

**ΤΕΙ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:**

**ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΑΝΤΙΔΟΤΑ ΣΤΗΝ ΚΡΙΣΗ**

**ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: ΞΑΝΘΑΚΗ ΓΑΡΥΦΑΛΙΑ, ΑΜ: 2008033**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΓΕΩΡΓΟΥΝΤΖΟΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ**

**Καλαμάτα, 2014**

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Θεωρώ υποχρέωσή μου να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή κ. Γεωργούντζο για την πολύτιμη καθοδήγησή του. Επιπλέον, θέλω να ευχαριστήσω θερμά την οικογένεια μου που μου συμπαράσταθηκε σε όλα τα χρόνια της φοίτησης μου στο Τ.Ε.Ι Πελοποννήσου.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η ελληνική οικονομία πλήττεται από παρατεταμένη ύφεση, επηρεάζοντας αρνητικά τους καταναλωτές και συνεπώς και τις επιχειρήσεις. Πολλές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν πρόβλημα ρευστότητας ή ακόμα και πρόβλημα επιβίωσης. Πολλές τράπεζες έχουν μειώσει σημαντικά την παροχή χρηματοδότησης, ενώ η υπέρμετρη φορολογία δυσκολεύει ακόμα περισσότερο την κατάσταση. Οι καταναλωτές μειώνουν συνεχώς τις καταναλωτικές τους δαπάνες ή στρέφονται σε προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, προκειμένου να μειώσουν τα έξοδά τους.

Σύμφωνα με τα διαθέσιμα δεδομένα της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής σχεδόν όλοι οι επιλεγμένοι οικονομικοί δείκτες κατά την χρονική περίοδο 2010 – 2013 έχουν αρνητικό πρόσημο, καθώς ακολουθούν μεγάλη πτωτική πορεία. Οι δείκτες αυτοί είναι ο Δείκτης του Κύκλου Εργασιών στη Βιομηχανία στην Εσωτερική Αγορά, ο Δείκτης των Νέων Παραγγελιών στη Βιομηχανία στην Εσωτερική Αγορά, ο Δείκτης της Παραγωγής στις Κατασκευές, ο Δείκτης του Κύκλου Εργασιών στο Χονδρικό Εμπόριο και ο Δείκτης του Κύκλου Εργασιών στο Λιανικό Εμπόριο (εκτός των καυσίμων και των λιπαντικών των αυτοκινήτων).

Η παρούσα μελέτη διερευνά τους διάφορους τρόπους με τους οποίους οι επιχειρήσεις μπορούν να αντιδράσουν στην οικονομική ύφεση. Προκύπτει ότι η οικονομική κρίση προκαλεί, μεν, πολλές και σοβαρές αρνητικές συνέπειες, ωστόσο επιφέρει και ευκαιρίες επένδυσης. Οι επιχειρήσεις εν μέσω κρίσης πρέπει να διαχειριστούν με αποτελεσματικό τρόπο το πρόβλημα της ρευστότητας που αντιμετωπίζουν είτε με την περικοπή των λειτουργικών τους εξόδων είτε με την πραγματοποίηση νέων επενδύσεων, είτε με την ανάπτυξη και την παραγωγή καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών.

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ .....	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	3
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ .....	4
ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ .....	6
ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ .....	7
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 .....	10
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	10
1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	10
1.2 ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ .....	12
1.3 Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΗΣ.....	14
1.4 ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ .....	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 .....	35
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ .....	35
2.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ.....	35
2.2 ΤΑ ΑΙΤΑ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ.....	36
2.3 ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΑ .....	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 .....	56
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΕΠΙΒΙΩΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ..	56

3.1 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΝ ΜΕΣΩ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ.....	56
3.1.1. Στρατηγικές αναστροφής.....	57
3.1.1.1 Στρατηγική της ανόρθωσης.....	57
3.1.1.2 Στρατηγική της αιχμάλωτης επιχείρησης.....	58
3.1.1.3 Στρατηγική της από-επένδυσης.....	58
3.1.1.4 Στρατηγική της ρευστοποίησης.....	58
3.1.1.5 Στρατηγική της διαφοροποίησης.....	59
3.1.2 Χρηματοοικονομική διαχείριση.....	59
3.1.3 Στρατηγική της αποτελεσματικής της οργάνωσης & του εκσυγχρονισμού.....	65
3.2 Η ΑΝΤΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ.....	67
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	72
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	74

## ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1 Βασικά μεγέθη ελληνικών μικρών, μεσαίων & μεγάλων επιχειρήσεων σε σύγκριση με το μέσο όρο της Ε.Ε.-27 για το 2013 .....	16
Πίνακας 2 Συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανά χώρα για το 2012 (ως ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18 - 64 ετών).....	22
Πίνακας 3 Μέσο ετήσιο ποσοστό ανεργίας κατά νομό (Α΄ Τρίμηνο 2007 – Δ΄ Τρίμηνο 2013).....	39
Πίνακας 4 Δείκτες Οικονομικής Δραστηριότητας για την περίοδο 2010 – 2013 (ποσοστιαία μεταβολή).....	53

## ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1 Εξέλιξη της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας ως ποσοστό % της επιχειρηματικότητας των αρχικών σταδίων (περίοδος 2005 - 2012).....	17
Γράφημα 2 Εξέλιξη της επιχειρηματικότητας ανάγκης ως ποσοστό % της επιχειρηματικότητας των αρχικών σταδίων (περίοδος 2005 - 2012).....	18
Γράφημα 3 Εξέλιξη της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως ποσοστό % του πληθυσμού (2007 - 2013) .....	19
Γράφημα 4 Εξέλιξη της συνολικής επιχειρηματικότητας (περίοδος 2007 - 2012) .....	20
Γράφημα 5 Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά Περιφέρεια (2012) .....	23
Γράφημα 6 Διαχρονική εξέλιξη νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα στον πρωτογενή τομέα ως ποσοστό της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων (2005 – 2012) .....	24
Γράφημα 7 Διαχρονική εξέλιξη νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα στις υπηρεσίες προς επιχειρήσεις & καταναλωτές ως ποσοστό της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων (2005 – 2012).....	25
Γράφημα 8 Κατανομή επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά ηλικιακές ομάδες (περίοδος 2011 - 2012) .....	26
Γράφημα 9 Διαχρονική εξέλιξη ποσοστιαίας κατανομής επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά φύλο.....	28
Γράφημα 10 Διαχρονική εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά πληθυσμιακό φύλο.....	29
Γράφημα 11 Κλαδική διάρθρωση της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων (2012).....	30
Γράφημα 12 Διαχρονική εξέλιξη ποσοστιαίας κατανομής γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στον πρωτογενή και τον δευτερογενή τομέα (2006 – 2012).....	31
Γράφημα 13 Διαχρονική εξέλιξη ποσοστιαίας κατανομής γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στον τριτογενή τομέα (2006 – 2012) .....	32
Γράφημα 14 Εκπαιδευτικό επίπεδο επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά φύλο (2012).....	33

Γράφημα 15 Μέσο ετήσιο ποσοστό ανεργίας για το σύνολο της χώρας (Α΄ Τρίμηνο 2007 – Δ΄ Τρίμηνο 2013).....	41
Γράφημα 16 Ποσοστιαία μεταβολή του όγκου του ΑΕΠ (περίοδος 2007 – 2013).....	42
Γράφημα 17 Εξέλιξη του Γενικού Δείκτη Τιμών Καταναλωτή ανά έτος (χρονική περίοδος 2007 – 2013).....	43
Γράφημα 18 Εξέλιξη του Ισοζυγίου Γενικής Κυβέρνησης ως ποσοστό επί του ΑΕΠ (χρονική περίοδος 2008 – 2013).....	44
Γράφημα 19 Εξέλιξη της πορείας του χρέους της Γενικής Κυβέρνησης ως ποσοστό του ΑΕΠ (χρονική περίοδος 2007 – 2013).....	45
Γράφημα 20 Ποσοστό πληθυσμού που βρίσκεται υπό τον κίνδυνο φτώχειας (περίοδος 2007 – 2012).....	46
Γράφημα 21 Εξέλιξη των δαπανών και των εσόδων της Γενικής Κυβέρνησης σε εκατομμύρια ευρώ (περίοδος 2008 – 2012).....	48
Γράφημα 22 Αποδοχές εργασίας μισθωτών και αυτοαπασχολούμενων σε εκατομμύρια ευρώ (περίοδος 2007 – 2012).....	49
Γράφημα 23 Εξέλιξη της ιδιωτικής και της δημόσιας κατανάλωσης στην Ελλάδα (χρονική περίοδος 2001 – 2011).....	50
Γράφημα 24 Ετήσια μεταβολή των εισαγωγών και των εξαγωγών αγαθών & υπηρεσιών (περίοδος 2001 – 2013).....	51
Γράφημα 25 Εξέλιξη των καθαρών εξαγωγών (περίοδος 2001 – 2011).....	52
Γράφημα 26 Ποσοστιαία μεταβολή του Δείκτη Κύκλου Εργασιών στη Βιομηχανία, του Δείκτη Νέων Παραγγελιών στη Βιομηχανία, του Δείκτη Βιομηχανικής Παραγωγής και το υ Δείκτη Παραγωγής στις Κατασκευές (2010 – 2013).....	54
Γράφημα 27 Ποσοστιαία μεταβολή του Δείκτη Κύκλου Εργασιών στο Χονδρικό & το Λιανικό Εμπόριο & στον Τομέα Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος & Εστίασης (2010 – 2013).....	55
Γράφημα 28 Κατανομή των επιχειρήσεων ως προς τον πιθανό ή πολύ πιθανό τρόπο αντίδρασής τους στην οικονομική κρίση (2009).....	68
Γράφημα 29 Ποσοστό χρηματοδότησης επιχειρήσεων ανά κλάδο (2011).....	69
Γράφημα 30 Εξέλιξη της εγχώριας χρηματοδότησης του εγχώριου ιδιωτικού τομέα για την περίοδο Δεκέμβριος 2007 - Δεκέμβριος 2012 (ετήσια ποσοστιαία μεταβολή).....	70



## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η επιχειρηματικότητα είναι η ικανότητα ενός ατόμου να διαβλέπει την δυνατότητα αποκόμισης κέρδους σε κάποιο τμήμα της αγοράς. Στην επιχειρηματικότητα περιλαμβάνεται η καινοτομία, ή και η δημιουργική μίμηση ενός καινοτόμου παραγωγικού εγχειρήματος. Ωστόσο, δεν αποκλείεται και το ρίσκο (Γκαγκάτσιος, 2008). Υπάρχουν διάφορες μορφές επιχειρηματικότητας. Μια σημαντική μορφή επιχειρηματικότητας είναι η γυναικεία επιχειρηματικότητα, καθώς συνεισφέρει σε μεγάλο βαθμό στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν μιας χώρας.

Η επιχειρηματικότητα πλήττεται ιδιαίτερος κατά την διάρκεια της οικονομικής ύφεσης. Ωστόσο, την ίδια στιγμή η επιχειρηματικότητα δύναται να αποτελέσει το εφαλτήριο για την ανάπτυξη της οικονομίας, καθώς δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας και το ΑΕΠ αυξάνεται.

Η παρούσα εργασία μελετάει τα διάφορα επιχειρηματικά αντίδοτα κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης. Αποτελείται από 3 κεφάλαια. Στον πρώτο κεφάλαιο διερευνάται η επιχειρηματικότητα μέσα από τους ορισμούς και τα είδη της. Στη συνέχεια μελετάται η ελληνική επιχειρηματικότητα, τα οφέλη της στην ανάπτυξη της οικονομίας, καθώς και η γυναικεία επιχειρηματικότητα. Στο δεύτερο κεφάλαιο πραγματοποιείται μία θεωρητική προσέγγιση της οικονομικής, των αιτιών της και των επιπτώσεων που επιφέρει. Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζονται οι στρατηγικές επιβίωσης των επιχειρήσεων εν μέσω κρίσης, καθώς και η αντίδραση των αντίστοιχων ελληνικών.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

### 1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Υπάρχουν διάφοροι ορισμοί που αφορούν στην έννοια της επιχειρηματικότητας. Σύμφωνα με έναν γενικό ορισμό, η επιχειρηματικότητα ορίζεται ως ο κατάλληλος συνδυασμός των συντελεστών παραγωγής, με σκοπό την παραγωγή αγαθών και την παροχή υπηρεσιών στον τελικό καταναλωτή. Στην επιχειρηματικότητα περιλαμβάνεται η καινοτομία, ή και η δημιουργική μίμηση ενός καινοτόμου παραγωγικού εγχειρήματος. Η επιχειρηματικότητα είναι η ικανότητα ενός ατόμου (του επιχειρηματία) να διαβλέπει τη δυνατότητα αποκόμισης κέρδους σε κάποιο τμήμα της αγοράς. Ωστόσο, η επιχειρηματικότητα ενέχει ρίσκο (Γκαγκάτσιος, 2008).

Η επιχειρηματικότητα θεωρείται ένας πολύ σημαντικός παράγοντας για την ανάπτυξη μιας οικονομίας, καθώς συνεπάγεται απασχόληση του εργατικού δυναμικού και παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών. Για να αναλάβει κάποιος το ρίσκο να ασχοληθεί με την επιχειρηματικότητα απαιτείται η ύπαρξη ορισμένων κινήτρων. Τα κίνητρα αυτά μπορεί να είναι θετικά, δηλαδή να ελκύουν το άτομο να αναλάβει μία επιχειρηματική ενέργεια, αλλά και αρνητικά, δηλαδή να αποτρέπουν ή και να εμποδίζουν το άτομο να στραφεί σε άλλες επιλογές εργασίας, με αποτέλεσμα να επιλέξει να πραγματοποιήσει μία επιχειρηματική πρωτοβουλία. Ορισμένα από τα πιο βασικά θετικά κίνητρα είναι τα εξής (Κώτσιος, 2012):

- η επιδίωξη του κέρδους
- η επιδίωξη ανεξαρτησίας και της αυτό-αποσχόλησης
- η επιδίωξη του κοινωνικού κύρους και της καταξίωσης
- η επιθυμία του ατόμου για παροχή προσφοράς στο κοινωνικό σύνολο μέσα από την παραγωγή χρήσιμων αγαθών ή και προσφοράς απασχόλησης στους ανέργους

- η ανάγκη για δημιουργικότητα, καθώς και η επιθυμία για δημιουργία θέσεων απασχόλησης
- η δυνατότητα αναγνώρισης ενδεχόμενων επιχειρηματικών ευκαιριών
- η διάθεση της απαραίτητες τεχνολογία και τεχνογνωσίας
- η ύπαρξη προϋποθέσεων χαμηλού κόστους
- η διάθεση των απαραίτητων δικτύων συνεργασίας.

Ορισμένα από τα πιο γνωστά αρνητικά κίνητρα, που ωθούν το άτομο να στραφεί προς την επιχειρηματικότητα είναι:

- η απόλυσή του από τη θέση εργασίας που κατείχε
- η μακροχρόνια ανεργία που αντιμετωπίζει
- η αναγκαστική μετανάστευση
- οι μη κατάλληλες συνθήκες που επικρατούν στο χώρο εργασίας του
- οι ενδεχόμενες προστριβές με τους συναδέλφους ή και τον προϊστάμενό του

Κατά την έναρξη μιας νέας επιχείρησης, ο επιχειρηματίας ενδεχομένως να βρεθεί αντιμετώπος με διάφορα εμπόδια, ορισμένα από τα οποία είναι

- οι αυξημένες απαιτήσεις του νέου επιχειρησιακού εγχειρήματος για πόρους σε ανθρώπινο δυναμικό και οικονομικά κεφάλαια
- τυχόν νομικά κωλύματα και γραφειοκρατικές διαδικασίες
- φορολογικά αντικίνητρα και αυξημένες ασφαλιστικές επιβαρύνσεις
- αυξημένος ανταγωνισμός του κλάδου και εμπόδια εισόδου από τις ανταγωνίστριες επιχειρήσεις
- ελλιπής τεχνολογία, τεχνογνωσία και κατάλληλης υποδομής

Αρκετές νέες επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους να αντιμετωπίσουν τα παραπάνω εμπόδια αποτυγχάνουν λόγω (Κώτσιος, 2012):

- της ελλιπής διαχειριστικής ικανότητας των στελεχών τους
- της ελλιπής εμπειρίας των στελεχών της Διοίκησης της επιχείρησης
- της μικρής δυνατότητας που έχουν για άντληση οικονομικών κεφαλαίων
- του μικρού μεριδίου αγοράς που διαθέτουν αρχικά, καθώς οι καταναλωτές δεν εμπιστεύονται αμέσως τις νέες επιχειρήσεις
- της μη σωστής επιλογής της τοποθεσίας όπου εδρεύουν ή όπου πωλούν τα προϊόντα τους
- της μη αποτελεσματικής συνεργασίας της Διοίκησης με το εργατικό δυναμικό, ή και μεταξύ των εργαζομένων
- της μη κατάλληλης και μη αποτελεσματικής οργάνωσης της επιχείρησης
- του ιδιαίτερα αυξημένου ανταγωνισμού από τις επιχειρήσεις του κλάδου.

## 1.2 ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Υπάρχουν διάφορα είδη επιχειρηματικότητας, όπως για παράδειγμα (Κώτσιος, 2012):

- η δημιουργία μιας νέας επιχείρησης, η οποία μπορεί να διακριθεί σε:
  - επιχειρηματικότητα ευκαιρίας, η οποία αποτελεί ένα επιχειρηματικό εγχείρημα από ορισμένα άτομα με απώτερο σκοπό την αξιοποίηση μιας υπάρχουσας ευκαιρίας
  - επιχειρηματικότητα ανάγκης, η οποία αποτελεί ένα επιχειρηματικό εγχείρημα για βιοποριστικούς λόγους των ατόμων που προβαίνουν στην δραστηριότητα αυτή

- η ενδο-επιχειρηματικότητα που αναπτύσσεται από άτομα τα οποία εργάζονται ήδη σε μια υπάρχουσα επιχείρηση.

Επιπρόσθετα, η επιχειρηματικότητα δύναται να διακριθεί σε αμιγή και μικτή. Πιο συγκεκριμένα, αμιγής είναι η επιχειρηματικότητα η οποία εφαρμόζεται από τον ίδιο τον επιχειρηματία, χωρίς να έχει στην διάθεσή του τα απαραίτητα μέσα παραγωγής, όπως για παράδειγμα είναι τα διάφορα μηχανήματα, και τον κατάλληλο εξοπλισμό. Στην ουσία, όμως, η αμιγής επιχειρηματικότητα δεν υφίσταται στην οικονομία, καθώς ο επιχειρηματίας έχει συχνά την υποχρέωση να προβαίνει ο ίδιος στην πραγματοποίηση διαφόρων δραστηριοτήτων τις οποίες θα μπορούσαν να αναλάβουν οι υπάλληλοί του, χωρίς, ωστόσο, να περιορισθεί η αποτελεσματικότητά της. Με άλλα λόγια, ο ρόλος που διαδραματίζει ο επιχειρηματίας στην ουσία ολοκληρώνεται μέσα από την μικτή επιχειρηματικότητα (Γκαγκάτσιος, 2008).

Στην μικτή επιχειρηματικότητα, ο επιχειρηματίας υλοποιεί δραστηριότητες τις οποίες έχουν την δυνατότητα και την ικανότητα να πραγματοποιήσουν άλλα άτομα ή φορείς ή τα στελέχη της επιχείρησής του. Υπάρχουν δύο βασικές μορφές της μικτής επιχειρηματικότητας οι οποίες είναι οι ακόλουθες (Γκαγκάτσιος, 2008):

- η μικτή επιχειρηματικότητα των εργαζομένων η οποία εφαρμόζεται όταν ο επιχειρηματίας προβαίνει στην ίδρυση μιας επιχείρησης και υλοποιούνται ορισμένες δραστηριότητες τις οποίες θα μπορούσαν να αναλάβουν κάποια στελέχη της επιχείρησης. Πλέον, το είδος αυτό της επιχειρηματικότητας εφαρμόζεται σε πολύ μικρό βαθμό από τις επιχειρήσεις, σε σύγκριση με το παρελθόν, καθώς δεν είναι δυνατόν ο επιχειρηματίας να γνωρίζει όλα τα ζητήματα της επιχείρησής του, για το λόγο ότι ο έντονος ανταγωνισμός που κυριαρχεί σε όλους τους τομείς έχει ωθήσει όλες τις επιχειρήσεις σε πολύ μεγάλη εξειδίκευση. Επιπρόσθετα, είναι περισσότερο σημαντικό ο επιχειρηματίας να αξιοποιεί το χρόνο του, προκειμένου να συλλάβει μία νέα ιδέα επιχειρηματικότητας η οποία θα αποφέρει σημαντικά κέρδη, παρά να «σπαταλήσει» το χρόνο του για να αποκτήσει περαιτέρω γνώσεις τις οποίες θα

αξιοποιήσει αποκλειστικά για την επίλυση ζητημάτων τα οποία θα μπορούσαν να τα επιλύσουν κάποια άλλα αρμόδια στελέχη της επιχείρησης.

