειρήσεων.

Η Ελληνική πραγματικότητα.

Ενώ η επιχειρηματικότητα έχει γίνει το αγαπημένο σύνθημα της παγκόσμιας οικονομίας τις τελευταίες δύο δεκαετίες, εντούτοις στη χώρα μας ακόμα προσπαθούμε να την απενεχοποιήσουμε και να την απομυθοποιήσουμε. Η στρέβλωση της έννοιας της

επιχειρηματικότητας και του επιχειρηματικού πνεύματος των Ελλήνων ,δυστυχώς , επιτείνει ακόμη περισσότερο την κατάσταση.

Στην παρούσα συγκυρία, εν μέσω της οικονομικής ύφεσης, η ανάπτυξη καινοτόμων μικρομεσαίων επιχειρήσεων προβάλλουν ως βασικές εναλλακτικές λύσεις στην αντιμετώπιση των οικονομικών και κοινωνικών προβλημάτων που ανακύπτουν. Ειδικότερα, η δημιουργία βιώσιμων επikerδών και κλιμακωτών επιχειρήσεων οι οποίες θα μπορούσαν να δημιουργήσουν δίκτυα καινοτομίας (innovation networks) και συστάδες γνώσης (knowledge clusters) , θα βοηθούσαν στην ανάπτυξη βιώσιμης επιχειρηματικότητας (sustainable entrepreneurship), και θα συνέβαλαν σε μια εύρωστη και υγιή ανταγωνιστικότητα της χώρας (Καραγιάννης-Μπακούρος, 2010).

Όμως, η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα από την μεταπολίτευση μέχρι τις αρχές του 21^{ου} αιώνα δεν είχε θετική αποδοχή από τους Έλληνες και οι περισσότεροι θεωρούσαν την επιχειρηματικότητα ως μια δράση που αναπτύσσουν οι ήδη υφιστάμενες και κυρίως οι μεγάλες επιχειρήσεις. Η Ελλάδα έχει χαρακτηριστεί από τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ) ως η πλέον εχθρική προς την επιχειρηματικότητα χώρα , ενώ σύμφωνα με πρόσφατη έκθεσή της (2013) *οι απαιτούμενοι ρυθμοί ανάπτυξης της οικονομίας μας δεν φαίνεται να είναι δυνατόν να υποστηριχθούν από ανάλογες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες.* Η ελληνική επιχειρηματικότητα χαρακτηρίζεται κύρια από την δημιουργία πολύ μικρού μεγέθους επιχειρήσεων (έως 4 θέσεις εργασίας) οι οποίες καταλαμβάνουν το 96% του συνόλου των επιχειρήσεων, ενώ η επιβίωση και η ανάπτυξη τους συχνά βρίσκει τροχοπέδη σε εσωτερικές αλλά και εξωτερικές δυσλειτουργίες της αγοράς. Βασικά προβλήματα ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα εξακολουθούν να αποτελούν: το ρυθμιστικό πλαίσιο, ιδιαίτερα αναφορικά με τις διαδικασίες ίδρυσης και αδειοδότησης νέων επιχειρήσεων, η διοικητική γραφειοκρατία που καθορίζει τις σχέσεις με τον δημόσιο τομέα, το ασταθές φορολογικό σύστημα, οι δυσκολίες πρόσβασης στον δανεισμό και οι χρηματοοικονομικές επιβαρύνσεις, το αρνητικό επιχειρηματικό κλίμα.

Στην πιο πρόσφατα δημοσιευμένη έκθεση του Ινστιτούτου Οικονομικής και Βιομηχανικής Έρευνας (IOBE) επισημαίνεται ότι στην Ελλάδα ακόμη και πριν την οικονομική κρίση, ο δείκτης εκτίμησης επιχειρηματικών ευκαιριών και ο δείκτης φόβου της αποτυχίας των εν δυνάμει επιχειρηματιών δεν βρίσκονται σε ικανοποιητικά επίπεδα. Αν και τα νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα παρουσιάζουν τα τελευταία χρόνια της οικονομικής κρίσης, υψηλό βαθμό καινοτομότητας, έχουν χαμηλή ανταγωνιστικότητα, εξωστρέφεια και εξαγωγικό προσανατολισμό. Ακόμη, καταγράφεται μια πτώση στο επίπεδο της τεχνολογίας που χρησιμοποιούν οι νέες επιχειρήσεις, ωστόσο μεταξύ των υπόλοιπων χωρών του ΟΟΣΑ η θέση της Ελλάδος είναι αρκετά ικανοποιητική.

Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα συγκυρίας για τις μικρομεσαίες Ελληνικές επιχειρήσεις της Εθνικής Τράπεζας (2013), ο εκτοπισμός των μικρομεσαίων επιχειρήσεων από τις μεγάλες θα

συνεχιστεί και το 2014, μεγαλώνοντας ακόμη περισσότερο το χάσμα μεταξύ τους, αφού η αρνητική οικονομική συγκυρία των τελευταίων χρόνων έχει οδηγήσει στην πτώση του κύκλου εργασιών της μέσης μικρομεσαίας κατά περίπου 50%.

Παρόλα αυτά, η εικόνα σήμερα φαίνεται να είναι πιο ενθαρρυντική, όσον αφορά στις *ποιοτικές προϋποθέσεις* που χαρακτηρίζουν την επιχειρηματικότητα, ιδιαίτερα αυτές που αναφέρονται στον ανθρώπινο παράγοντα και στη δυναμική του. Στο πεδίο αυτό θα αναπτυχθούν και οι προτάσεις μας για έναν *επαναπροσδιορισμό του «επιχειρείν» για την Ελληνική πραγματικότητα*.

Επαναπροσδιορίζοντας το "επιχειρείν"

Με δεδομένο ότι οι προσπάθειες για την επανεκκίνηση της Ελληνικής οικονομίας στηρίζονται στη ανάπτυξη καινοτόμων μικρομεσαίων επιχειρήσεων, η αναστροφή του αρνητικού κλίματος και η άρση των όποιων λειτουργικών εμποδίων αποτελούν προϋπόθεση για ανάλογους σχεδιασμούς. Στη δική μας πρόταση, δεν θα αναφερθούμε στην άρση των εμποδίων, που έχουν πολλάκις και επαρκώς επισημανθεί από διάφορους επιχειρηματικούς φορείς, και αναφέρονται στα διοικητικά εμπόδια που καθηλώνουν την απελευθέρωση των υγιών επιχειρηματικών δυνάμεων, η σε εμπόδια που ορθώνονται από χρηματοδοτικούς φορείς και θεσμούς, αλλά θα προτείνουμε τρόπους που αφορούν στα *ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας* δηλ. στον παράγοντα *«καινοτομία και δημιουργικότητα»*, στον παράγοντα *«επιχειρηματίας»*, στον παράγοντα *«στρατηγικός προσανατολισμός»*.

Η καινοτομία αναδεικνύεται ως καθοριστικής σημασίας παράγοντας για την επιβίωση και ανταγωνιστικότητα κάθε επιχείρησης επειδή όταν αξιοποιηθεί ανάλογα προσφέρει ευκαιρίες ανάπτυξης θετικών οικονομικών αποτελεσμάτων. Έχει καταγραφεί, ότι οι περισσότερες Ελληνικές επιχειρήσεις που έχουν αναπτύξει επιχειρηματικές δραστηριότητες στο εξωτερικό έχουν χρησιμοποιήσει τις τεχνολογικές ή τις διοικητικές τους καινοτομίες ως το συγκριτικό τους πλεονέκτημα για να κατακτήσουν ανάλογο μερίδιο αγοράς. Παραδείγματα τέτοιων επιχειρήσεων συναντάμε κύρια σε κλάδους υψηλής τεχνολογίας και παραγωγής λογισμικού ή παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου.

Επειδή η καινοτομία θεωρείται ως η επιτυχημένη αξιοποίηση της νέας γνώσης, η παραγωγή της γνώσης, η έρευνα και η ταχύτατη διάχυση της παραγόμενης πληροφορίας αποτελούν προκλήσεις για τη σύγχρονη επιχείρηση. Σ' αυτήν την πρόκληση η μικρομεσαία ελληνική επιχείρηση δύσκολα μπορεί να ανταποκριθεί. Όχι μόνο επειδή στερείται οικονομικών πόρων και θεσμικής υποστήριξης, αλλά επειδή το μοντέλο του επιχειρείν στην Ελλάδα δεν αναπτύχθηκε σε ανάλογα πρότυπα. Οι επιχειρήσεις που καινοτόμησαν στηρίχθηκαν κύρια στην εφευρετικότητα του ιδιοκτήτη της ή σε δημιουργικές ιδέες, αλλά δεν είναι πολλές οι περιπτώσεις που συστηματικά σχεδίασαν, παρήγαγαν και αξιοποίησαν τις ιδέες τους σε καινοτόμα προϊόντα. Εδώ χρειάζεται να εστιάσουμε την προσοχή μας για να προκαλέσουμε