- η μικτή επιχειρηματικότητα των κεφαλαιούχων, όπου ο επιχειρηματίας αξιοποιεί την ιδέα που έχει για νέα επιχειρηματική δραστηριότητα μέσα από την παροχή οικονομικών πόρων, προκειμένου να ιδρύσει την επιχείρησή του, για να βελτιώσει οικονομικά την ήδη ιδρυθείσα. Πλέον υπάρχουν αρκετά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και πολλοί επενδυτές οι οποίοι επιδιώκουν το κέρδος που θα προκύψει μέσα από την επένδυση σε μια επιχειρηματική ιδέα και ο επιχειρηματίας συνήθως στρέφεται σε αυτούς, προκειμένου να λάβει τα αναγκαία οικονομικά κεφάλαια. Ωστόσο, πολλές φορές καταγράφονται σημαντικές διαφορές ανάμεσα στις προτιμήσεις των επενδυτών που θα καταβάλλουν τα οικονομικά κεφάλαια και των επιχειρηματιών που συλλαμβάνουν την ιδέα.

### **1.3 Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΗΣ**

Η επιχειρηματικότητα συνεισφέρει σημαντικά στην ανάπτυξη της οικονομίας και συνεπώς της κοινωνίας. Αρχικά, η επιχειρηματικότητα οδηγεί στην αύξηση των θέσεων απασχόλησης, ικανοποιώντας την ανάγκη των ανθρώπων για επιβίωση. Ωστόσο, με την επιχειρηματικότητα ικανοποιούνται οι ανάγκες του ατόμου για αυτοπραγμάτωση και οικονομική ανεξαρτησία, απόκτηση κύρους και επιπλέον χρημάτων. Με την επιχειρηματικότητα η οικονομία αναπτύσσεται καθώς μία ιδέα υλοποιείται και προσφέρει θέσεις εργασίας και νέα προϊόντα ή υπηρεσίες, οδηγώντας και άλλους επιχειρηματίες να εφαρμόσουν ή και να αναπτύξουν περαιτέρω αυτή την επιχειρηματική ιδέα. Παράλληλα, η επιχειρηματικότητα ενισχύει τον ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων, ωθώντας τα στελέχη της στην πραγματοποίηση καινοτόμων ιδεών, οι οποίες συνεισφέρουν περαιτέρω στην οικονομία και την κοινωνία.

Επιπρόσθετα, η επιχειρηματικότητα αφορά κυρίως στην ίδρυση μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, οι οποίες αφορούν ένα ιδιαίτερο μεγάλο ποσοστό επί του ΑΕΠ μιας

οικονομίας. Αξίζει να σημειωθεί ότι σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η μεσαία επιχείρηση απασχολεί λιγότερους από 250 εργαζομένους, με κύκλο εργασιών έως 50 εκατομμύρια ευρώ. Η μικρή επιχείρηση έχει προσωπικό μικρότερο από 50 υπαλλήλους και κύκλο εργασιών το πολύ έως 10 εκατομμύρια ευρώ (Ανάκτηση από: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index\\_el.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_el.htm))

Σύμφωνα με το Ενημερωτικό Δελτίο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για το οικονομικό έτος 2013, οι μικρές και οι πολύ μικρές επιχειρήσεις (ήτοι οι επιχειρήσεις που απασχολούν έως και 49 υπαλλήλους) αποτελούν τον βασικό κορμό της ελληνικής οικονομίας. Επίσης, το σύνολο των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα ανέρχεται σε 727.883 επιχειρήσεις, δηλαδή αγγίζει το 99,90% του συνόλου των επιχειρήσεων, ενώ ο αντίστοιχος μέσος όρος στην Ε.Ε.-27 αφορά στο 99,80%.

Παράλληλα, στη συνολική προστιθέμενη αξία, παρατηρούμε ότι οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα συνεισφέρουν στο 70,20% της συνολικής παραγωγής, ενώ ο αντίστοιχος μέσος όρος για τις χώρες της Ε.Ε.-27 ανέρχεται στο 58,10%. Συνολικά η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα συνεισφέρει περίπου 66 δις ευρώ το χρόνο, ενώ οι μικρές και οι μεσαίες επιχειρήσεις συνεισφέρουν στην συνολική προστιθέμενη αξία περί τα 47δις ευρώ (Πίνακας 1).

Επίσης, αναφορικά με τα οφέλη που αποφέρουν οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις στην απασχόληση παρατηρούμε ότι για το έτος 2012 στην Ελλάδα απορροφούν το 85,20% του συνόλου του εργατικού δυναμικού, ενώ στην Ε.Ε.-27 απορροφούν το 67,40% των εργαζομένων.

Πίνακας 1 Βασικά μεγέθη ελληνικών μικρών, μεσαίων & μεγάλων επιχειρήσεων σε σύγκριση με το μέσο όρο της Ε.Ε.-27 για το 2013

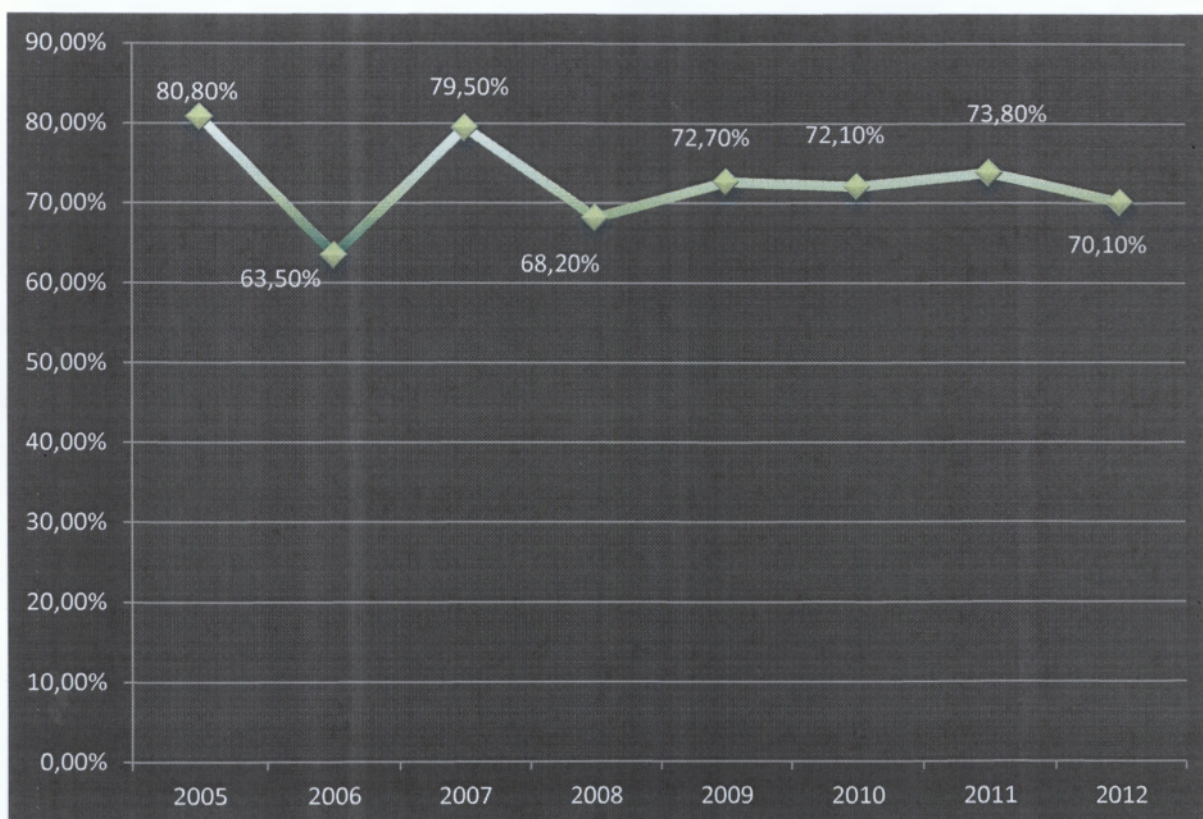
Μέγεθος	Επιχειρήσεις			Απασχόληση			Προστιθέμενη αξία		
	Ελλάδα		ΕΕ (27)	Ελλάδα		ΕΕ(27)	Ελλάδα		ΕΕ (27)
	Αριθμός	Ποσοστό	Ποσοστό	Αριθμός	Ποσοστό	Ποσοστό	Δις ευρώ	Ποσοστό	Ποσοστό
Πολύ μικρές επιχειρήσεις (έως 9 υπαλλήλους)	703.648	96,60%	92,20%	1.338.671	57,10%	29,60%	23	34,20%	21,20%
Μικρές επιχειρήσεις (από 10 έως 49 υπαλλήλους)	21.586	3,00%	6,50%	404.290	17,20%	20,60%	14	21,20%	18,50%
Μεσαίες επιχειρήσεις (από 50 έως 250 υπαλλήλους)	2.649	0,40%	1,10%	255.492	10,90%	17,20%	10	14,80%	18,40%
Σύνολο μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων	727.883	99,90%	99,80%	1.998.453	85,20%	67,40%	47	70,20%	58,10%
Μεγάλες επιχειρήσεις (πάνω από 250 υπαλλήλους)	399	0,10%	0,20%	346.200	14,00%	32,60%	20	29,80%	41,90%
Σύνολο των επιχειρήσεων	728.282	100,00%	100,00%	2.344.653	100,00%	100,00%	66	100,00%	100,00%

Πηγή: Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών, 2014



Σύμφωνα με Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών, η συνολική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα απασχολεί περί τα 2.344.653 άτομα, ενώ το ποσοστό εγκατάλειψης της επιχειρηματικής δραστηριότητας αγγίζει περί το 3%. Το γεγονός αυτό οφείλεται κυρίως στην οικονομική κρίση που πλήττει την οικονομία της Ελλάδας από το 2008 έως και σήμερα.

Στο Γράφημα που ακολουθεί απεικονίζονται τα δεδομένα που αφορούν στην εξέλιξη της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας, ως ποσοστό επί της επιχειρηματικότητας των αρχικών σταδίων, κατά την διάρκεια της περιόδου 2005 – 2012 στην Ελλάδα, σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας και του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών.

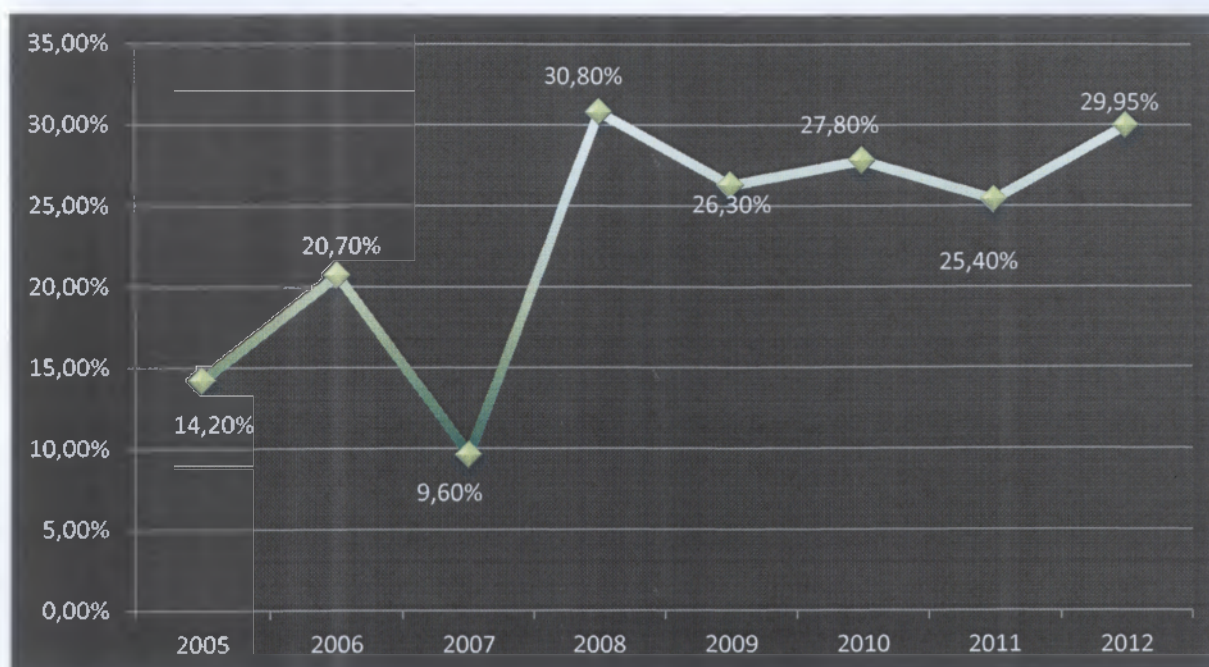


Πηγή: Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας & Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών 2014

**Γράφημα 1** Εξέλιξη της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας ως ποσοστό % της επιχειρηματικότητα των αρχικών σταδίων (περίοδος 2005 - 2012)

Σύμφωνα με τα δεδομένα του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας και του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας σημειώνει μεγάλα ποσοστά επί της επιχειρηματικότητας των αρχικών σταδίων. Το 2005 η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας ανήλθε στο 80,80% επί της επιχειρηματικότητας των αρχικών σταδίων, το 2006 μειώθηκε στο 63,50% ενώ το 2007 αυξήθηκε στο 79,50%. Το 2008 κατέγραψε και πάλι μείωση, ενώ το 2009 αυξήθηκε στο 72,10%. Στο τέλος του 2012, άγγιξε το 70,10% σημειώνοντας μικρή μείωση από 73,80% που ήταν το 2011. Συνολικά, από το 2005 έως και το 2012, η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας μειώθηκε κατά 13,24% ως ποσοστό επί της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων για την Ελλάδα.

Στη συνέχεια, στο Γράφημα που ακολουθεί απεικονίζονται τα δεδομένα που αφορούν στην εξέλιξη της επιχειρηματικότητας ανάγκης, ως ποσοστό επί της επιχειρηματικότητας των αρχικών σταδίων, κατά την διάρκεια της περιόδου 2005 – 2012 στην Ελλάδα, σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας και του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών.

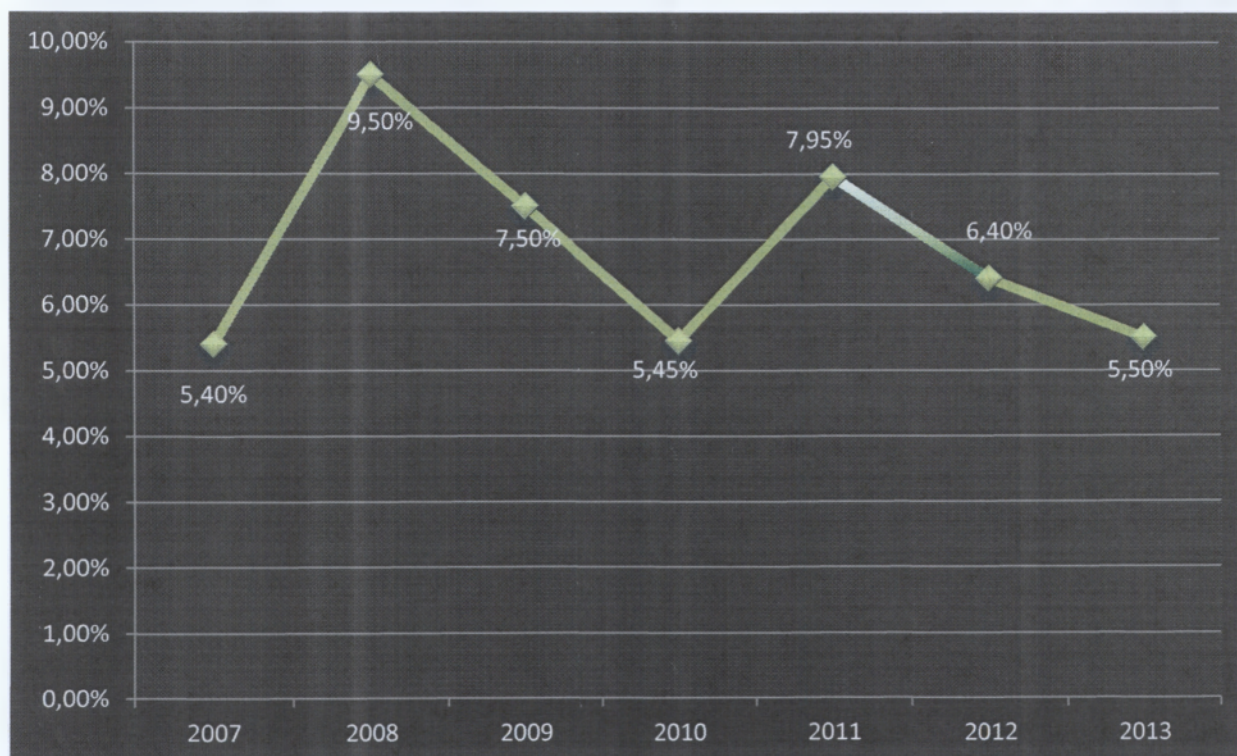


Πηγή: Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας & Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών 2014

**Γράφημα 2** Εξέλιξη της επιχειρηματικότητας ανάγκης ως ποσοστό % της επιχειρηματικότητας των αρχικών σταδίων (περίοδος 2005 - 2012)

Το 2005 η επιχειρηματικότητα ανάγκης αντιπροσώπευε το 14,20% της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, το 2006 αυξήθηκε στο 20,70%, ενώ το 2007 συρρικνώθηκε στο 9,60%. Η απώλεια αυτή καλύφθηκε από την αύξηση της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας το ίδιο έτος. Στη συνέχεια, το 2008, η επιχειρηματικότητα ανάγκης εκτινάσσεται στο 30,80%, αποδεικνύοντας τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στην απασχόληση. Το 2012 άγγιξε το σχεδόν 30%, καταγράφοντας αύξηση από το 2011 που ήταν 25,40% Συνολικά, η επιχειρηματικότητα ανάγκης στην Ελλάδα κατά τη διάρκεια της περιόδου 2005 – 2012 σημείωσε αύξηση της τάξης του 111%.