την ανάπτυξη βιώσιμων και ανταγωνιστικών επιχειρήσεων. *Στην επένδυση στην συστηματική έρευνα για την παραγωγή καινοτομίας.* Και αυτό δεν είναι προνόμιο των μεγάλων, οικονομικά εύρωστων επιχειρήσεων, αλλά των επιχειρήσεων «έντασης γνώσης» (learning organizations) όπου το «διανοητικό κεφάλαιο» αποτελεί τον σπουδαιότερο παραγωγικό πόρο. Στην Ελλάδα, έχουμε αυτές τις προϋποθέσεις για να στηρίξουμε την παραγωγή γνώσης και καινοτομίας. Έχουμε το εξαιρετικά υψηλών προδιαγραφών ανθρώπινο δυναμικό, το επιστημονικό δυναμικό με αξιοζήλευτες σπουδές και δεξιότητες, τις νέες γενιές εν-δυνάμει επιχειρηματιών, οι οποίοι θα μπορούσαν να αναπτύξουν αμιγή επιχειρηματικότητα ιδρύοντας δικές τους επιχειρήσεις, ή να αναπτύξουν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες ακόμα και στο πλαίσιο της εξηρημένης εργασίας (ενδοεπιχειρηματικότητα). Όμως χρειάζονται υποστήριξη, ενθάρρυνση, αισιόδοξες προοπτικές και κύρια αξιοκρατικές διαδικασίες και πολιτικές. Η χρηματοδότηση επιχειρήσεων έντασης γνώσης που επενδύουν στην καινοτομία και στην δημιουργικότητα, χρειάζεται να διευκολυνθεί από τους χρηματοδοτικούς φορείς και να υποστηριχθεί από την πολιτεία. Ιδέες και προτάσεις για επιχειρησιακά σχέδια έχουμε καθημερινά πολλά, τα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα της χώρας και άλλοι φορείς διοργανώνουν επιχειρηματικούς διαγωνισμούς και βραβεύουν νέους και νέες επιστήμονες που όμως δεν εξασφαλίζεται η χρηματοδότησή τους για εφαρμογή της ιδέας στην πράξη. Λείπει η διασύνδεση, οι συνέργειες μεταξύ αυτών που παράγουν τη γνώση, την έρευνα και αυτών που θα εφαρμόσουν τα αποτελέσματά τους. Μέσω αυτής της διασύνδεσης θα καλύψουν τις ανάλογες ανάγκες τους οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις που δεν έχουν τις οικονομικές δυνατότητες να υποστηρίξουν την έρευνα και την παραγωγή καινοτομίας.

Προβάλλει συνεπώς ως προτεραιότητα, η *χάραξη Εθνικής Στρατηγικής για την καινοτομία και την αξιοποίηση των αποτελεσμάτων της έρευνας.* Η υποστήριξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων με υποδομές και τεχνογνωσία θα πρέπει να προέρχεται από έναν συστηματικό σχεδιασμό, που προσδιορίζει τις *στρατηγικές προτεραιότητες* για τους τομείς που η χώρα έχει τις δυνατότητες να αναπτύξει καινοτομίες ως ανταγωνιστικά της πλεονεκτήματα, που προβλέπει *δράσεις κινητοποίησης των παραγωγικών και ερευνητικών φορέων* και καλλιεργεί *εμπιστοσύνη και θετικό κλίμα* για την ανάπτυξη συνεργασιών. Για το πιο δύσκολο κομμάτι της χρηματοδότησης της έρευνας, η αξιοποίηση των κοινοτικών πόρων προσφέρουν ακόμη ευκαιρίες. Για το άμεσο χρονικό διάστημα υπάρχουν οι πόροι από το Ευρωπαϊκό πρόγραμμα HORIZON 2020, που κατεξοχήν θα διατεθούν στην έρευνα και καινοτομία και στις συνέργειες που θα αναπτυχθούν μεταξύ Πανεπιστημίων και παραγωγικών μονάδων.

Ένα άλλο ποιοτικό χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας αφορά στο *προφίλ του σύγχρονου επιχειρηματία.*

Οι Έλληνες είχαν ανέκαθεν ανεπτυγμένο το στοιχείο του επιχειρείν, τη διάθεση να «δουλέψουν την δική τους επιχείρηση», να είναι ανεξάρτητοι, αφεντικά. Σε παγκόσμια έρευνα

του 2013 (Amway Global Entrepreneurship Report 2013) ένας στους δύο Έλληνες (53%) φαντάζεται τον εαυτό του ως επιχειρηματία, όμως ο φόβος της αποτυχίας αποτελεί εμπόδιο για την έναρξη μιας επιχείρησης. Και μάλιστα σήμερα, εν μέσω οικονομικής ύφεσης, ο φόβος αυτός είναι αιτιολογημένος.

Όμως, εν μέσω οικονομικής ύφεσης παρουσιάζονται και πολλές *επιχειρηματικές ευκαιρίες*, οι οποίες χρειάζεται καταρχάς να διακριθούν από τις *ευκαιρίες για κέρδη*. Οι επιχειρηματικές ευκαιρίες απαιτούν την *ανακάλυψη* σχέσεων, μέσων και στόχων, ενώ οι ευκαιρίες για κέρδη απαιτούν τον *βέλτιστο συνδυασμό* των σχέσεων, μέσων και στόχων. Η προσδοκία κάθε επιχειρηματία είναι σίγουρα η ευκαιρία για κέρδη, αλλά αυτή σίγουρα θα πρέπει να περνά μέσα από μια επιχειρηματική ευκαιρία. Ο Peter Drucker (1985) διέκρινε τρία είδη επιχειρηματικών ευκαιριών. Η πρώτη σχετίζεται με τη δημιουργία νέας γνώσης και καινοτομίας, η δεύτερη αφορά στην εκμετάλλευση των ανεπαρκειών της αγοράς, οι οποίες συνήθως προκύπτουν από την ασυμμετρία της πληροφόρησης μεταξύ διαφορετικών περιόδων και γεωγραφικών περιοχών και η τρίτη κατηγορία αναφέρεται στις ευκαιρίες που αναδύονται εξαιτίας εναλλακτικών χρήσεων των πόρων, μετά από πολιτικές ή νομοθετικές ή δημογραφικές αλλαγές.

Στην περίπτωση του Έλληνα επιχειρηματία, η μέχρι τώρα συμπεριφορά του προσανατολιζόταν στην εκμετάλλευση της ευκαιρίας για κέρδη και μάλιστα με έναν στρεβλό τρόπο. Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες στην «Ελλάδα του φραπέ», η «κρατικοδίαιτη επιχειρηματικότητα», η «προστατευμένη επιχειρηματικότητα», η «εσωστρεφής επιχειρηματικότητα» δεν συνάδουν με την έννοια της *υγειούς επιχειρηματικότητας* που δράττει επιχειρηματικές ευκαιρίες, αλλά με την *ρηχή επιχειρηματικότητα* που εκμεταλλεύεται ευκαιρίες για κέρδη. Αυτή η στρέβλωση του επιχειρηματικού πνεύματος χρειάζεται στην σύγχρονη Ελλάδα να ανασυνταχθεί. Η προβολή ενός *πρότυπου προφίλ επιχειρηματία* ο οποίος θα στηρίζει την επιχειρηματική του αποτελεσματικότητα, στην δημιουργικότητα, στην παραγωγή καινοτομίας στηριζόμενη στην γνώση και στην έρευνα, στην εξωστρέφεια, στη δικτύωση, στον απεγκλωβισμό του από παλιότερες νοοτροπίες και αγκυλώσεις, στην χρήση ευέλικτων και σύγχρονων χρηματοδοτικών εργαλείων, χρειάζεται να διαδοθεί.

Έχει καταγραφεί, ότι οι Έλληνες επιχειρηματίες διαθέτουν, συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, υψηλό επίπεδο μόρφωσης και τυπικών προσόντων, μάλιστα ένας μικρός αριθμός start-ups οι οποίες ωριμάζουν και επεκτείνονται στο εξωτερικό, έχουν επαινεθεί από την επίτροπο για την ψηφιακή ατζέντα Νίλι Κρόες, στις αρχές του 2014. Η εφευρετικότητα και ο δυναμισμός που διακρίνει τους Έλληνες επιχειρηματίες, το «ταλέντο» και το «ταπεραμέντο» τους είναι επιπλέον δυνατά τους σημεία, ωστόσο, δεν είναι από μόνα τους αρκετά για την επιτυχία. Χρειάζεται και η «τεχνική» (Bolton & Thompson 2013) και η κατάλληλη κουλτούρα για να αναπτύξει κανείς αποτελεσματική επιχειρηματική συμπεριφορά. Ο επιχειρηματίας τις περισσότερες φορές δεν γεννιέται...εκπαιδεύεται. Εκπαιδεύεται σε