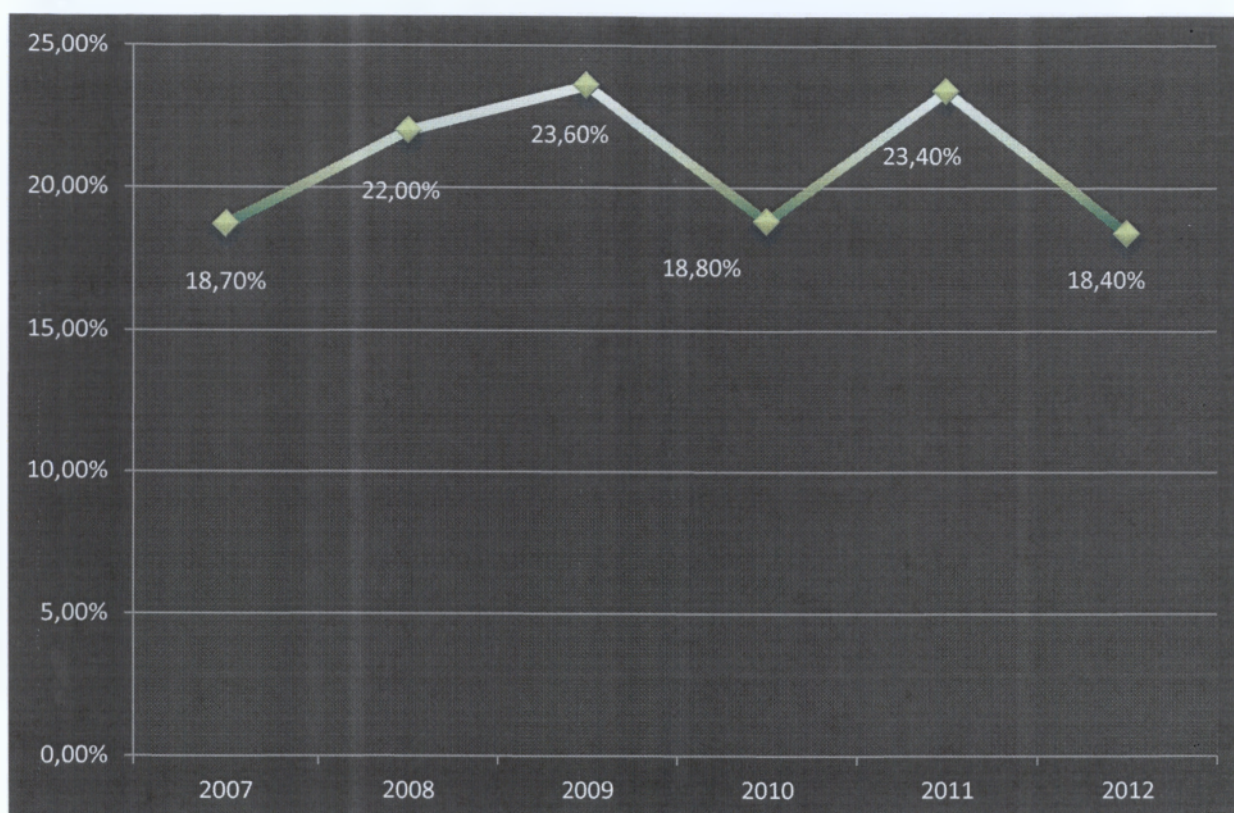
Σύμφωνα με τον ορισμό που δίνει το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας, (GEM) η επιχειρηματικότητα των αρχικών σταδίων είναι το άθροισμα των επίδοξων και νέων επιχειρηματιών.



Πηγή: Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας & Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών 2014

**Γράφημα 3** Εξέλιξη της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως ποσοστό % του πληθυσμού (2007 - 2013)

Σύμφωνα με τα στοιχεία του παραπάνω Γραφήματος, η επιχειρηματικότητα των αρχικών σταδίων σημείωσε σημαντικές μεταβολές από το 2007 έως και το 2013. Πιο αναλυτικά, το 2007 η επιχειρηματικότητα των αρχικών σταδίων ανερχόταν στο 5,40% επί του πληθυσμού, το 2008 αυξήθηκε στο 9,50% και στη συνέχεια ακολούθησε πτωτική πορεία έως και το 2010, όπου άγγιξε το 5,45%. Το 2011 αυξήθηκε στο 7,95% και ακολούθησε ξανά κάθοδο, αγγίζοντας το 5,50% το έτος 2013.



Πηγή: Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας, 2012

#### **Γράφημα 4 Εξέλιξη της συνολικής επιχειρηματικότητας (περίοδος 2007 - 2012)**

Σύμφωνα με τα δεδομένα του παραπάνω Γραφήματος, παρατηρούμε ότι η συνολική επιχειρηματικότητα χαρακτηρίζεται από διάφορες διακυμάνσεις. Πιο συγκεκριμένα, από το 2007 έως και το 2009, η συνολική επιχειρηματικότητα είχε ανοδική πορεία, καθώς από 18,70% που ήταν το 2007, ανήλθε στο 23,60% για το 2009, σύμφωνα με τα διαθέσιμα δεδομένα του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου της Επιχειρηματικότητας. Στη συνέχεια, το 2010 ακολουθεί πτωτική πορεία καταγράφοντας σε σχέση με το

2009 μία μείωση της τάξης του 20%, αγγίζοντας, δηλαδή το 18,80%, αποδεικνύοντας ότι η οικονομική κρίση είχε έντονες αρνητικές συνέπειες στην συνολική επιχειρηματικότητα. Το 2011 αυξάνεται στο 23,40%, ενώ το 2012 μειώνεται ξανά στο 18,40%.

Στον Πίνακα που ακολουθεί καταγράφεται η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων και η συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα ανά χώρα για το 2012 ως ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18 - 64 ετών, για ορισμένες χώρες, σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας και του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών.

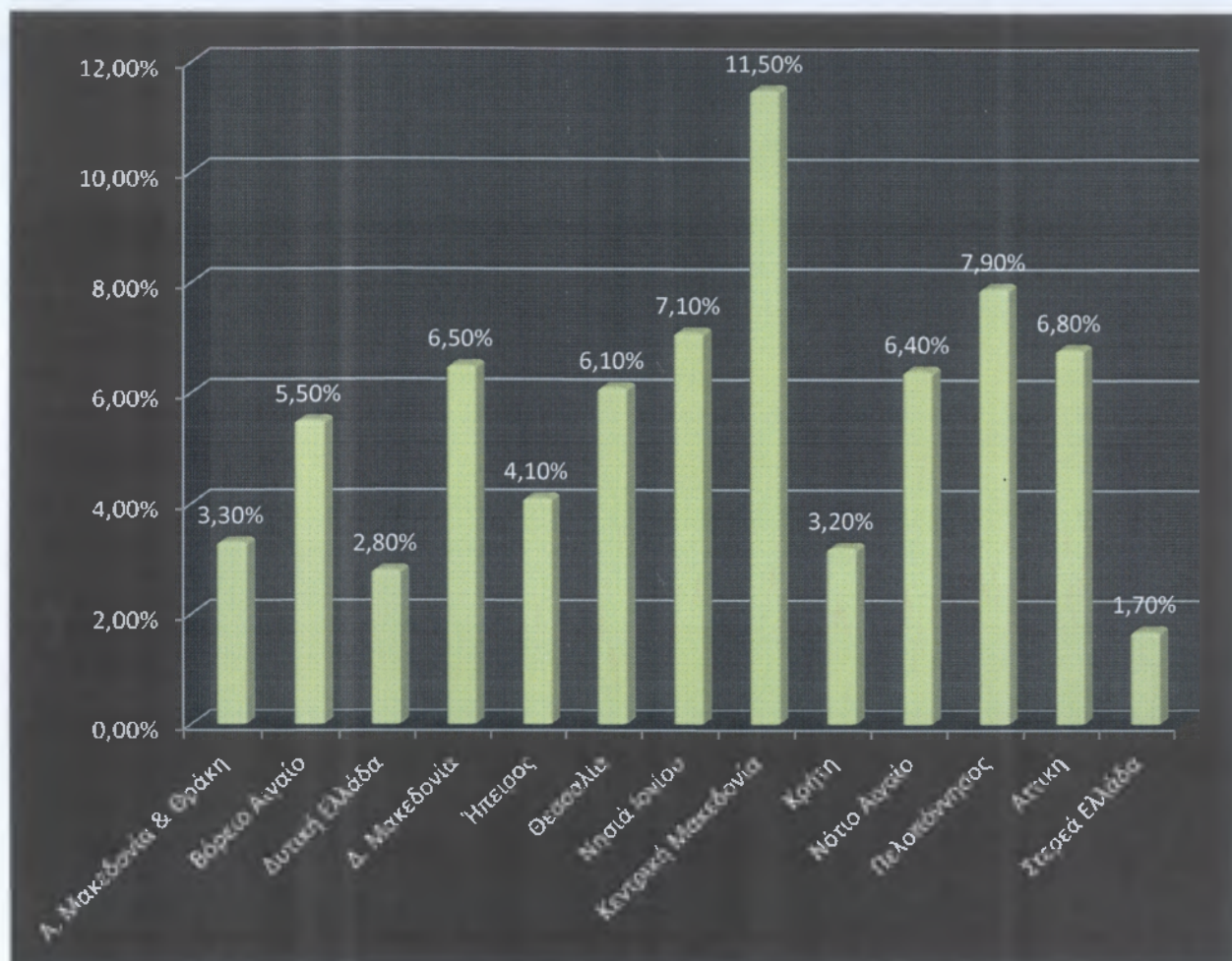
Παρατηρούμε ότι η Ελλάδα σημειώνει τη δεύτερη υψηλότερη επίδοση στην συνολική επιχειρηματικότητα ανάμεσα στις βασικές χώρες καινοτομίας, ενώ στην πρώτη θέση βρίσκονται οι Η.Π.Α. Να σημειωθεί ότι στις χώρες αυτές η υψηλή συνολική επιχειρηματικότητα οφείλεται κατά κύριο λόγο στην υψηλή επιχειρηματικότητα των αρχικών σταδίων. Αντιθέτως, στην Ελλάδα η υψηλή συνολική επιχειρηματικότητα καθορίζεται σε μεγάλο βαθμό από την υψηλή επίδοση που υπάρχει στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα (Ιωαννίδης & Γιωτόπουλος, 2014).

**Πίνακας 2 Συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανά χώρα για το 2012 (ως ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18 - 64 ετών)**

	Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων	Συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα
<b>Χώρες Α</b>	<b>23,7</b>	<b>34,0</b>
<b>Χώρες Β</b>	<b>13,1</b>	<b>20,4</b>
Αυστρία	9,6	17,0
Βέλγιο	5,2	10,3
Δανία	5,4	8,4
Φινλανδία	6,0	13,6
Γαλλία	5,2	8,2
Γερμανία	5,3	10,1
Ελλάδα	6,5	18,4
Ιρλανδία	6,1	13,9
Ισραήλ	6,5	10,2
Ιταλία	4,3	7,6
Ιαπωνία	4,0	9,7
Κορέα	6,6	16,0
Ολλανδία	10,3	19,3
Νορβηγία	6,8	12,3
Πορτογαλία	7,7	13,9
Σγκαπούρη	11,6	14,6
Ισπανία	5,7	14,2
Σουηδία	6,4	11,4
Ελβετία	5,9	14,1
Ηνωμένο Βασίλειο	9,0	15,0
ΗΠΑ	12,8	20,6
<b>Χώρες Γ</b>	<b>7,1</b>	<b>13,5</b>
<b>Μ.Ο. GEM</b>	<b>13,0</b>	<b>20,6</b>

Πηγή: Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας & Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών, 2014

Στο Γράφημα που ακολουθεί απεικονίζονται τα στοιχεία που αφορούν στον δείκτη επιχειρηματικότητας των αρχικών σταδίων για κάθε περιφέρεια, δηλαδή το ποσοστό των νέων επιχειρηματιών ως προς τον πληθυσμό της εκάστοτε περιφέρειας για το 2012 σύμφωνα με την έκθεση του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών του 2014.



Πηγή: Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών, 2014

#### **Γράφημα 5 Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά Περιφέρεια (2012)**

Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων καταγράφεται στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας με ποσοστό που αγγίζει το 11,50%, ενώ στην Αττική το ποσοστό αυτό ανέρχεται στο 6,80%. Το πιο μικρό ποσοστό στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων σημειώνεται στην Στερεά Ελλάδα το οποίο μόλις αγγίζει το 1,70%.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται απεικονίζονται στοιχεία που αφορούν στην διαχρονική εξέλιξη της κλαδικής κατανομής των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα ως ποσοστό της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων για την περίοδο 2005 - 2012.



Πηγή: Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών, 2014

**Γράφημα 6 Διαχρονική εξέλιξη νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα στον πρωτογενή τομέα ως ποσοστό της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων (2005 – 2012)**

Παρατηρούμε ότι τα επιχειρηματικά εγχειρήματα στον πρωτογενή τομέα στην Ελλάδα από το 2005 έως και το 2012 κατέγραψαν αύξηση της τάξης του 483% περίπου. Πιο συγκεκριμένα, από 0,60% που ήταν το 2005 τα νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα στον πρωτογενή τομέα ως ποσοστό της επιχειρηματικότητας των αρχικών σταδίων, το 2008 αυξήθηκε στο 3,40%, ενώ το 2009 κατέγραψε σημαντική μείωση αγγίζοντας το 1,80%. Στη συνέχεια καταγράφεται αυξητική πορεία, αγγίζοντας το έτος 2012 το 3,50%.

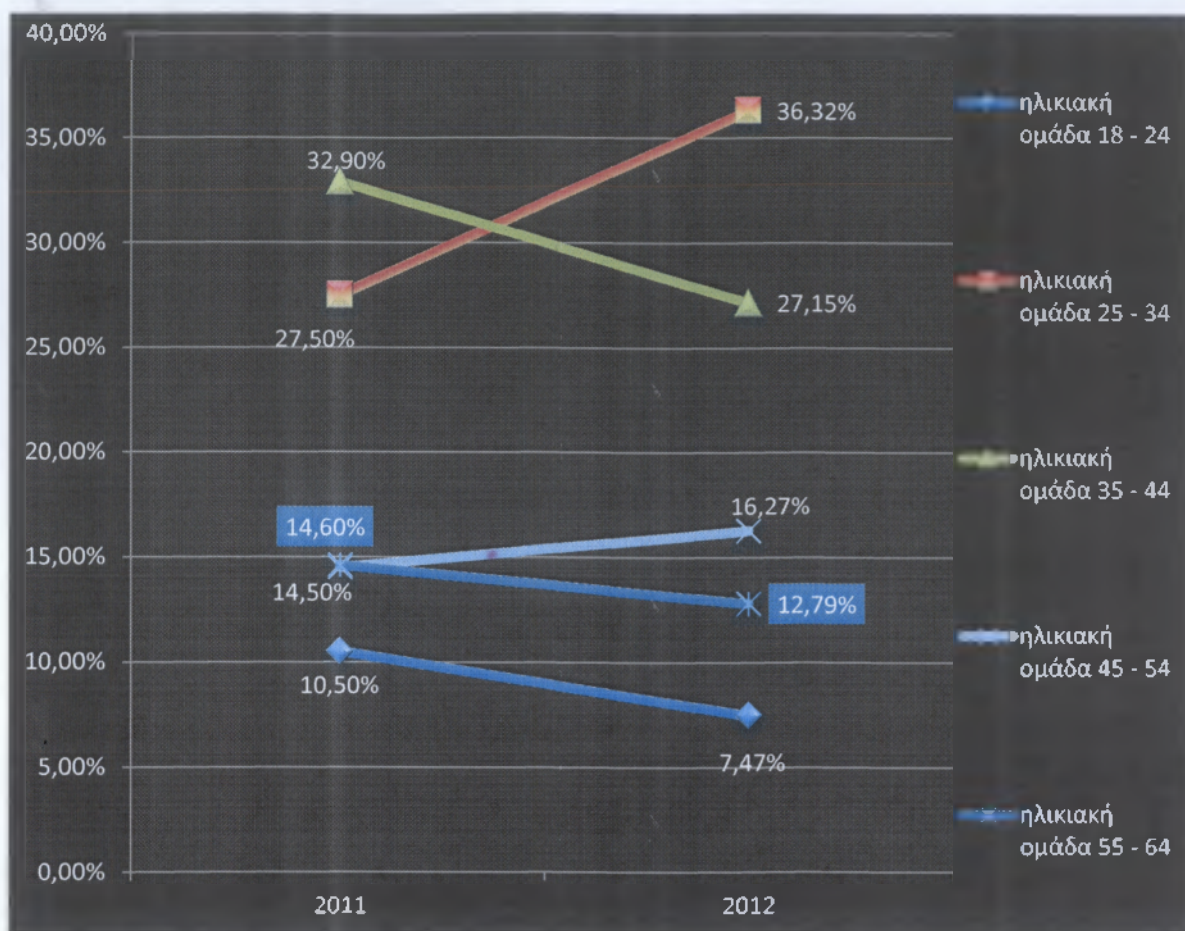




Πηγή: Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών, 2014

**Γράφημα 7 Διαχρονική εξέλιξη νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα στις υπηρεσίες προς επιχειρήσεις & καταναλωτές ως ποσοστό της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων (2005 – 2012)**

Τα νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα στις υπηρεσίες μετακίνησης μεταβλήθηκαν κατά -8,76%, στις υπηρεσίες προς τις επιχειρήσεις αυξήθηκαν κατά 194%, ενώ στις υπηρεσίες προς τους καταναλωτές μειώθηκαν κατά 24,78% την περίοδο 2005 – 2012, καθώς μειώθηκε η αγοραστική δύναμη των καταναλωτών και συνεπώς η κατανάλωση. Αξίζει να σημειωθεί ότι είναι εμφανής η αύξηση του ποσοστού των νέων εγχειρημάτων που αφορούν στις υπηρεσίες προς επιχειρήσεις, προσεγγίζοντας τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (Ιωαννίδης & Γιωτόπουλος, 2014).



Πηγή: Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών, 2014

### Γράφημα 8 Κατανομή επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά ηλικιακές ομάδες (περίοδος 2011 - 2012)

Μελετώντας την κατανομή επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά ηλικιακές ομάδες στην Ελλάδα την περίοδο 2011 – 2012, η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων για την ηλικιακή ομάδα 18 - 24 ετών μεταβλήθηκε κατά -28,86%, για την ηλικιακή ομάδα 25 – 34 ετών αυξήθηκε κατά 32,07%, για την ηλικιακή ομάδα 35 – 44 ετών μειώθηκε κατά 17,48%, για την ηλικιακή ομάδα 45 – 54 ετών αυξήθηκε κατά 12,21%, ενώ για την ηλικιακή ομάδα 55 – 64 ετών μειώθηκε κατά 12,40%.

Επομένως, οι ηλικιακές ομάδες που μείωσαν τα νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα την περίοδο 2011 – 2012 είναι τα άτομα των ηλικιών 18 – 24 ετών, 35 - 44 ετών και 55 – 64 ετών. Αντίθετα, μεγάλη αύξηση στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων κατέγραψε η ηλικιακή ομάδα 25 – 34 ετών.

## 1.4 ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Μια σημαντική μορφή επιχειρηματικότητας είναι η γυναικεία επιχειρηματικότητα, καθώς συνεισφέρει σε μεγάλο βαθμό στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν μιας χώρας. Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας, σε έναν πολύ μικρό αριθμό χωρών, τα ποσοστά συμμετοχής των γυναικών στην επιχειρηματικότητα προσεγγίζουν τα αντίστοιχα ποσοστά που αφορούν στους άνδρες, και πρόκειται για πολύ φτωχές χώρες, όπου οι γυναίκες αναγκάζονται να ασχοληθούν με την επιχειρηματικότητα, προκειμένου να επιβιώσουν (Ιωαννίδης & Γιωτόπουλος, 2014).

Να σημειωθεί ότι στην Ελλάδα η γυναικεία επιχειρηματικότητα υπερτερεί της αντίστοιχης των ανδρών στους εξής δείκτες (Ιωαννίδης & Γιωτόπουλος, 2014):

- την καινοτομικότητα των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων που είχαν ως ιδρυτή γυναίκα
- τις διάφορες προοπτικές που δημιουργούσαν σε νέες θέσεις απασχόλησης
- το τεχνολογικό επίπεδο που είχαν οι επιχειρήσεις αυτές.



Πηγή: Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας & Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, 2014

**Γράφημα 9 Διαχρονική εξέλιξη ποσοστιαίας κατανομής επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά φύλο**

Μεταξύ της χρονικής περιόδου 2005 – 2012 η ανδρική επιχειρηματικότητα μειώθηκε κατά 7,70%, ενώ η γυναικεία επιχειρηματικότητα αυξήθηκε κατά 20,60%. Να σημειωθεί ότι την διετία 2011 – 2012, η ανδρική επιχειρηματικότητα αυξήθηκε κατά 7,87%, ενώ η γυναικεία επιχειρηματικότητα μειώθηκε κατά 13%.

Στο Γράφημα που ακολουθεί, απεικονίζεται η διαχρονική εξέλιξη της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά πληθυσμιακό φύλο.