σχολεία, σε επιχειρήσεις, σε επιτυχημένες και αποτυχημένες προσπάθειες. Καλλιεργείται η κουλτούρα της επιχειρηματικότητας, διαμορφώνονται στάσεις και αξίες που οδηγούν σε υγιή επιχειρηματική συμπεριφορά. Προς αυτήν την κατεύθυνση, τα εκπαιδευτικά προγράμματα της τριτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης στην Ελλάδα, έχουν ήδη προσαρμοσθεί.

Οι θεωρητικοί αλλά και οι επαγγελματίες, στον διεθνή χώρο, έχουν συμφωνήσει στα χαρακτηριστικά που προσδιορίζουν την προσωπικότητα των επιτυχημένων επιχειρηματιών: η διάθεση ανάληψης ευθύνης, η διάθεση ανάληψης μέτριου βαθμού κίνδυνου, η εμπιστοσύνη στις ικανότητες τους, η επιθυμία για άμεση ανάδραση, τα υψηλά επίπεδα ενέργειας και δυναμισμού, ο μακρόπνοος προσανατολισμός, οι δεξιότητες διοίκησης, η ανάγκη για επιτεύγματα. Οι Έλληνες επιχειρηματίες, έχουν πολλά από αυτά τα χαρακτηριστικά σε μεγάλο βαθμό, χρειάζεται όμως να συνειδητοποιηθούν ότι οι δεξιότητες και το αξιολογικό περιβάλλον είναι αυτά που θα οδηγήσουν στην επιτυχία.

Αξίζει ακόμη να σημειωθεί ότι το πρότυπο προφίλ που περιεγράφηκε αφορά και τους επαγγελματίες μάντζερ, η συμπεριφορά των οποίων απαιτείται πλέον να είναι επιχειρηματική, διότι αυτοί αναλαμβάνουν ρόλους επιχειρηματικούς, ιδιαίτερα όταν οι ιδιοκτήτες είναι πολλοί ή περιορισμένης δυναμικής.

Στον τρίτο ποιοτικό παράγοντα της επιχειρηματικότητας, *«στρατηγικός προσανατολισμός»*, η κατάσταση δυστυχώς δεν είναι ενθαρρυντική.

Η έννοια της στρατηγικής για τον μικρομεσαίο Έλληνα επιχειρηματία είναι συνυφασμένη με την ανάπτυξη στρατηγικής συντήρησης-επιβίωσης, τουλάχιστον για την τρέχουσα οικονομική συγκυρία. Όμως, γι αυτές τις περιόδους κρίσης και ύφεσης προτείνονται στρατηγικές επιβίωσης αλλά και ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητάς τους, όπως και στρατηγικές ανάπτυξης. Οι επιχειρήσεις αναπτύσσοντας στρατηγικές ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητάς τους, θα μπορούσαν να επιλέξουν είτε την «στρατηγική ηγεσίας κόστους», είτε την «στρατηγική διαφοροποίησης» όταν επιτυγχάνουν να μετατρέψουν την καινοτομία τους σε ανταγωνιστικό προϊόν, υπηρεσία, διοικητική διαδικασία. Σε ανάλογη έρευνα, στην περιοχή της Αττικής, ένας πολύ μικρός αριθμός μικρομεσαίων επιχειρηματιών, αντιμετωπίζει τον ανταγωνισμό με στρατηγική ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητάς τους, ενώ οι περισσότεροι λειτουργούν περιστασιακά ή φαίνεται να μην τους ενδιαφέρει (Καραγιάννης, 2010). Όσο δε για στρατηγικές ανάπτυξης, φαίνεται ότι οι στρατηγικές συμμαχίες μεταξύ των μικρομεσαίων που θα μπορούσαν να τους βοηθήσουν, δεν ευδοκιμούν και τις πρωτοβουλίες αναλαμβάνουν οι μεγάλες επιχειρήσεις, ακολουθώντας πολιτικές εξαγορών και συγχωνεύσεων. Οι *στρατηγικές συμμαχίες μεταξύ μικρομεσαίων, σε συγκεκριμένες επιχειρησιακές λειτουργίες*, είναι η πρόταση μας. Έτσι θα αντιμετωπίσουν τα χρηματοοικονομικά τους προβλήματα και θα ξεπεράσουν τις παρασιτικές εξαρτήσεις τους από τον κρατικό προστατευτισμό και τους ασφυκτικούς εναγκαλισμούς με τον τραπεζικό δανεισμό. Ακόμη, η *δικτύωση*, η ανάπτυξη

συνεργασιών με επιχειρήσεις του εξωτερικού, είναι προοπτικές που θα πρέπει να απασχολήσουν τους νέους τουλάχιστον επιχειρηματίες. Οι τρομερές δυνατότητες που προσφέρει η τεχνολογία της πληροφορικής, η εξοικείωση των νέων μας με το διεθνές περιβάλλον, η διεθνοποίηση των αγορών, είναι ευκαιρίες που οι δραστήριοι επιχειρηματίες δεν θα πρέπει να προσπεράσουν. Οι *κοινωνικές συνεταιριστικές επιχειρήσεις*, είναι μια ακόμη ευαίσθητη προοπτική, μια νέα μορφή επιχειρηματικής δραστηριότητας, που θα εξυπηρετούσε και την κοινωνική οικονομία και τους συμμετέχοντες επιχειρηματίες. Προϋποθέτει όμως συνεργατική, κοινωνική επιχειρηματική κουλτούρα.

Ένα ακόμη μεγάλο ζήτημα που αφορά και τον στρατηγικό προσανατολισμό της Ελληνικής οικονομίας είναι η ανάπτυξη της δευτερογενούς παραγωγής, και των εξαγωγών των Ελληνικών επιχειρήσεων. Η μετατόπιση των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών των Ελλήνων από την μεταπώληση προϊόντων ή υπηρεσιών στον παραγωγικό τομέα δεν έχει ακόμη επιτευχθεί. Έτσι ερμηνεύεται και το περιορισμένο μέγεθος των εξαγωγικών επιχειρήσεων. Απεναντίας, το 90% των επιχειρήσεων που δημιουργήθηκαν στην περίοδο της κρίσης δραστηριοποιούνται στους μη παραγωγικούς κλάδους, με πρώτες τις επιχειρήσεις εστίασης και διασκέδασης. Δύσκολα θα εντοπίσουμε στρατηγικό προσανατολισμό των επιχειρηματικών αυτών εγχειρημάτων, εκτός εάν θεωρήσουμε ότι συμβάλλουν στην εξωστρέφεια της Ελληνικής οικονομίας, προσφέροντας υπηρεσίες αναψυχής στους τουρίστες.

Συμπερασματικά

Οι προτεινόμενες παρεμβάσεις στο επιχειρηματικό τοπίο της χώρας μας, αφορούν στον επαναπροσδιορισμό βασικών αντιλήψεων και πρακτικών που δυστυχώς ευθύνονται σε μεγάλο βαθμό για την αρνητική συγκυρία που βιώνουμε. *Η απελευθέρωση του δυναμισμού των υγιών δημιουργικών δυνάμεων της χώρας μέσα από την επιχειρηματικότητα, σε ένα αξιοκρατικό επιχειρηματικό περιβάλλον* είναι το ζητούμενο.

Οι ποιοτικές προϋποθέσεις για τον Έλληνα επιχειρηματία που θα σκέφτεται στρατηγικά με όραμα για τη θέση του στην παγκόσμια αγορά, θα επενδύει στην έρευνα και στην καινοτομία αναγνωρίζοντας και τον κοινωνικό του ρόλο, υπάρχουν. Ελπίζουμε ότι η νέα γενιά των Ελλήνων επιχειρηματιών θα ανοίξουν νέους ορίζοντες αισιοδοξίας και ανάτασης στους πολύπλοκους καιρούς του αιώνα μας. Σ' αυτούς αφιερώνω τη ρήση του Thomas Edison: «*Αν υπάρχει κάποιος τρόπος να κάνεις κάτι καλύτερα....βρες τον*».

Βιβλιογραφία

Amway Global Entrepreneurship Report 2013, www.amwayentrepreneurshipreport.com/home

Drucker, P. (1993), *Innovation and Entrepreneurship*, Harper Business.

OECD (2012) *Entrepreneurship at a Glance 2011*

IOBE – GEM (2013), *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011-12. Η εξέλιξη των δεικτών της επιχειρηματικότητας στη διάρκεια της κρίσης*. Ετήσια Έκθεση.

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

Schumpeter, J.A. (2008) *Capitalism, Socialism, and Democracy*, 3d edition, HarperCollins Publishers.

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