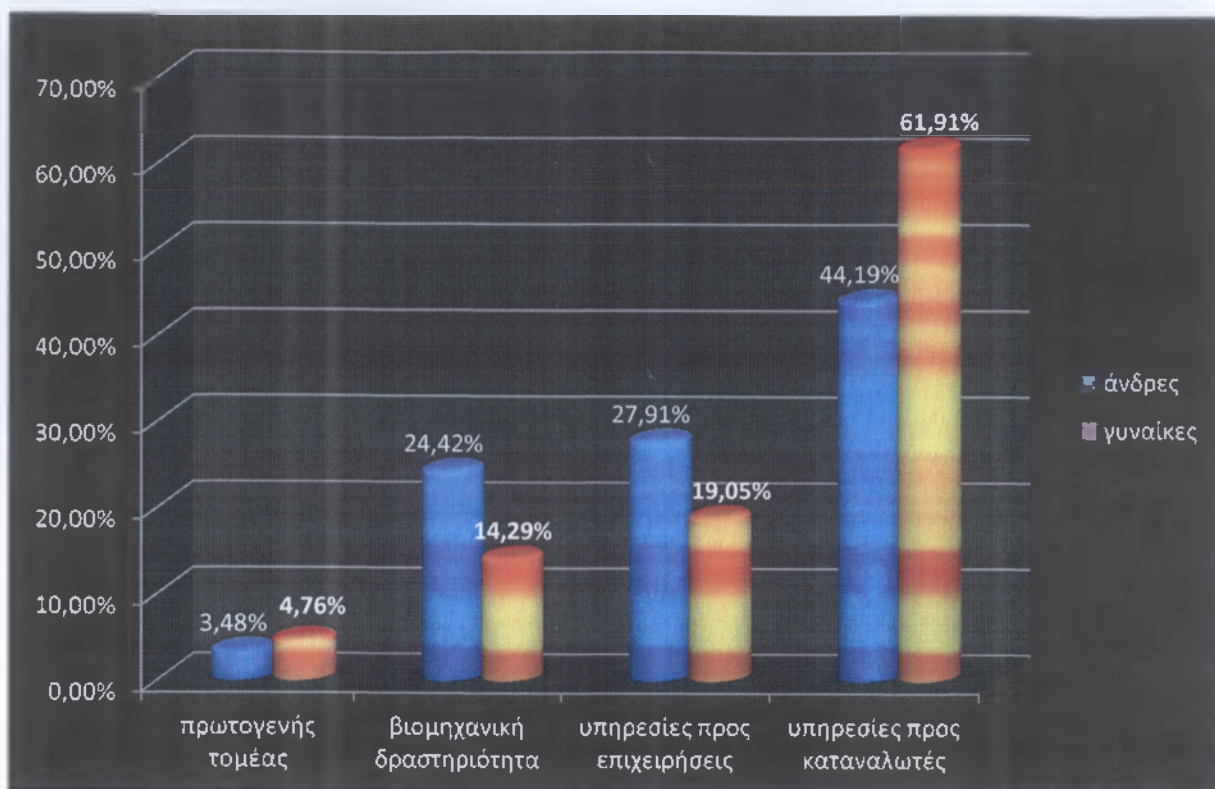


Πηγή: Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας & Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, 2014

#### Γράφημα 10 Διαχρονική εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά πληθυσμιακό φύλο

Παρατηρούμε ότι στο σύνολο του ανδρικού πληθυσμού, η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στην Ελλάδα την περίοδο 2005 – 2012 μειώθηκε κατά 4,44%, ενώ στο σύνολο του γυναικείου πληθυσμού κατέγραψε συνολική αύξηση της τάξης του 13,51%. Επίσης, επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων τόσο στο σύνολο του ανδρικού πληθυσμού όσο και στο σύνολο του γυναικείου πληθυσμού κατέγραψε πτωτική πορεία την περίοδο 2008 – 2010.

Στη συνέχεια, διερευνάται η κλαδική διάρθρωση της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων ανά φύλο για το έτος 2012.



Πηγή: Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας & Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, 2014

### Γράφημα 11 Κλαδική διάρθρωση της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων (2012)

Όπως είναι εμφανές στο παραπάνω Γράφημα, το μεγαλύτερο ποσοστό της γυναικείας επιχειρηματικότητας εστιάζει κατά κύριο λόγο στην παροχή υπηρεσιών προς τους τελικούς καταναλωτές αγγίζοντας το 61,91%, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για την ανδρική επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων αγγίζει το 44,19%. Επίσης, μόλις το 19,05% της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ασχολείται με την παροχή υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις, όταν το αντίστοιχο ποσοστό για τους άνδρες αγγίζει το 27,91%.

Το 14,29% της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων εστιάζει στη βιομηχανική δραστηριότητα και δη στον τομέα της μεταποίησης, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους άνδρες αγγίζει το 24,42%. Επιπρόσθετα, το 4,76% της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων δραστηριοποιείται στον πρωτογενή τομέα, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους άνδρες αγγίζει το 3,48%.

Στη συνέχεια, διερευνάται η διαχρονική εξέλιξη της ποσοστιαίας κατανομής της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στον πρωτογενή, τον δευτερογενή και τον τριτογενή τομέα για την περίοδο 2006 – 2012, σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας και του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών.

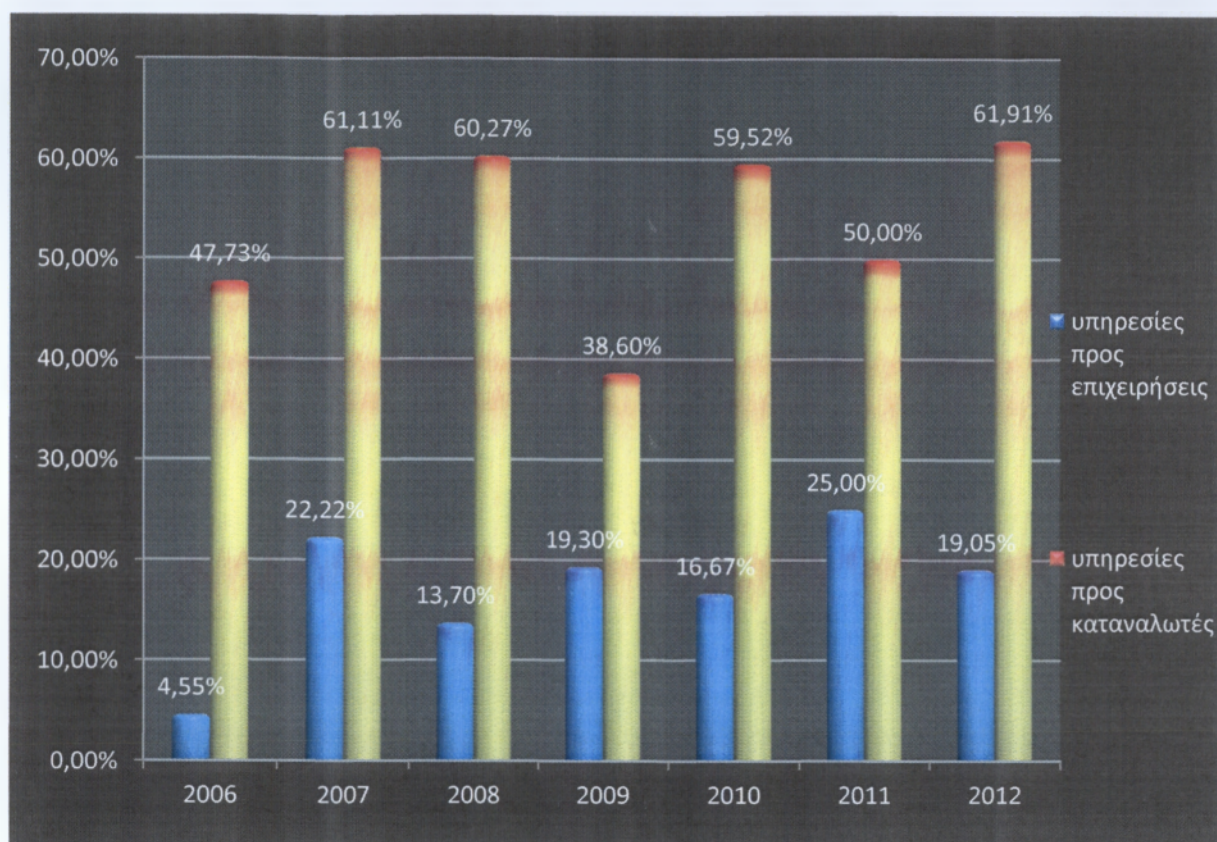


Πηγή: Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας & Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, 2014

**Γράφημα 12 Διαχρονική εξέλιξη ποσοστιαίας κατανομής γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στον πρωτογενή και τον δευτερογενή τομέα (2006 – 2012)**

Παρατηρούμε ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στον πρωτογενή τομέα αυξήθηκε από 0% που ήταν την περίοδο 2006 – 2008, στο 4,76% το έτος 2012. Αντίθετα, γυναικεία επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στην βιομηχανική δραστηριότητα σημείωσε μείωση της τάξης του 37,13%. Το 2006 ήταν 22,73%, το

2008 μειώθηκε στο 13,89%, και ακολουθώντας ορισμένες μεγάλες διακυμάνσεις, το 2012 άγγιξε το 14,29%



Πηγή: Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας & Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας  
 Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, 2014

### Γράφημα 13 Διαχρονική εξέλιξη ποσοστιαίας κατανομής γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στον τριτογενή τομέα (2006 – 2012)

Στο παραπάνω Γράφημα υπολογίζουμε την ποσοστιαία κατανομή της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στον τριτογενή τομέα για την περίοδο 2006 – 2012, και συγκεκριμένα για τις παρεχόμενες υπηρεσίες προς τις επιχειρήσεις και προς τους τελικούς καταναλωτές.

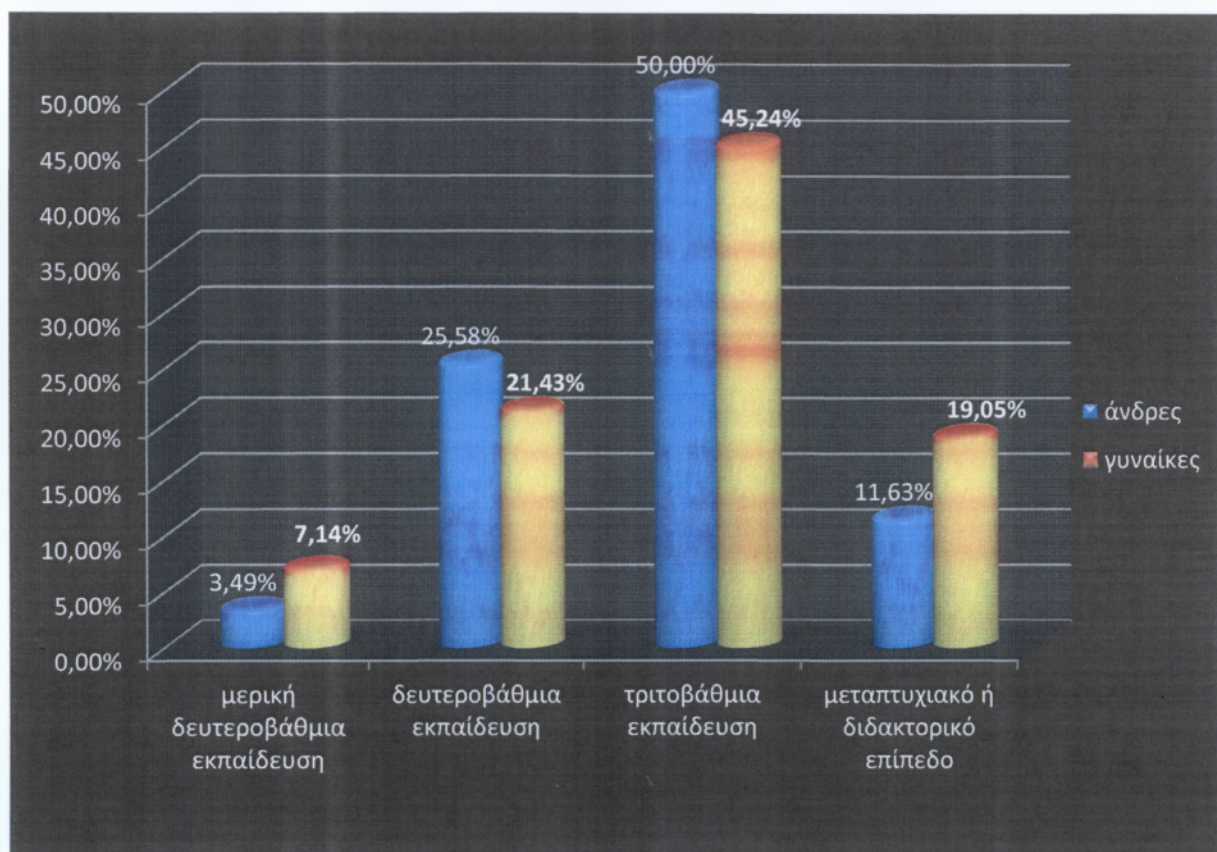
Η γυναικεία επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στις υπηρεσίες προς επιχειρήσεις αυξήθηκε κατά 318,68% την περίοδο 2006 – 2012, ενώ στις υπηρεσίες προς τους καταναλωτές αυξήθηκε κατά 29,71%. Να σημειωθεί ότι τα νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα που πραγματοποιούνται από τις γυναίκες επικεντρώνονται διαχρονικά



στον τομέα παροχής υπηρεσιών προς τους τελικούς καταναλωτές (Ιωαννίδης & Γιωτόπουλος, 2014).

Στο ακόλουθο Γράφημα απεικονίζονται τα στοιχεία που αφορούν στην κατανομή των ανδρών και των γυναικών επιχειρηματιών σε 4 επίπεδα εκπαίδευσης (Ιωαννίδης & Γιωτόπουλος, 2014):

- μερική δευτεροβάθμια εκπαίδευση
- δευτεροβάθμια εκπαίδευση
- τριτοβάθμια εκπαίδευση
- μεταπτυχιακό ή διδακτορικό επίπεδο.



Πηγή: Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας & Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, 2014

**Γράφημα 14 Εκπαιδευτικό επίπεδο επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά φύλο (2012)**

Ένα γενικό συμπέρασμα που δύναται να προκύψει από το παραπάνω Γράφημα είναι ότι δεν καταγράφονται μεγάλες διαφορές στις κατανομές μεταξύ των ανδρών και των γυναικών επιχειρηματιών που βρίσκονται στα αρχικά στάδια της επιχειρηματικότητας αναφορικά με το επίπεδο εκπαίδευσης. Επιπρόσθετα, να σημειωθεί ότι και στα δύο φύλα η πλειοψηφία των νέων επιχειρηματιών έχει ολοκληρώσει την τριτοβάθμια εκπαίδευση (Ιωαννίδης & Γιωτόπουλος, 2014).

Ωστόσο, πρέπει να τονιστεί ότι ποσοστό των γυναικών νέων επιχειρηματιών που έχουν μεταπτυχιακό ή και διδακτορικό δίπλωμα είναι περίπου κατά 7,5 μονάδες μεγαλύτερο σε σύγκριση με το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών. Ενώ το ποσοστό των ανδρών νέων επιχειρηματιών που έχει ολοκληρώσει την τριτοβάθμια εκπαίδευση είναι μεγαλύτερο από το αντίστοιχο ποσοστό των γυναικών κατά περίπου 4,5 ποσοστιαίες μονάδες.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

#### 2.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Κατά τη διάρκεια όπου λαμβάνει χώρα μία οικονομική κρίση, η οικονομία βρίσκεται στη φάση της καθόδου και καταγράφεται μια μεγάλη και συνεχής πτώση σε όλα τα μακροοικονομικά μεγέθη, καθώς και σε όλες τις δραστηριότητες μιας οικονομίας, όπως είναι για παράδειγμα το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν, το επίπεδο των επενδύσεων, το ποσοστό της απασχόλησης του εργατικού δυναμικού σε διάφορους τομείς κ.ο.κ. (European Commission, 2009). Αξίζει να αναφερθεί ότι η οικονομική κρίση κυρίως πλήττει σε μεγάλο βαθμό το ποσοστό των πραγματοποιούμενων επενδύσεων, οι οποίες με τη σειρά τους επηρεάζουν αρνητικά ολόκληρη την οικονομία (Κουφόρης, 2010).

Μπορούμε να διακρίνουμε τέσσερα στάδια μέσα από τα οποία διαμορφώνεται μια χρηματοπιστωτική κρίση. Στο πρώτο στάδιο, αρχίζουν να γίνονται εμφανή τα πρώτα συμπτώματα της κρίσης στην οικονομία. Στη συνέχεια, η οικονομική κρίση εκδηλώνεται μέσα από ένα ξέσπασμα. Στο τρίτο στάδιο καταγράφονται οι αρνητικές συνέπειες της οικονομικής κρίσης στην οικονομία, την κοινωνία και τους θεσμούς, οι οποίοι πλήττονται σε μεγάλο βαθμό. Το τελευταίο στάδιο της οικονομικής κρίσης, είναι αυτό της ομαλοποίησης των συνθηκών που επικρατούν στην οικονομία και κατά συνέπεια στην κοινωνία (Σφακιανάκης, 1998).

Ανάλογα με το αίτιο που την προκαλεί, η οικονομική κρίση μπορεί να διακριθεί στις εξής κατηγορίες (Κότιος & Παυλίδης, 2011):

- συναλλαγματική κρίση, όπου η αξία ενός εθνικού νομίσματος υποτιμάται πολύ μέσα σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα. Βασική αιτία μιας συναλλαγματικής κρίση είναι οι επιθέσεις των κερδοσκόπων
- κρίση του εξωτερικού χρέους, κατά τη διάρκεια της οποίας μια χώρα δεν δύναται να αποπληρώσει το χρέος που έχει στους εξωτερικούς δανειστές

- τραπεζική κρίση, κατά τη διάρκεια της οποίας, τα διάφορα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και οργανισμοί, όπως για παράδειγμα οι τράπεζες σε μια χώρα δεν είναι πλέον φερέγγυοι. Για το λόγο αυτό, οι δανειστές σταματούν να τους χορηγούν δάνεια, με αποτέλεσμα να βρεθούν, σε σύντομο χρονικό διάστημα, αντιμέτωποι με έλλειψη ρευστότητας.

Επιπρόσθετα, μια οικονομική κρίση μπορεί να είναι χρόνια ή παροδική, ως προς τη χρονική της διάρκεια. Ενώ, ως προς τη γεωγραφική της έκταση, η οικονομική κρίση μπορεί να διακριθεί σε παγκόσμια, σε περιφερειακή και σε εθνική κρίση (Κότιος & Παυλίδης, 2011).

Η οικονομική κρίση μπορεί να έχει πολύ ισχυρή ένταση και να πλήξει σε πολύ μεγάλο βαθμό την οικονομία και συνεπώς την κοινωνία σε μια χώρα ή και να μεταδοθεί σε άλλες οικονομίες. Επίσης, μπορεί να οδηγήσει την Κυβέρνηση στο ενδεχόμενο χρεοκοπίας, καθιστώντας την αδύναμη να αποπληρώσει το χρέος της προς τους δανειστές.

## **2.2 ΤΑ ΑΙΤΑ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ**

Η Ελλάδα είναι αντιμέτωπη με υψηλό ποσοστό χρέους ως προς το ΑΕΠ και χαμηλή ανταγωνιστικότητα, λόγω εμποδίων που υπάρχουν στην οικονομία. Λόγω αυτών των προβλημάτων, η χώρα μας δύναται να δανειστεί από τις διεθνείς αγορές κεφαλαίου σε υψηλό επιτόκιο το οποίο, με την πρόσφατη έξοδό της διαμορφώθηκε στο 4,95% (Meghir, Vayanos & Vettas, 2010).

Μία από τις πιο βασικές αιτίες της πρόσφατης οικονομικής κρίσης μπορεί να θεωρηθεί ότι είναι τα επισφαλή δάνεια, λόγω της χαμηλής εκτίμησης του πιστωτικού κινδύνου που κυριαρχεί στις διεθνείς χρηματαγορές. Το γεγονός αυτό ωθεί αρκετούς δανειστές να προβαίνουν σε υπερδανεισμό ορισμένων δανειοληπτών, οι οποίοι, τελικά, δεν μπορούν να αποπληρώσουν τα χρέη τους (Οικονομικό Επιμελητήριο της Ελλάδας, 2010).

Άλλη αιτία της οικονομικής κρίσης μπορεί να αποτελέσει η μεγάλη αύξηση, και στη συνέχεια, η απότομη και ραγδαία πτώση της στεγαστικής αγοράς των Η.Π.Α. Επιπρόσθετα, αξίζει να αναφερθεί ο ρόλος των εταιρειών πιστοληπτικής αξιολόγησης στη δημιουργία και τη διατήρηση της χρηματοπιστωτικής κρίσης, καθώς οι οίκοι αξιολόγησης της πιστοληπτικής ικανότητας των διάφορων οργανισμών και χωρών, απέδιδαν συστηματικά ευνοϊκές αξιολογήσεις σε τίτλους επί ενυπόθηκων στεγαστικών δανείων τα οποία ενέχουν μεγάλο πιστωτικό κίνδυνο. Η τακτική αυτή ώθησε μεγάλο όγκο χρηματικών κεφαλαίων προς την στεγαστική αγορά, με αποτέλεσμα την απότομη κατάρρευσή της (Οικονομικό Επιμελητήριο της Ελλάδας, 2010).

Επιπρόσθετα, η μεγάλη χρήση της τιτλοποίησης των στεγαστικών δανείων και η ευρεία χρήση κεφαλαίων προερχόμενων από δάνεια, προκειμένου οι καταναλωτές να προβούν σε αγορές και ενδεχομένως το ελλιπές ρυθμιστικό πλαίσιο επί της λειτουργίας των διεθνών αγορών αποτελούν σημαντικοί παράγοντες που μπορούν να οδηγήσουν σε μια χρηματοπιστωτική κρίση.

Μία εξίσου σημαντική αιτία της παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής κρίσης, αποτελεί το γεγονός ότι αρκετά τραπεζικά ιδρύματα, από χρηματοδότες του εμπορίου και των επενδύσεων στην πραγματική οικονομία, κατευθύνθηκαν προς την πραγματοποίηση χρηματοοικονομικών στοιχημάτων, με σκοπό την άντληση περισσότερων κεφαλαίων. Παράλληλα, η ύπαρξη μεγάλων μακροοικονομικών ανισορροπιών σε παγκόσμιο επίπεδο, όπως η ανισοροπία μεταξύ αποταμίευσης και επένδυσης που καλλιέργησε την ιδέα του εύκολου πλουτισμού αυξάνοντας τον υπερ-καταναλωτισμό, δημιούργησαν ελλείμματα στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών σε πολλές χώρες, όπως στις Η.Π.Α.

## **2.3 ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΑ**

Η οικονομική κρίση έπληξε σε μεγάλο βαθμό την ελληνική οικονομία και κοινωνία. Στην ενότητα αυτή θα διερευνήσουμε τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στο

ποσοστό ανεργίας, στο ΑΕΠ, στο ποσοστό του πληθυσμού που είναι αντιμέτωπο με τον κίνδυνο της φτώχειας, στο Γενικό Δείκτη Τιμών, στις δαπάνες και τα έσοδα της Γενικής Κυβέρνησης, στο Ισοζύγιο Γενικής Κυβέρνησης, στην εθνική και δημόσια κατανάλωση και στις αποδοχές εργασίας μισθωτών και αυτοαπασχολουμένων.

Στον Πίνακα 3 που ακολουθεί καταγράφονται τα ποσοστά ανεργίας ανά νομό κατά τη διάρκεια της περιόδου 2007 – 2013, σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής.

Πιο αναλυτικά, στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, την περίοδο 2007 – 2013, το ποσοστό ανεργίας αυξήθηκε κατά 110,29% στο Νομό Δράμας, κατά 113,08% στο Νομό Καβάλας, κατά 168,29% στο Νομό Έβρου, 294,74% στο Νομό Ξάνθης και κατά 194,74% στο Νομό Ροδόπης. Επιπρόσθετα, στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, το ποσοστό ανεργίας αυξήθηκε κατά 112,40% στο Νομό Ημαθίας, κατά 264,77% στο Νομό Θεσσαλονίκης, 119,87% στο Νομό Κιλκίς, 191,01% στο Νομό Πέλλας, κατά 215,22% στο Νομό Πιερίας, 358% στο Νομό Σερρών και κατά 273,33% στο Νομό Χαλκιδικής.

Στην Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας, το ποσοστό ανεργίας αυξήθηκε κατά 117,42% στο Νομό Καστοριάς, 196,61% στο Νομό Κοζάνης και κατά 38,06% στο Νομό Φλωρίνης. Επιπλέον, στην Περιφέρεια Ηπείρου, το ποσοστό ανεργίας αυξήθηκε κατά 174,02% στο Νομό Άρτας, 233,72% στο Νομό Ιωαννίνων και κατά 48,91% στο Νομό Πρεβέζης. Στην Περιφέρεια Θεσσαλίας, το ποσοστό ανεργίας αυξήθηκε κατά 262,12% στο Νομό Καρδίτσας, 32,63% στο Νομό Λαρίσης, 533,90% στο Νομό Μαγνησίας και κατά 179,45% στο Νομό Τρικάλων.

Στα Ιόνια Νησιά, το ποσοστό ανεργίας αυξήθηκε κατά 51,1% στο Νομό Ζακύνθου και κατά 83,04% στο Νομό Κέρκυρας. Στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, το ποσοστό ανεργίας αυξήθηκε κατά 147,57% στο Νομό Αιτωλοακαρνανίας, 291,67% στο Νομό Αχαΐας και κατά 74,42% στο Νομό Ηλείας. Στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, το ποσοστό ανεργίας αυξήθηκε κατά 114,41% στο Νομό Βοιωτίας, 185,58% στο Νομό Εύβοιας, 575% στο Νομό Φθιώτιδος και κατά 94,84% στο Νομό Φωκίδος.

Στην Αττική, το ποσοστό ανεργίας αυξήθηκε κατά 271,05%. Επίσης, στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, το ποσοστό ανεργίας αυξήθηκε κατά 247,89% στο Νομό Αργολίδος, 120,35% στο Νομό Αρκαδίας, 255,74% στο Νομό Κορινθίας, 150% στο Νομό Λακωνίας και κατά 218,18% στο Νομό Μεσσηνίας. Στις Περιφέρειες Βορείου και Νοτίου Αιγαίου, το ποσοστό ανεργίας αυξήθηκε κατά 137,50% στο Νομό Λέσβου, 200% στο Νομό Χίου, 80% στο Νομό Δωδεκανήσου και κατά 318,87% στο Νομό Κυκλάδων. Στην Κρήτη, το ποσοστό ανεργίας αυξήθηκε κατά 378,43% στο Νομό Ηρακλείου, 162,96% στο Νομό Λασιθίου, 263,16% στο Νομό Ρεθύμνης και κατά 526,19% στο Νομό Χανίων.

Η μεγαλύτερη αύξηση στο ποσοστό ανεργίας καταγράφηκε στο Νομό Φθιώτιδος, ενώ η μικρότερη αύξηση σημειώθηκε στο Νομό Φλωρίνης, σύμφωνα με τα στοιχεία του ακόλουθου Πίνακα 3.

**Πίνακας 3 Μέσο ετήσιο ποσοστό ανεργίας κατά νομό (Α΄ Τρίμηνο 2007 – Δ΄ Τρίμηνο 2013)**

Γεωγραφική Περιφέρεια	ΝΟΜΟΣ	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Ανατολική Μακεδονία και Θράκη	ΔΡΑΜΑΣ	17,5	15,5	13,3	16,0	20,6	23,9	36,8
	ΚΑΒΑΛΑΣ	10,7	9,2	9,5	13,0	20,3	20,2	22,8
	ΕΒΡΟΥ	8,2	8	14,2	17,4	20,8	26,9	22,0
	ΞΑΝΘΗΣ	9,5	6,6	11,1	16,4	23,3	25,8	37,5
	ΡΟΔΟΠΗΣ	5,7	6,2	7,0	9,4	13,6	16,1	16,8
Κεντρική Μακεδονία	ΗΜΑΘΙΑΣ	12,9	9,2	7,9	11,3	14,5	20,1	27,4
	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	8,8	8,5	11,3	14,9	21,8	28,7	32,1
	ΚΙΛΚΙΣ	15,1	11,9	8,8	12,8	15,6	23,4	33,2
	ΠΕΛΛΗΣ	8,9	6,2	6,7	8,9	15,0	22,6	25,9
	ΠΙΕΡΙΑΣ	9,2	10	9,4	13,6	22,7	25,0	29,0
	ΣΕΡΡΩΝ	5	5,8	5,1	7,8	10,7	19,2	22,9
Δυτική Μακεδονία	ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	6	5,8	6,7	13,4	14,7	17,2	22,4
	*ΓΡΕΒΕΝΩΝ	-	-	-	-	-	-	-
	ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	15,5	18,6	16,9	18,8	24,3	25,1	33,7
	ΚΟΖΑΝΗΣ	11,8	12,8	12,3	14,3	21,6	32,5	35,0
Ήπειρος	ΦΛΩΡΙΝΗΣ	15,5	8,5	11,2	16,4	26,8	24,5	21,4
	ΑΡΤΗΣ	12,7	10,9	11,9	12,9	19,2	29,8	34,8
	*ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ	-	-	-	-	-	-	-
	ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	8,6	9,8	11,4	11,4	16,1	23,4	28,7
Θεσσαλία	ΠΡΕΒΕΖΗΣ	13,7	11,6	10,6	13,5	12,8	12,9	20,4
	ΚΑΡΔΙΤΣΗΣ	6,6	6,5	7,1	11,2	10,6	15,9	23,9
	ΛΑΡΙΣΗΣ	9,5	9,7	10,5	13,1	15,4	20,2	22,1

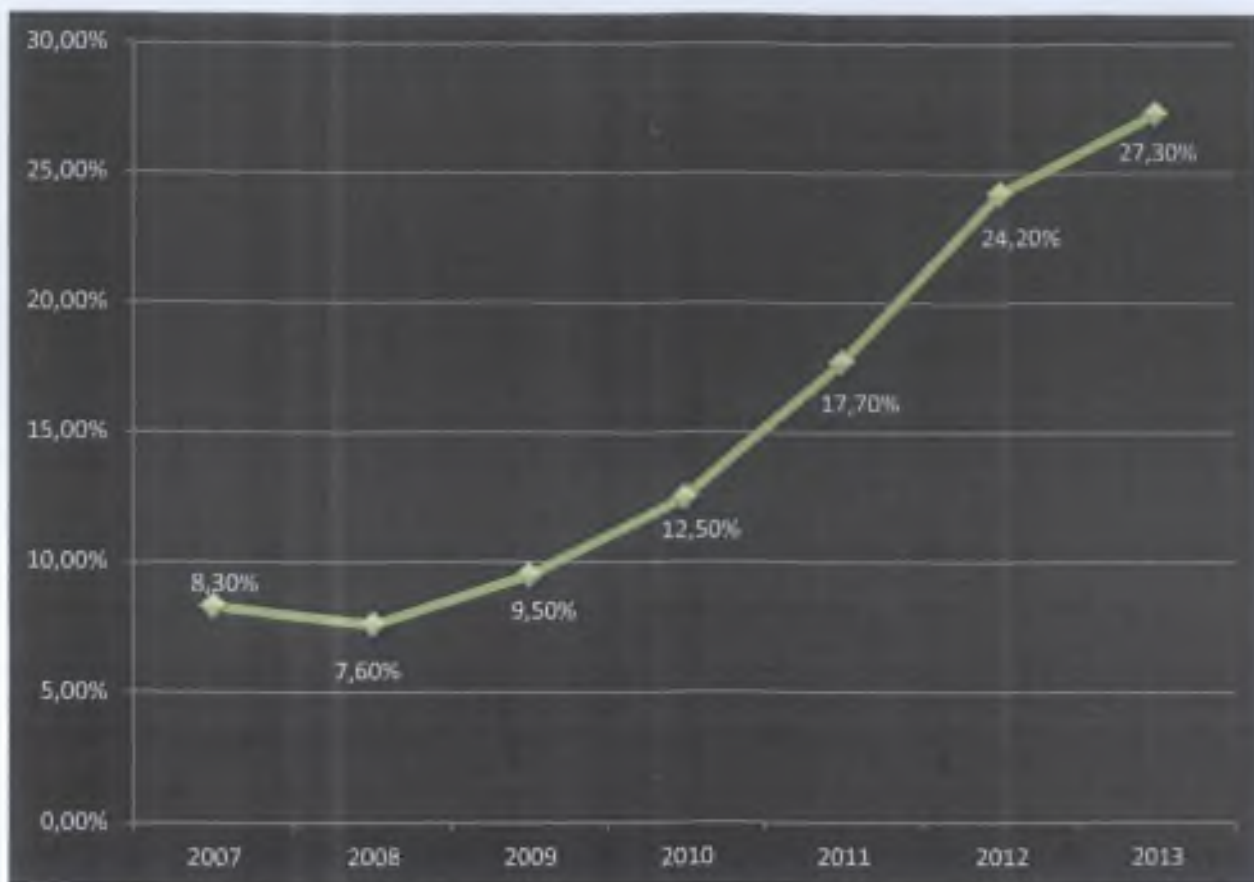
	ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	5,9	8,1	9,6	13,4	22,9	33,3	37,4
	ΤΡΙΚΑΛΩΝ	7,3	7,1	7,8	8,7	16,3	18,6	20,4
Ιόνια Νησιά	ΖΑΚΥΝΘΟΥ	9,2	8,7	9,2	12,5	7,6	10,8	13,9
	ΚΕΡΚΥΡΑΣ	11,2	10,5	11,2	17,3	16,6	14,7	20,5
	*ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ	-	-	-	-	-	-	-
	*ΛΕΥΚΑΔΟΣ	-	-	-	-	-	-	-
	Δυτική Ελλάδα	ΑΙΤ/ΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ	10,3	9,1	9,2	11,7	18,4	29,1
	ΑΧΑΪΑΣ	9,6	10,2	10,2	13,5	19,3	29,3	37,6
	ΗΛΕΙΑΣ	8,6	9,1	8,6	8,2	12,0	13,3	15,0
Στερεά Ελλάδα	ΒΟΙΩΤΙΑΣ	11,1	10	12,8	12,0	16,3	24,7	23,8
	ΕΥΒΟΙΑΣ	10,4	10,3	12,3	17,2	24,8	32,7	29,7
	*ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	-	-	-	-	-	-	-
	ΦΘΙΩΤΙΔΟΣ	4,4	2,9	4,4	8,2	15,9	27,3	29,7
	ΦΩΚΙΔΟΣ	15,5	14,6	14,0	8,1	11,3	22,3	30,2
Αττική	ΑΤΤΙΚΗΣ	7,6	6,5	8,8	12,3	17,6	25,3	28,2
Πελοπόννησος	ΑΡΓΟΛΙΔΟΣ	7,1	7,1	8,8	8,8	11,4	13,8	24,7
	ΑΡΚΑΔΙΑΣ	11,3	10,6	10,6	13,9	15,4	22,3	24,9
	ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	6,1	7,6	9,4	12,3	17,2	20,9	21,7
	ΛΑΚΩΝΙΑΣ	6	5,4	5,1	7,3	11,3	15,8	15,0
	ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	7,7	6,1	6,8	8,0	14,3	23,8	24,5
Βόρειο Αιγαίο	ΛΕΣΒΟΥ	8,8	4,4	8,4	13,1	16,0	22,7	20,9
	*ΣΑΜΟΥ	-	-	-	-	-	-	-
	ΧΙΟΥ	7,4	6	3,7	4,0	13,4	21,3	22,2
Νότιο Αιγαίο	ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ	11	10,1	14,3	15,5	16,9	14,5	19,8
	ΚΥΚΛΑΔΩΝ	5,3	3,9	8,0	12,0	11,4	16,1	22,2
Κρήτη	ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	5,1	6,7	8,9	13,0	17,9	23,0	24,4
	ΛΑΣΙΘΙΟΥ	5,4	3,8	7,6	8,5	10,1	17,0	14,2
	ΡΕΘΥΜΝΗΣ	7,6	10,3	12,9	13,6	15,1	18,8	27,6
	ΧΑΝΙΩΝ	4,2	4,6	7,0	9,3	12,7	23,1	26,3
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ</b>		<b>8,3</b>	<b>7,6</b>	<b>9,5</b>	<b>12,5</b>	<b>17,7</b>	<b>24,2</b>	<b>27,3</b>

\* Οι νομοί με εκτιμώμενο πληθυσμό κάτω των 50.000 ατόμων, για τους οποίους δε δίδονται εκτιμήσεις λόγω μεγάλου δειγματοληπτικού σφάλματος.

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2014

Στο Γράφημα 15 που ακολουθεί απεικονίζεται η μεταβολή του ποσοστού ανεργίας για το σύνολο της χώρας κατά τη διάρκεια της περιόδου 2007 – 2013.

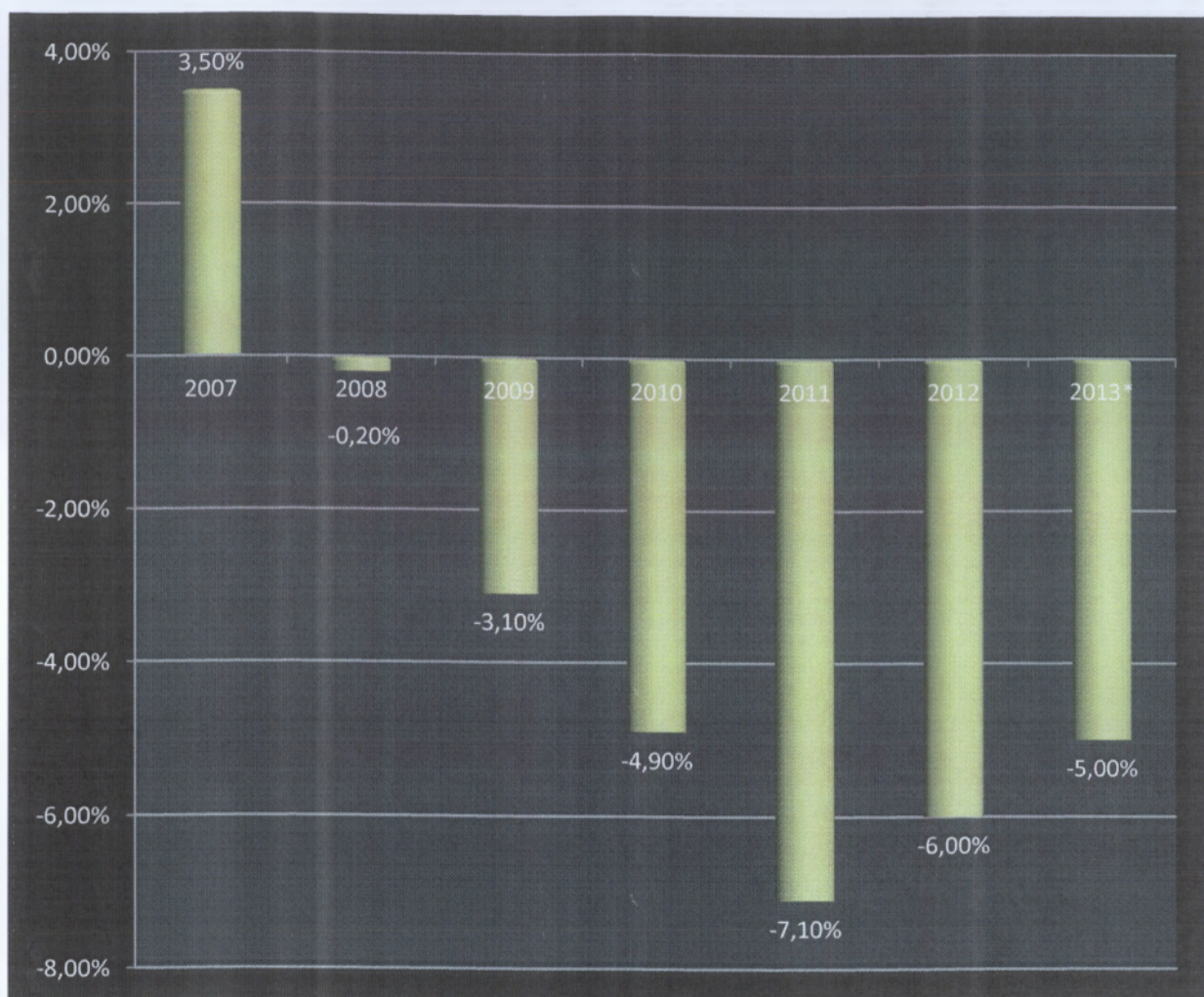




Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2014

**Γράφημα 15 Μέσο ετήσιο ποσοστό ανεργίας για το σύνολο της χώρας (Α' Τρίμηνο 2007 – Δ' Τρίμηνο 2013)**

Πιο αναλυτικά, παρατηρούμε ότι το ποσοστό ανεργίας το 2007 ήταν 8,30%, το 2010 αυξήθηκε στο 12,50%, ενώ στο τέλος του 2013 άγγιξε το 27,30%. Αυτό σημαίνει ότι με το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης, το ποσοστό ανεργίας σε ολόκληρη τη χώρα αυξήθηκε κατά 228,92% (Γράφημα 15).

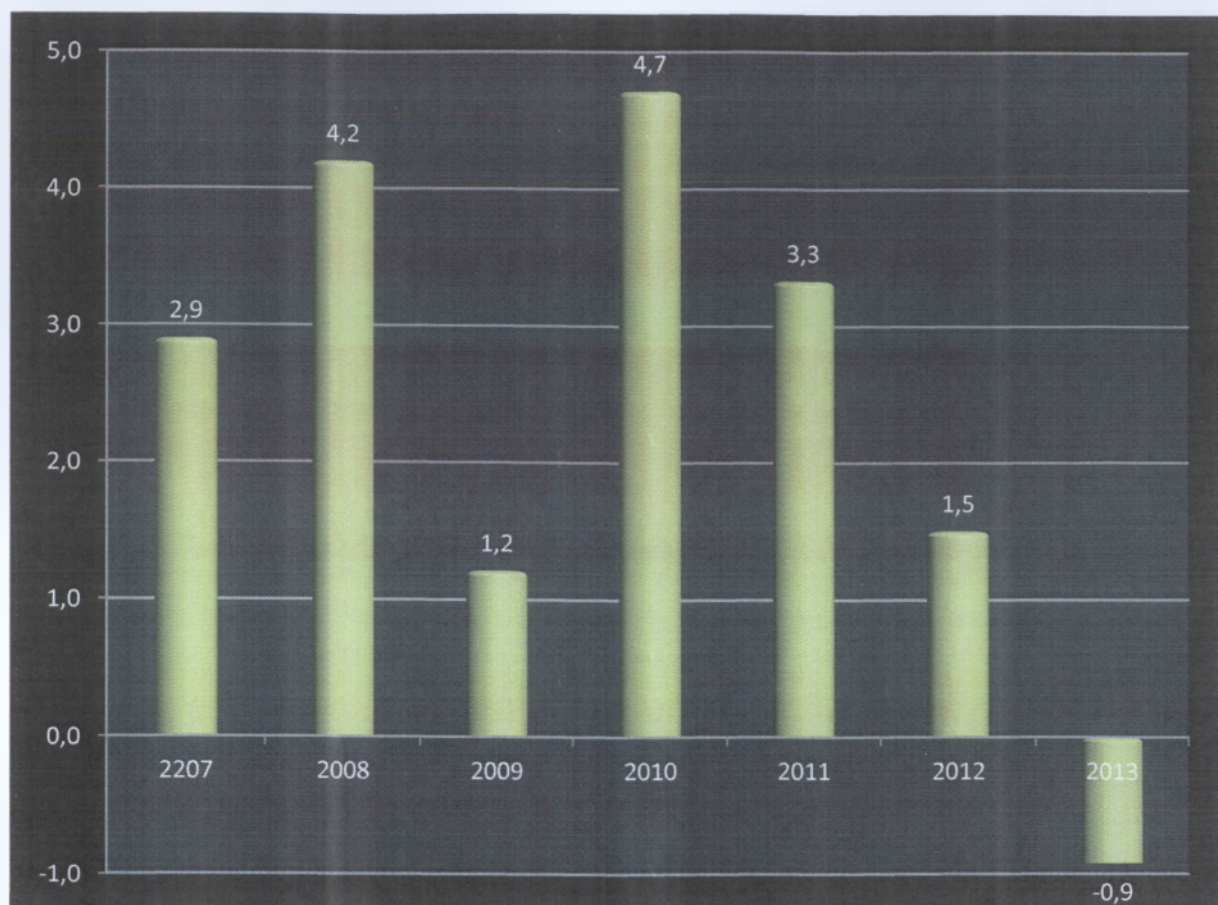


\*εκτίμηση για το έτος 2013

Πηγή: Υπουργείο Οικονομικών, 2013

### **Γράφημα 16 Ποσοστιαία μεταβολή του όγκου του ΑΕΠ (περίοδος 2007 – 2013)**

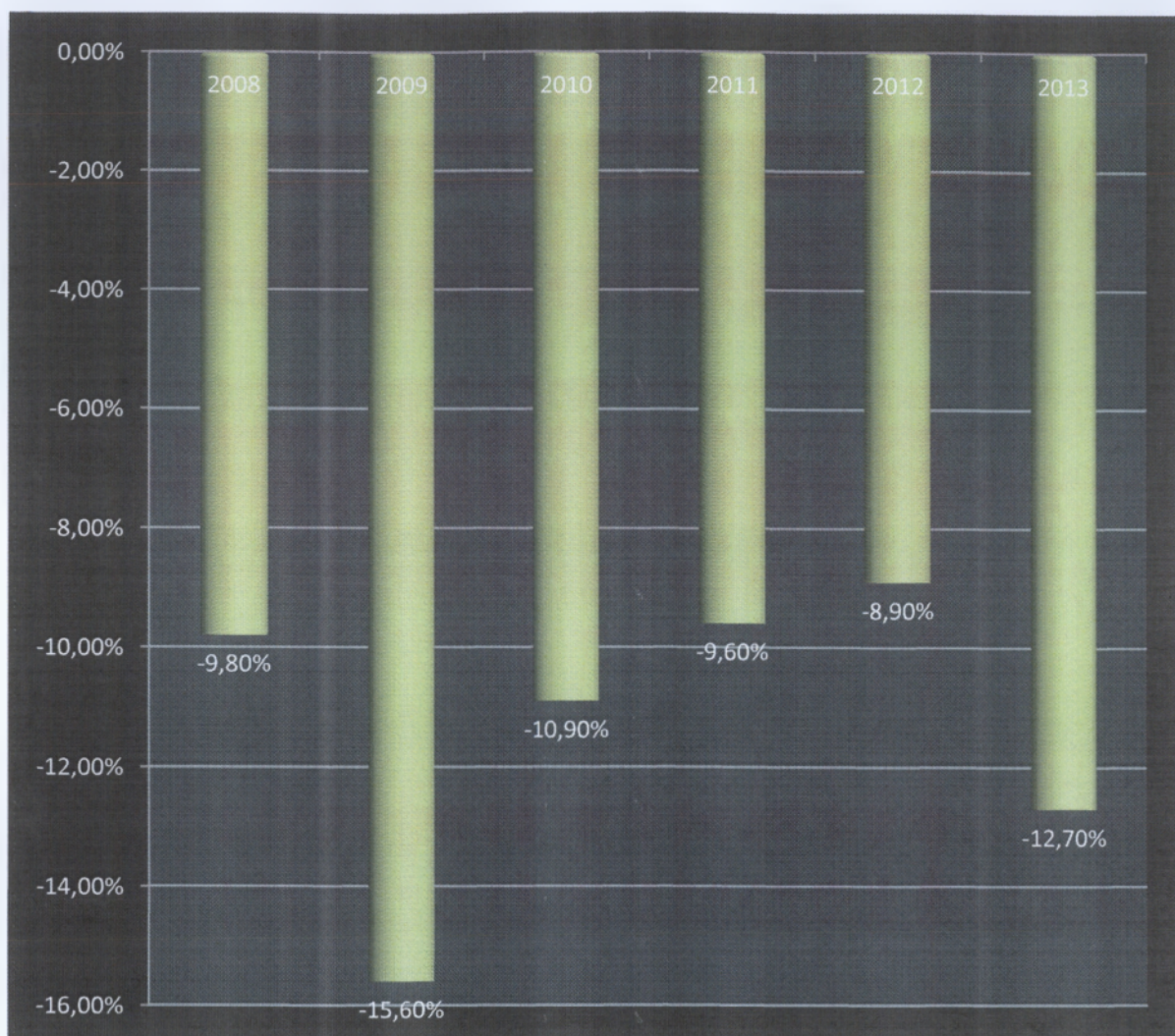
Στο Γράφημα 16 απεικονίζεται η μεταβολή στον όγκο του ΑΕΠ κατά τη διάρκεια της περιόδου 2007 έως και 2013. Παρατηρούμε ότι από το 2007 και μετά το ΑΕΠ καταγράφει πτωτική τάση. Η μεγαλύτερη μείωση σημειώνεται το 2011, που αγγίζει τις -7,1 μονάδες. Επιπλέον, η μεταβολή του ΑΕΠ για το 2012 ανήλθε σε -6%, ενώ εκτιμάται ότι το 2013 το ΑΕΠ έχει καταγράψει μείωση της τάξης του 5%. Ορισμένες από τις πιο σημαντικές αιτίες της πτώσης του ΑΕΠ είναι η μείωση των επενδύσεων και της κατανάλωσης.



Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2014

**Γράφημα 17 Εξέλιξη του Γενικού Δείκτη Τιμών Καταναλωτή ανά έτος (χρονική περίοδος 2007 – 2013)**

Όσον αφορά στην εξέλιξη των ετήσιων μεταβολών του Γενικού Δείκτη Τιμών Καταναλωτή κατά τη διάρκεια της περιόδου 2007 – 2013, παρατηρούμε δεν ακολουθεί σταθερή πορεία. Πιο αναλυτικά, το 2008 ο Γενικός Δείκτης Τιμών αυξήθηκε κατά 4,2%, το 2009 αυξήθηκε κατά μόλις 1,2%. Το 2010 ο πληθωρισμός άγγιξε το 4,7% και στη συνέχεια κατέγραψε πτωτική πορεία, αγγίζοντας το έτος 2012 το 1,5% και στο τέλος του 2013 το -0,9% (Γράφημα 17).



Πηγή: Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία, 2014

**Γράφημα 18 Εξέλιξη του Ισοζυγίου Γενικής Κυβέρνησης ως ποσοστό επί του ΑΕΠ (χρονική περίοδος 2008 – 2013)**

Κατά τη διάρκεια της χρονικής περιόδου 2008 – 2013, το Ισοζύγιο Γενικής Κυβέρνησης κινείται σε αρνητικά επίπεδα, ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό ελλείμματος καταγράφηκε το 2009, αγγίζοντας το -15,60%. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής στο τέλος του 2013 το αποτέλεσμα του Ισοζυγίου Γενικής Κυβέρνησης άγγιξε -12,70% (Γράφημα 18).

Στη συνέχεια, στο Γράφημα 19 που ακολουθεί απεικονίζονται τα δεδομένα που αφορούν στην εξέλιξη της αναλογίας του χρέους της Γενικής Κυβέρνησης ως προς το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν για τη χρονική περίοδο 2007 – 2013.



Πηγή: Υπουργείο Οικονομικών, 2013

**Γράφημα 19 Εξέλιξη της πορείας του χρέους της Γενικής Κυβέρνησης ως ποσοστό του ΑΕΠ (χρονική περίοδος 2007 – 2013)**

Το 2007 το χρέος αναλογούσε στο 107,20% του ΑΕΠ, το 2008 στο 112,90%, το 2009 αυξήθηκε στο 129,70% και το 2010 στο 148,30%. Το 2011 το χρέος άγγιξε το 170,60%, ενώ στη συνέχεια το χρέος ακλούθησε μικρότερους ρυθμούς αύξησης, καθώς το 2012 ήταν 175,60% του ΑΕΠ (Γράφημα 19).

Σύμφωνα με τα διαθέσιμα δεδομένα του Υπουργείου Οικονομικών για την τρέχουσα περίοδο το χρέος αγγίζει περί τα 330 δισεκατομμύρια ευρώ.



Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2013

**Γράφημα 20 Ποσοστό πληθυσμού που βρίσκεται υπό τον κίνδυνο φτώχειας (περίοδος 2007 – 2012)**

Η οικονομική κρίση έπληξε ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού, το οποίο πλέον βρίσκεται σε κίνδυνο φτώχειας. Πιο αναλυτικά, τη διετία 2007 – 2008 το ποσοστό του πληθυσμού που βρισκόταν σε κίνδυνο φτώχειας ήταν σταθερά στο 20%, το 2009 μειώθηκε ελαφρώς στο 19,70%, ενώ στη συνέχεια κατέγραψε μικρές σταδιακές αυξήσεις. Για την ακρίβεια, το 2010 το ποσοστό αυτό άγγιξε το 20,10%, το 2011 αυξήθηκε στο 21,40, ενώ το 2012 ανέβηκε στο 23,10% (Γράφημα 20).

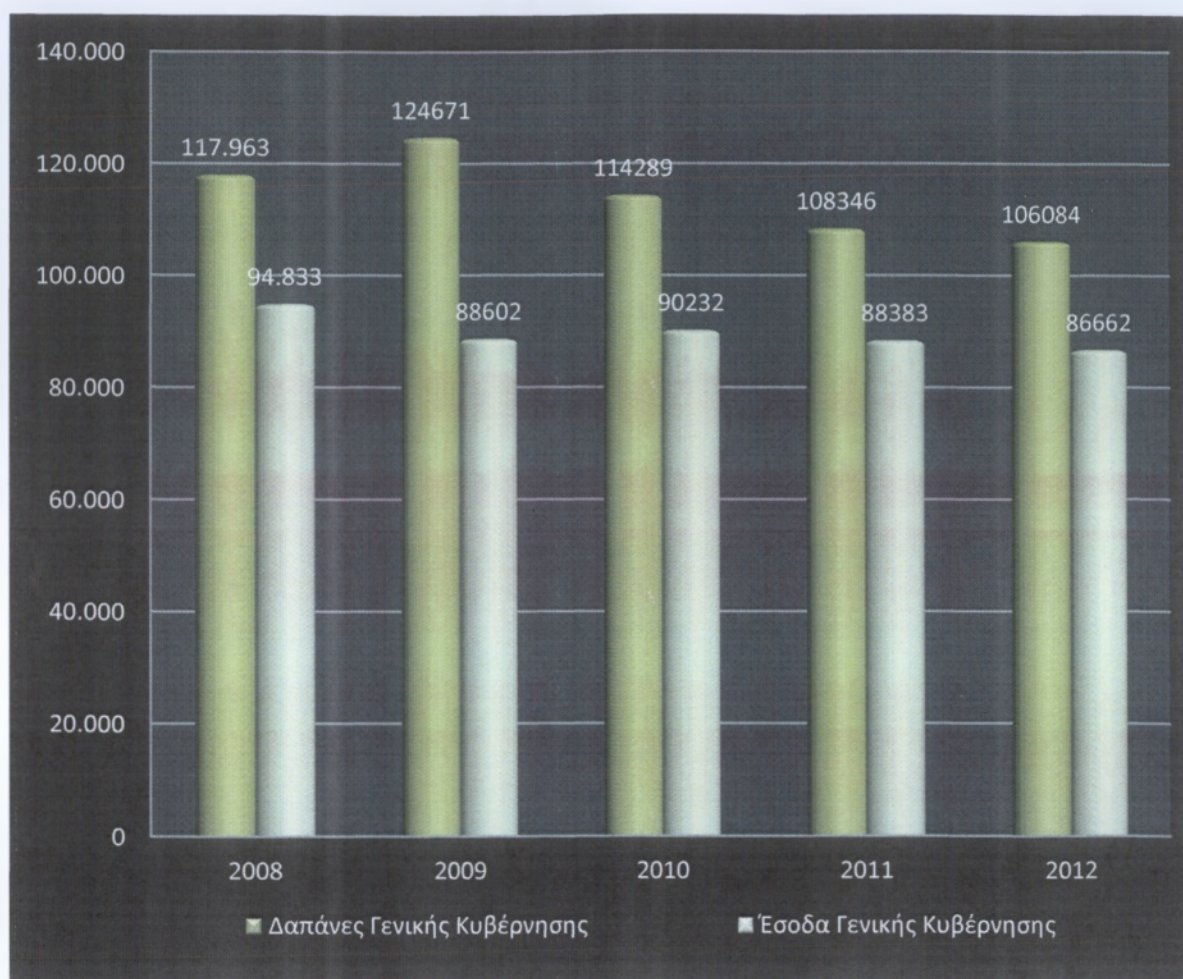
Να σημειωθεί ότι σύμφωνα με τον ορισμό που δίνει η ΕΛ.ΣΤΑΤ, πληθυσμός σε κίνδυνο φτώχειας ή κοινωνικό αποκλεισμό νοείται το ποσοστό του πληθυσμού που διαβιώνει με υλικές στερήσεις, καθώς στερείται τουλάχιστον τέσσερα από ένα κατάλογο

εννέα αγαθών και υπηρεσιών ή που μένει σε νοικοκυριά με χαμηλή ένταση εργασίας (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2013).

Το ποσοστό του πληθυσμού που βρίσκεται σε κίνδυνο φτώχειας διακρίνεται στις εξής ομάδες (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2013):

- μονογονεϊκά νοικοκυριά με, τουλάχιστον, ένα παιδί σε ποσοστό που αγγίζει το 66%
- άνεργοι άρρενες σε ποσοστό 52,1%
- άλλοι μη οικονομικά ενεργοί (όπου δεν υπολογίζονται οι συνταξιούχοι) σε ποσοστό 33,3%
- παιδιά με ηλικία από 0 έως 17 ετών σε ποσοστό 26,9%
- νοικοκυριά με ένα άτομο ενήλικα ηλικίας 65 ετών και άνω σε ποσοστό 23,5% .

Στη συνέχεια, μελετάμε την πορεία των εσόδων και των δαπανών της Γενικής Κυβέρνησης για την χρονική περίοδο 2008 – 2012, σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας.

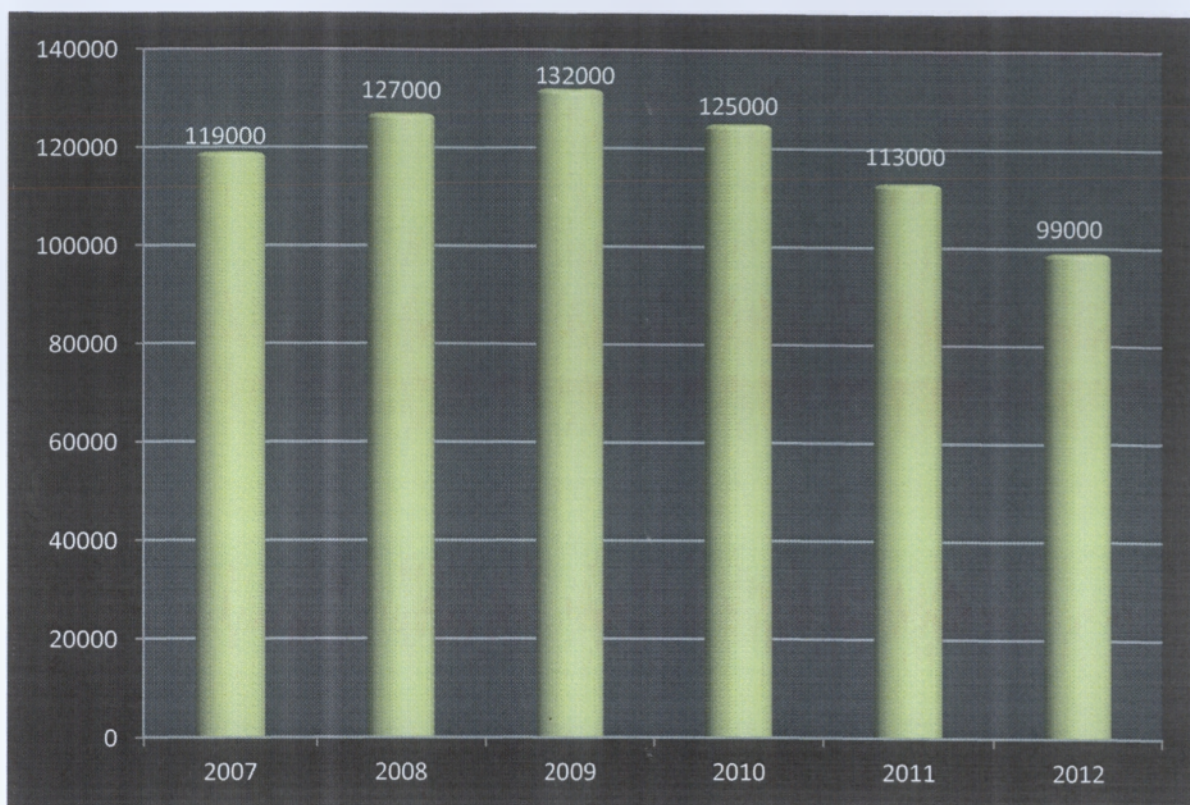


Πηγή: Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία, 2014

**Γράφημα 21 Εξέλιξη των δαπανών και των εσόδων της Γενικής Κυβέρνησης σε εκατομμύρια ευρώ (περίοδος 2008 – 2012)**

Μελετώντας την πορεία των εσόδων της Γενικής Κυβέρνησης παρατηρούμε μία σχεδόν σταθερή πορεία η οποία διακόπτεται από ορισμένες αυξομειώσεις μικρής έντασης. Από το 2008 έως και στο τέλος του 2012, τα έσοδα της Γενικής Κυβέρνησης σημείωσαν συνολικά μία μείωση της τάξης του 8,62%. Επίσης, πτωτική πορεία καταγράφουν οι δαπάνες της Γενικής Κυβέρνησης από το 2009 και μετά. Συνολικά, από το 2008 έως και το 2012, οι δαπάνες της Γενικής Κυβέρνησης σημείωσαν μια μείωση κατά 10,07%. (Γράφημα 21).





Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή & ΓΣΕΕ – ΑΔΕΔΥ, 2014

**Γράφημα 22 Αποδοχές εργασίας μισθωτών και αυτοαπασχολουμένων σε εκατομμύρια ευρώ (περίοδος 2007 – 2012)**

Από την οικονομική κρίση και τα απαιτούμενα μέτρα λιτότητας μειώθηκε η αγοραστική δύναμη των μισθωτών και των αυτοαπασχολουμένων, καθώς τα εισοδήματα εργασίας σημείωσαν συνολικά μείωση της τάξης του 16,81% από 2007 έως και το 2012.

Πιο αναλυτικά, από το 2007 έως και το 2009 υπήρξε μία αύξηση στις αποδοχές εργασίας μισθωτών και αυτοαπασχολουμένων της τάξης του 10,92%. Στη συνέχεια, έλαβαν πτωτική πορεία, καθώς από 132 δισεκατομμύρια ευρώ το 2009, μειώθηκαν στα 99 δισεκατομμύρια στο τέλος του 2012 (Γράφημα 22).



Πηγή: Υπουργείο Οικονομικών, 2012

**Γράφημα 23** Εξέλιξη της ιδιωτικής και της δημόσιας κατανάλωσης στην Ελλάδα (χρονική περίοδος 2001 – 2011)

Η ιδιωτική εθνική κατανάλωση διέπεται από διάφορες διακυμάνσεις. Ωστόσο, το 2008 ακολουθεί πτωτική πορεία, ενώ από το 2009 και μετά γίνεται αρνητική με έντονη πτωτική πορεία (Γράφημα 23). Συνολικά, από το 2001 έως και το τέλος του 2011, η ιδιωτική εθνική κατανάλωση μειώθηκε κατά σχεδόν 253%.

Επιπλέον, η δημόσια κατανάλωση χαρακτηρίζεται από διάφορες αυξομειώσεις, χωρίς, όμως, να ακολουθεί απόλυτα την ίδια πορεία με την ιδιωτική εθνική κατανάλωση στην υπό μελέτη χρονική περίοδο. Το 2010 και μετά γίνεται αρνητική, ενώ το 2011 αγγίζει τις -5,2 μονάδες, από 0,1 που ήταν το 2001.



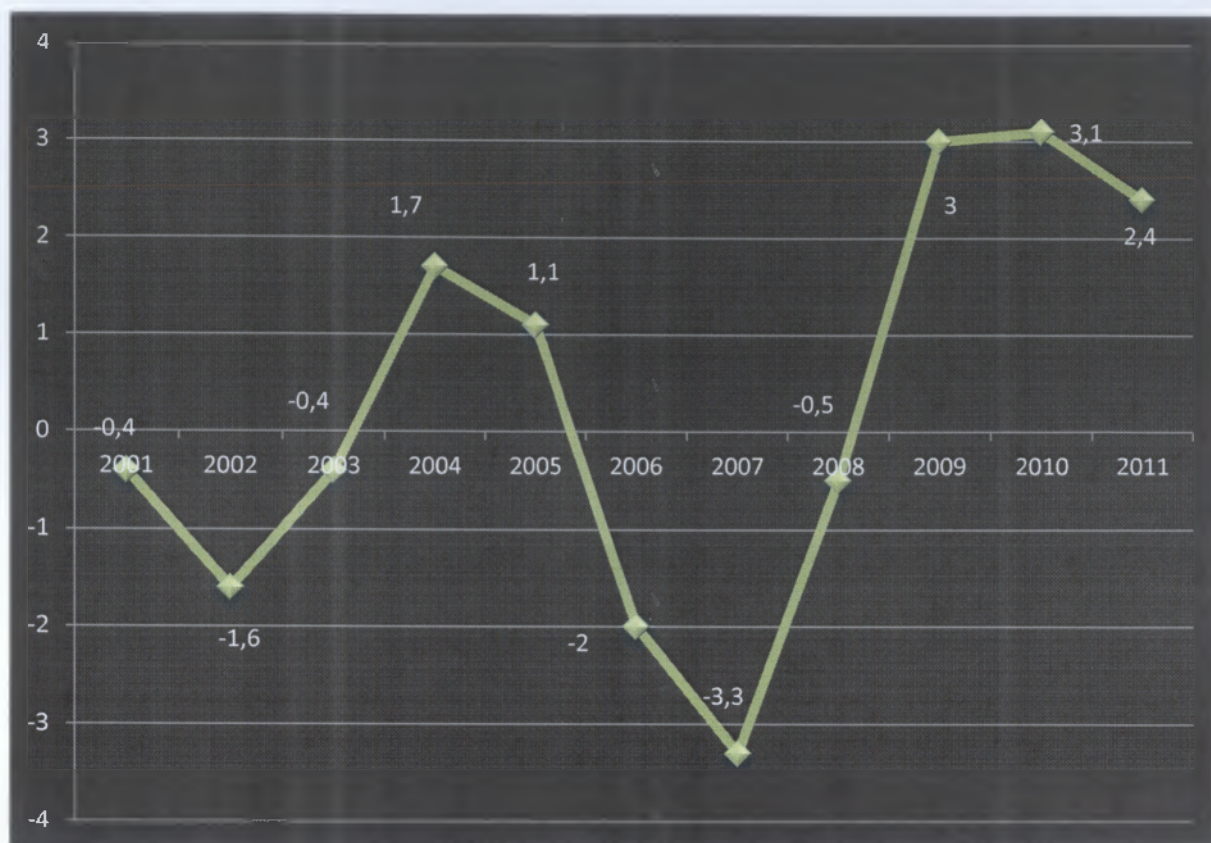
\* προσωρινά στοιχεία

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2014

#### Γράφημα 24 Ετήσια μεταβολή των εισαγωγών και των εξαγωγών αγαθών & υπηρεσιών (περίοδος 2001 – 2013)

Μελετώντας την πορεία των εξαγωγών και των εισαγωγών αγαθών και υπηρεσιών, παρατηρούμε ότι οι εξαγωγές από 103,9% το 2001 μειώθηκαν συνολικά στο 98,8%. Η μείωση αυτή είναι τη τάξης του 4,90%. Οι εισαγωγές αγαθών και υπηρεσιών από 103% το 2001 μειώθηκαν στο 98,4% το 2013, σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής. Η μείωση αυτή αγγίζει το 4,42% (Γράφημα 24).

Ωστόσο, από το έτος 2008 που ξέσπασε η οικονομική κρίση στην Ελλάδα έως και το 2013, παρατηρούμε ότι οι εξαγωγές μειώθηκαν κατά 5,27%, ενώ οι εισαγωγές μειώθηκαν κατά 6,66%.



Πηγή: Υπουργείο Οικονομικών, 2012

#### Γράφημα 25 Εξέλιξη των καθαρών εξαγωγών (περίοδος 2001 – 2011)

Σύμφωνα με τα δεδομένα του Γραφήματος 24 οι καθαρές εξαγωγές χαρακτηρίζονται από μεγάλες μεταβολές. Πιο αναλυτικά, τις περιόδους 2001 – 2003 και 2006 – 2008 οι καθαρές εξαγωγές σημειώνουν αρνητική πορεία, ενώ μετά το 2008 αποκτούν θετικό πρόσημο με αυξητική πορεία, η οποία, όμως, το 2010 αρχίζει να φθίνει (Γράφημα 25).

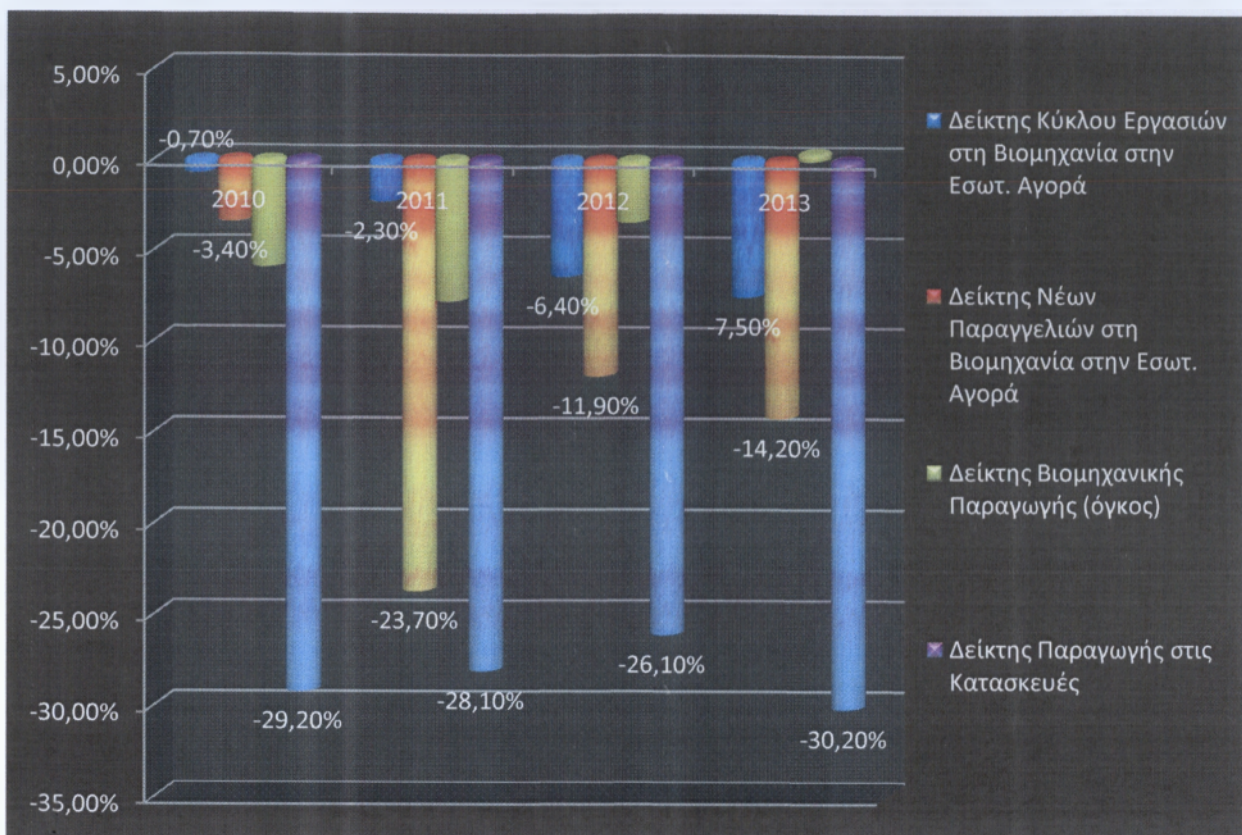
Στη συνέχεια, μελετάμε την εξέλιξη ορισμένων βασικών δεικτών οικονομικής δραστηριότητας για την χρονική περίοδο 2010 – 2013.

**Πίνακας 4 Δείκτες Οικονομικής Δραστηριότητας για την περίοδο 2010 – 2013**  
(ποσοστιαία μεταβολή)

	2010	2011	2012	2013
<b>Δείκτης Κύκλου Εργασιών στη Βιομηχανία στην Εσωτερική Αγορά</b>	-0,70%	-2,30%	-6,40%	-7,50%
<b>Δείκτης Νέων Παραγγελιών στη Βιομηχανία στην Εσωτερική Αγορά</b>	-3,40%	-23,70%	-11,90%	-14,20%
<b>Δείκτης Βιομηχανικής Παραγωγής (όγκος)</b>	-5,90%	-7,80%	-3,40%	0,40%
<b>Δείκτης Παραγωγής στις Κατασκευές</b>	-29,20%	-28,10%	-26,10%	-30,20%
<b>Οικοδομική Δραστηριότητα (αριθμός οικοδομικών αδειών)</b>	-11,10%	-28,50%	-36,50%	-50,10%
<b>Δείκτης Κύκλου Εργασιών στο Χονδρικό Εμπόριο</b>	-5,90%	-13,50%	-12,10%	-14,40%
<b>Δείκτης Κύκλου Εργασιών στο Λιανικό Εμπόριο (εκτός καυσίμων και λιπαντικών αυτοκινήτων)</b>	-5,00%	-7,70%	-11,30%	-8,30%
<b>Δείκτης Κύκλου Εργασιών στον Τομέα Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος και Εστίασης</b>	-8,20%	-7,40%	-17,20%	5,30%
<b>Τηλεπικοινωνίες</b>	-11,40%	-8,30%	-5,10%	-14,90%
<b>Πληροφορική</b>	-31,90%	-7,10%	-15,00%	-21,80%

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2013

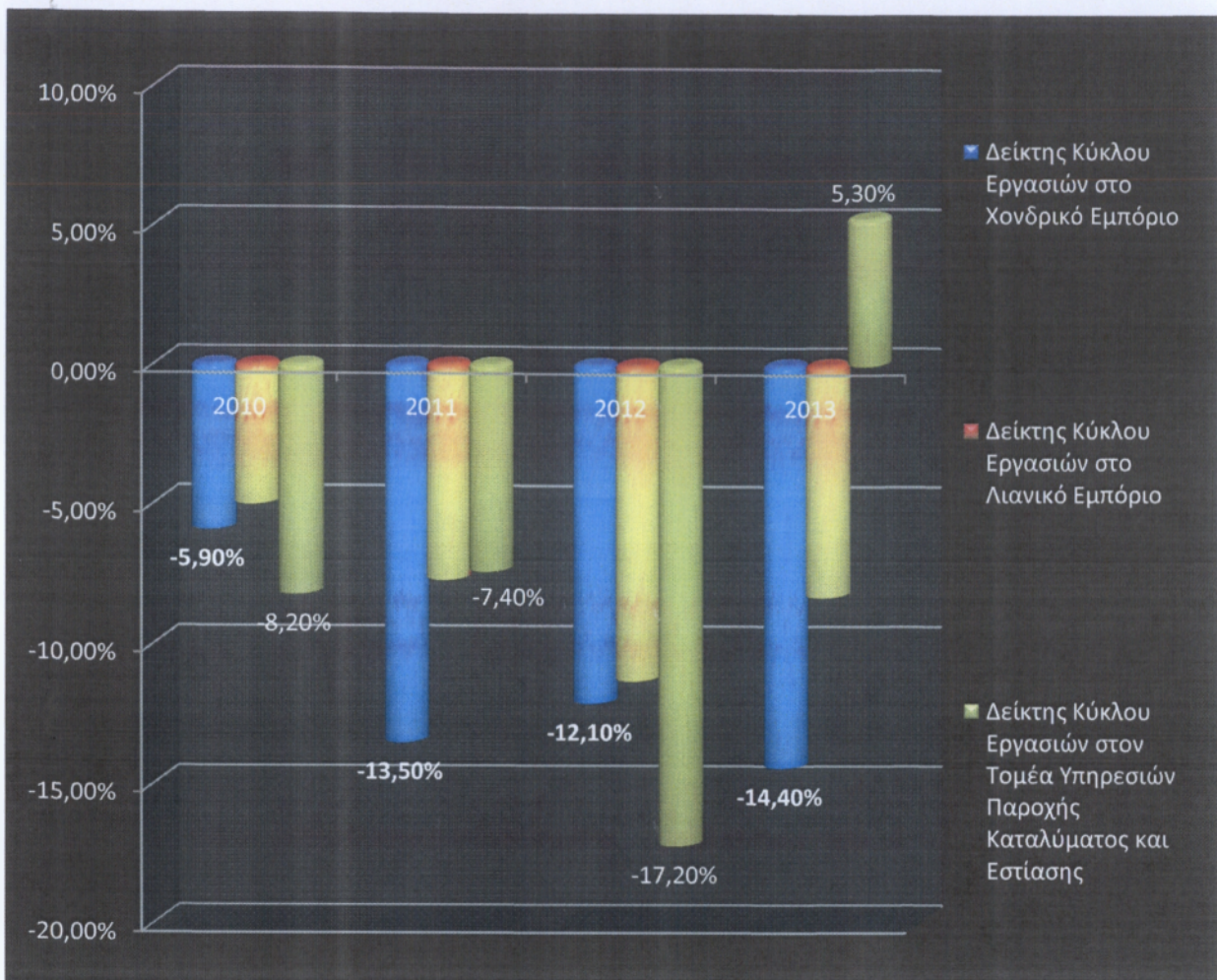
Όπως παρατηρούμε στον Πίνακα 4, σχεδόν όλοι οι επιλεγμένοι οικονομικοί δείκτες κατά την χρονική περίοδο 2010 – 2013 έχουν αρνητικό πρόσημο, καθώς ακολουθούν μεγάλη πτωτική πορεία.



Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2013

**Γράφημα 26 Ποσοστιαία μεταβολή του Δείκτη Κύκλου Εργασιών στη Βιομηχανία, του Δείκτη Νέων Παραγγελιών στη Βιομηχανία, του Δείκτη Βιομηχανικής Παραγωγής και του Δείκτη Παραγωγής στις Κατασκευές (2010 – 2013)**

Κατά την περίοδο 2010 – 2013, ο δείκτης κύκλου εργασιών στη βιομηχανία στην εσωτερική αγορά καταγράφει πτωτική πορεία, από -0,70% που ήταν το ποσοστό μεταβολής του το 2010 σε σχέση με το προηγούμενο έτος, το 2013 το ποσοστό μείωσης έχει αγγίξει το -7,50%. Αντίστοιχα, ο δείκτης νέων παραγγελιών στη βιομηχανία στην εσωτερική αγορά συνεχίζει την καθοδική του πορεία η οποία αυξάνεται, το ίδιο και ο δείκτης παραγωγής στις κατασκευές, του οποίου η μείωση έχει αγγίξει το -30,20%. Ενώ ο δείκτης της βιομηχανικής παραγωγής το 2013 σημείωσε μικρή θετική πορεία (Γράφημα 26).



Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2013

**Γράφημα 27 Ποσοστιαία μεταβολή του Δείκτη Κύκλου Εργασιών στο Χονδρικό & το Λιανικό Εμπόριο & στον Τομέα Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος & Εστίασης (2010 – 2013)**

Ο Δείκτης Κύκλου Εργασιών στο Χονδρικό Εμπόριο και στο Λιανικό Εμπόριο (εκτός των καυσίμων και των λιπαντικών αυτοκινήτων) ακολουθούν αυξανόμενη πτωτική πορεία την περίοδο 2010 – 2013, των οποίων η ποσοστιαία μεταβολή του 2013, σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, αγγίζει το -14,40% και το -8,30% αντίστοιχα. Αντίθετα, ο Δείκτης Κύκλου Εργασιών στον Τομέα Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος και Εστίασης, μετά από 3 χρόνια αυξανόμενης πτωτικής πορείας, το 2013 σημειώνει μικρή ανοδική πορεία, αγγίζοντας το 5,30%.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

### **ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΕΠΙΒΙΩΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ**

#### **3.1 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΝ ΜΕΣΩ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ**

Το οικονομικό περιβάλλον που επικρατεί είναι ιδιαίτερος δύσκολο τόσο για τις επιχειρήσεις όσο για τους καταναλωτές, οι οποίοι λόγω τις μειώσεις που υφίστανται στα εισοδήματά τους, προβαίνουν στην αναγκαστική περικοπή των δαπανών τους. Παράλληλα, τα ποσοστά ανεργίας διαρκώς αυξάνονται και οι πραγματοποιούμενες επενδύσεις μειώνονται ή παραμένουν σταθερές. Συνεπώς, οι επιχειρήσεις, κυρίως οι μικρές και οι μεσαίες, οι οποίες είναι αντιμέτωπες με την μείωση της καταναλωτικής ζήτησης, την δυσκολία εύρεσης ρευστότητας, η οποία συνεπάγεται δυσκολία στην αγορά πρώτων υλών και δυσκολία αποπληρωμής των δανείων τους και των λοιπών υποχρεώσεών τους, την αύξηση της επιβαλλόμενης φορολογίας, την αύξηση του ηλεκτρικού ρεύματος και του πετρελαίου, προβαίνουν σε περικοπή των δαπανών τους είτε μειώνοντας την παραγωγή είτε μειώνοντας το προσωπικό τους.

Ωστόσο, δεν αποτελούν μακροπρόθεσμες λύσεις για τις επιχειρήσεις. Για το λόγο αυτό απαιτείται η ανάπτυξη ορισμένων στρατηγικών ανάπτυξης ή και αναθεώρηση των λειτουργιών και του τρόπου οργάνωσης της επιχείρησης, προκειμένου και να επιβιώσει από την οικονομική κρίση, αλλά και να αυξήσει το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα.

Σύμφωνα με τους Robbins & Pearce (1992), στην περίπτωση που η οικονομία βρίσκεται σε κάθοδο, οι επιχειρήσεις οφείλουν να αναπτύξουν στρατηγικές αναστροφής, δηλαδή να προβούν σε ρευστοποίηση των τίτλων τους και των παραγωγικών τους μονάδων, σε βελτίωση της αποτελεσματικότητας (μέσω της αλλαγής στην διοικητική δομή της επιχείρησης και τον έλεγχο των δαπανών), σε βελτίωση των στρατηγικών marketing που χρησιμοποιούν κτλ.



### **3.1.1. Στρατηγικές αναστροφής**

Μερικές από τις κύριες στρατηγικές αναστροφής είναι οι ακόλουθες (Σχοινιωτάκης & Διβινή, 2013):

#### **3.1.1.1 Στρατηγική της ανόρθωσης**

Η στρατηγική της ανόρθωσης υιοθετείται από την επιχείρηση στην περίπτωση που καταγράφει αρκετά χαμηλή απόδοση, σε σημείο που τα κέρδη που έχει δεν μπορούν να καλύψουν το απαιτούμενο κόστος κεφαλαίου. Τα στάδια που απαιτούνται για την σωστή εφαρμογή της στρατηγικής της ανόρθωσης είναι τα εξής (Σχοινιωτάκης & Διβινή, 2013):

##### **i) το στάδιο της συρρίκνωσης (ή αλλιώς downsizing)**

Καθώς, στην περίπτωση αυτή, ο βασικός σκοπός της εταιρείας είναι η επιβίωσή της, η Διοίκηση προβαίνει στις απαιτούμενες περικοπές των δαπανών. Ωστόσο, οι περικοπές αυτές επηρεάζουν με αρνητικό τρόπο την αποτελεσματική δραστηριότητα της επιχείρησης. Για το λόγο αυτό, η στρατηγική αυτή υλοποιείται για προληπτικούς λόγους, πριν η εταιρεία βρεθεί αντιμέτωπη με προβλήματα που αφορούν στην επιβίωσή της.

##### **ii) το στάδιο της σταθερότητας**

Αφού εφαρμοστούν οι απαιτούμενες περικοπές στις δαπάνες λειτουργίας της, η επιχείρηση πρέπει να εστιάσει τις δραστηριότητές της:

- σε περισσότερο αποδοτικές αγορές
- στην παραγωγή νέων πιο αποδοτικών προϊόντων ή υπηρεσιών
- σε νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες οι οποίες θα συμπίεζον τις δαπάνες και θα αυξάνουν την παραγωγικότητα της επιχείρησης.

### **iii) το στάδιο της αναδόμησης της επιχείρησης**

Αφού η επιχείρηση καταφέρει να εξασφαλίσει την επιβίωσή της και την σταθεροποίηση της λειτουργίας της, τότε το επόμενο στάδιο είναι η πραγματοποίηση βημάτων που θα την οδηγήσουν στην ανάπτυξη.

#### **3.1.1.2 Στρατηγική της αιχμάλωτης επιχείρησης**

Η στρατηγική της αιχμάλωτης επιχείρησης πραγματοποιείται όταν η επιχείρηση προσπαθεί να βγει από το οικονομικό αδιέξοδο στο οποίο βρίσκεται. Στην περίπτωση αυτή, ακολουθεί την στρατηγική και τις αποφάσεις που λαμβάνει η άλλη επιχείρηση στην οποία γίνεται εξαρτώμενη (Σχοινιωτάκης & Διβινή, 2013). Με άλλα λόγια, η άλλη επιχείρηση από την οποία εξαρτάται η υπό μελέτη επιχείρηση, αναλαμβάνει το ρόλο που θα την διασώσει από τα οικονομικά της προβλήματα.

#### **3.1.1.3 Στρατηγική της από-επένδυσης**

Η στρατηγική της από-επένδυσης υλοποιείται από μία επιχείρηση όταν η στρατηγική της ανόρθωσης δεν αποφέρει τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα και η επιχείρηση χρειάζεται επειγόντως ρευστότητα. Σύμφωνα με την στρατηγική της από-επένδυσης, η επιχείρηση προβαίνει στην πώληση ενός τμήματος ή ορισμένων τμημάτων της, προκειμένου να αποκτήσει ρευστότητα.

#### **3.1.1.4 Στρατηγική της ρευστοποίησης**

Η στρατηγική της ρευστοποίησης εφαρμόζεται όταν οι προαναφερθέντες στρατηγικές δεν έχουν αποφέρει τα αναμενόμενα αποτελέσματα. Σύμφωνα με την στρατηγική της ρευστοποίησης η επιχείρηση πραγματοποιεί την πώληση:

- των παγίων κεφαλαίων της
- των επιχειρηματικών της δραστηριοτήτων, το οποίο συνεπάγεται τον τερματισμό της λειτουργίας της επιχείρησης.

### **3.1.1.5 Στρατηγική της διαφοροποίησης**

Σύμφωνα με την στρατηγική της διαφοροποίησης, η επιχείρηση προβαίνει στην διαφοροποίηση των δραστηριοτήτων της, προκειμένου να μειώσει τον κίνδυνο επιβίωσης που αντιμετωπίζει και για να αντισταθμίσει τις ενδεχόμενες ζημιές από τα παραγόμενα προϊόντα. Αξίζει να αναφερθεί ότι η οικονομική κρίση και συνεπώς η ύφεση δεν πλήττει όλες τις περιοχές μιας χώρας στον ίδιο βαθμό. Για το λόγο αυτό, αρκετές επιχειρήσεις που ακολουθούν την στρατηγική της διαφοροποίησης, προβαίνουν στην διαφοροποίηση των πολιτικών της, καθώς και των στρατηγικών marketing που υιοθετεί ανά περιοχή, προκειμένου να ισορροπήσουν τις ενδεχόμενες απώλειες στα έσοδά τους που αντιμετωπίζουν από τις περιοχές οι οποίες πλήττονται από την ύφεση με μεγάλη ένταση.

Οι επιχειρήσεις οφείλουν να υιοθετήσουν την στρατηγική της διαφοροποίησης πριν επέλθει η ύφεση της οικονομίας ή του κλάδου στον οποίο λειτουργούν. Σύμφωνα με τους McGlashan & Singleton (1987), η στρατηγική της διαφοροποίησης στο προϊόν που παράγεται ή στην υπηρεσία που παρέχεται ή στις γεωγραφικές περιοχές που δραστηριοποιείται, αντισταθμίζονται οι συνέπειες της ύφεσης.

### **3.1.2 Χρηματοοικονομική διαχείριση**

Σύμφωνα με τους Dobbs et al (2002) σε περιόδους όπου πλήττονται από την ύφεση οι επιχειρήσεις που μπορούν να δραστηριοποιούνται με χαμηλούς τους δείκτες της χρηματοοικονομικής μόχλευσης, καταφέρνουν να εξασφαλίσουν την επιβίωσή τους σε καλύτερο βαθμό. Να σημειωθεί ότι οι δείκτες χρηματοοικονομικής μόχλευσης υπολογίζουν το βαθμό της χρηματοδότησης της επιχείρησης από ξένα κεφάλαια (Χαραλαμπίδης, 2013).

Για την επιβίωσή της, η επιχείρηση οφείλει να επικεντρωθεί στην εξάλειψη (όσο είναι εφικτό) των κινδύνων, καθώς και στην αύξηση της πιθανότητας να επιβιώσει. Για το λόγο αυτό η Διοίκηση της επιχείρησης πρέπει να προβεί κυρίως στην ορθή και αποτελεσματική διαχείριση της ρευστότητας, των δαπανών και των παγίων της.

### 3.1.2.1 Ρευστότητα

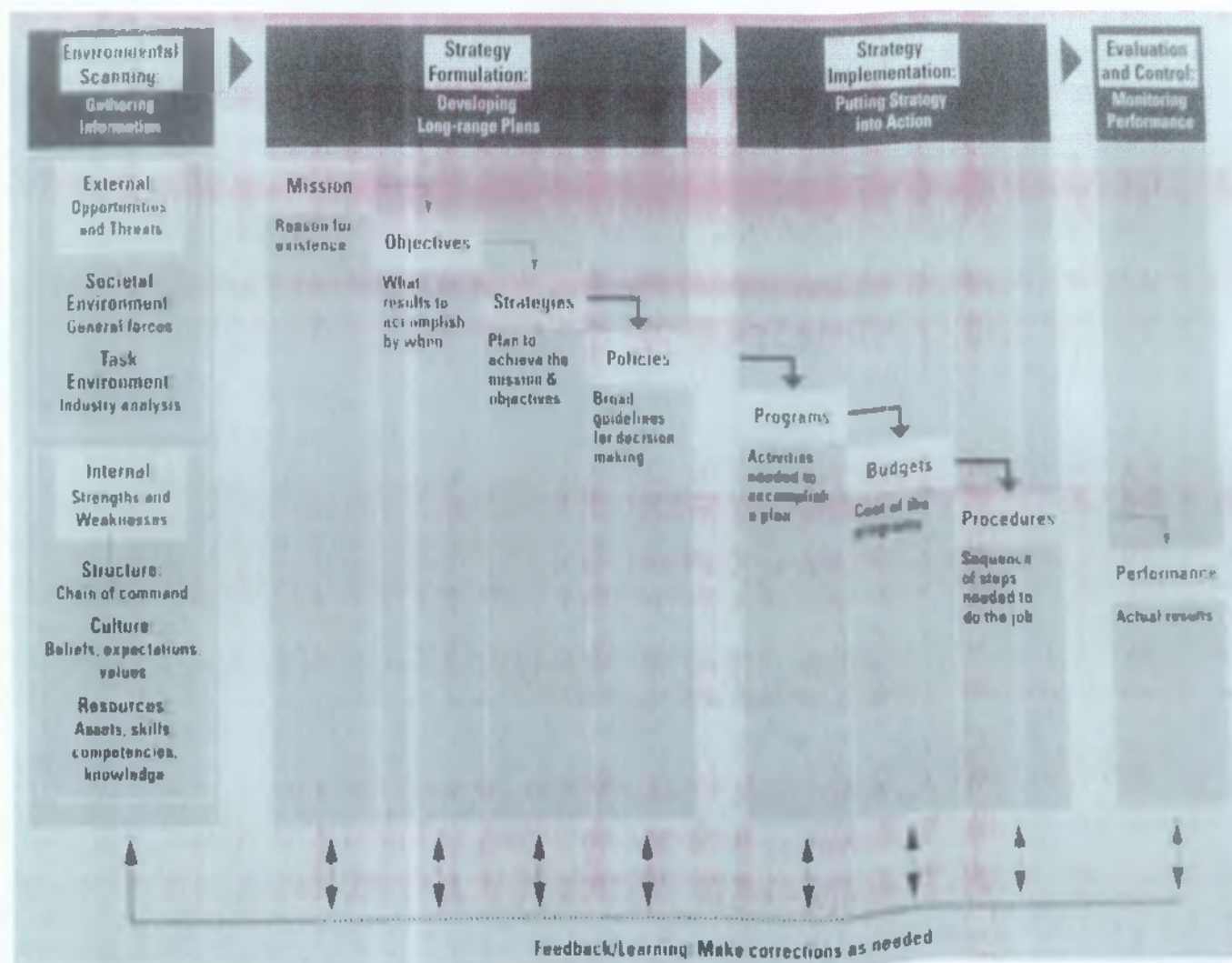
Όταν οι επιχειρήσεις πλήττονται από την ύφεση στην οικονομία ή τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιούνται, είναι αντιμέτωπες κυρίως με την έλλειψη ρευστότητας, για το λόγο ότι δεν δύναται να αποπληρώσει τις υποχρεώσεις της, αλλά ούτε και να λάβει τις απαιτήσεις της ή ένα από τα δύο.

Οι απαιτούμενες ενέργειες στις οποίες πρέπει να προβεί η επιχείρηση για την αντιμετώπιση της έλλειψης ρευστότητας είναι οι ακόλουθες (Σχοινιωτάκης & Διβινή, 2013):

- Καταγραφή όλων των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης, όπως για παράδειγμα είναι ο κτιριακός και ο μηχανικός εξοπλισμός, το ύψος των διατηρούμενων αποθεμάτων κοκ. Στη συνέχεια, σύμφωνα με τα στοιχεία που θα προκύψουν, τα στελέχη της Διοίκησης της επιχείρησης οφείλουν να ιεραρχήσουν με βάση την χρονολογία τις απαιτούμενες υποχρεώσεις που οφείλει να καλύψει η επιχείρηση και τις απαιτήσεις που πρέπει να εισπράξει.
- Στη συνέχεια, τα στελέχη της Διοίκησης προβαίνουν στον προσδιορισμό και την ανάπτυξη της αποτελεσματικής στρατηγικής που θα υιοθετήσει και θα εφαρμόσει η επιχείρηση, με σκοπό την ικανοποίηση των μακροπρόθεσμων και των βραχυπρόθεσμων επιχειρηματικών στόχων. Αναφορικά με την ιεράρχηση των υποχρεώσεων της, η Διοίκηση οφείλει να την πραγματοποιήσει σύμφωνα με τον κίνδυνο που μπορεί να προκύψει γι' αυτήν σε περίπτωση μη αποπληρωμής. Στην περίπτωση που η επιχείρηση δεν δύναται να αποπληρώσει τις υποχρεώσεις της, τότε προβαίνει στην ρευστοποίηση των κεφαλαίων της.

Στην Εικόνα 1 απεικονίζεται το Μοντέλο Στρατηγικού Σχεδιασμού. Σύμφωνα με αυτό, η επιχείρηση αναλύει το εξωτερικό περιβάλλον με τη βοήθεια της ανάλυσης SWOT (δυνάμεις, αδυναμίες, ευκαιρίες, απειλές) και της ανάλυσης PESTEL (πολιτικό, οικονομικό, κοινωνικό, τεχνολογικό, ηθικό και νομικό περιβάλλον) στο οποίο δραστηριοποιείται. Στη συνέχεια, σχεδιάζει την στρατηγική, θέτοντας την

αποστολή, τους στόχους, δηλαδή τα επιθυμητά αποτελέσματα και τις στρατηγικές, δηλαδή τους τρόπους με τους οποίους θα πραγματοποιήσει την αποστολή και τους στόχους. Αφού σχεδιαστούν οι στρατηγικές, η επιχείρηση καθορίζει τις πολιτικές, δηλαδή τις γενικές οδηγίες για την λήψη των αποφάσεων. Εν συνεχεία, η επιχείρηση εφαρμόζει την στρατηγική, αναπτύσσοντας τα απαιτούμενα προγράμματα, υπολογίζοντας το κόστος και καθορίζοντας αναλυτικά τις διαδικασίες. Στο τέλος, αξιολογείται η στρατηγική μέσα από τον υπολογισμό των αποτελεσμάτων.



Πηγή: Wheelen & Hunger, 2008, p.1

**Εικόνα 1 Μοντέλο Στρατηγικού Σχεδιασμού**

- Αφού καθοριστεί η κατάλληλη στρατηγική που θα ακολουθήσει, η επιχείρηση πρέπει να διαχειριστεί με τον πιο αποδοτικό τρόπο τις απαιτήσεις της. Για να καταστεί αυτό δυνατό, η επιχείρηση πρέπει να προβεί στις απαραίτητες διαπραγματεύσεις με τους πελάτες της ή και να τους παρέχει ορισμένες εκπτώσεις, ως κίνητρα για την έγκαιρη αποπληρωμή των χρεών τους σε αυτήν. Οι εκάστοτε διαπραγματεύσεις και οι εκάστοτε προσφορές – εκπτώσεις επί των απαιτήσεών της θα διαφέρουν ανάλογα με τον πιστωτικό κίνδυνο που ενέχει ο κάθε πελάτης για την επιχείρηση.
- Πέρα από τις απαιτήσεις της, η επιχείρηση πρέπει να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις που έχει έναντι των πιστωτών και των προμηθευτών της. Η διαπραγμάτευση με αυτούς και η παράθεση των προβλημάτων που αντιμετωπίζει αποτελεί μία καλή στρατηγική. Η Διοίκηση οφείλει να καταστήσει σαφές τους κινδύνους που ελλοχεύουν για τους προμηθευτές και τους πιστωτές σε περίπτωση που δεν επιτευχθεί η επιβίωσή της. Επίσης, οφείλει να διαπραγματευθεί με τους επενδυτές – δανειστές της τους όρους του δανεισμού, προσπαθώντας να επιτύχει είτε μείωση των τοκοχρεολυσίων, είτε επιμήκυνση του χρόνου που έχει συμφωνηθεί για την εξόφληση των οικονομικών κεφαλαίων που έχει λάβει ως δάνειο, προκειμένου να εξασφαλισθεί μεγαλύτερη ή επαρκής ρευστότητα για την επιχείρηση.
- Επιπρόσθετα, η επιχείρηση οφείλει να αναζητήσει νέους τρόπους για να αυξήσει τα έσοδά της, είτε μέσω του μείγματος marketing είτε μέσω της υιοθέτησης στρατηγικών ανάπτυξης.
- Άλλος αποδοτικός τρόπος, προκειμένου η επιχείρηση να επιτύχει ρευστότητα είναι η επίτευξη συμφωνίας για συνεργασία με επιχειρήσεις που παράγουν ομοειδή ή ανομοιογενή προϊόντα ή υπηρεσίες. Μία τέτοια συνεργασία μπορεί να επιτευχθεί μέσω της εξαγοράς ή της συγχώνευσης της εταιρείας από μία άλλη επιχείρηση.
- Η ρευστότητα μπορεί να επέλθει και με την καθετοποίηση ορισμένων διαδικασιών της επιχείρησης είτε προς τα εμπρός είτε προς τα πίσω, με σκοπό

την εξοικονόμηση του κόστους των μεσαζόντων ή των προμηθευτών αντίστοιχα.

- Η μείωση του ύψους των αποθεμάτων μειώνει το κόστος που προκύπτει από την αποθήκευση των αποθεμάτων, αλλά, παράλληλα, εξασφαλίζει και ρευστότητα η οποία προκύπτει μέσα από την πώληση των αποθεμάτων.
- Σε περιόδους ύφεσης, η μείωση του κόστους λειτουργίας από τις επιχειρήσεις είναι ιδιαίτερος επιτακτική. Αξίζει να σημειωθεί ότι η οποιαδήποτε περικοπή δαπανών δεν πρέπει να μειώνει και την παρεχόμενη ποιότητα. Οι μειώσεις αυτές μπορούν να επέλθουν και μέσα από την απόλυση του προσωπικού. Ωστόσο, η κίνηση αυτή πρέπει να πραγματοποιηθεί με μεγάλη προσεκτικότητα, προκειμένου να μην δημιουργηθεί κάποιο πρόβλημα στην δομή της επιχείρησης και στην παραγωγική της διαδικασία. Πολύ σημαντικό είναι οι επιχειρήσεις να αξιοποιούν όλους τους συντελεστές παραγωγής πλήρως και αποδοτικά. Για να επιτευχθεί αυτό, οι εργαζόμενοι πρέπει να νιώθουν ικανοποιημένοι από το χώρο εργασίας, τα εργασιακά τους καθήκοντα που έχουν να επιτελέσουν, το κλίμα και τις συνθήκες που επικρατούν, τις σχέσεις τους με τους συναδέλφους τους καθώς και με τα στελέχη της Διοίκησης. Επομένως, πρέπει η Διοίκηση να τους παρέχει τα απαραίτητα κίνητρα και τις κατάλληλες μεθόδους παρακίνησης, προκειμένου να εργάζονται αποδοτικά και αποτελεσματικά.

Άλλοι τρόποι περικοπής των δαπανών ενδεικτικά είναι οι εξής (Σχοινιωτάκης & Διβινή, 2013):

- η συγκέντρωση της επιχείρησης στα αποδοτικά προϊόντα και την παύση των μην αποδοτικών προϊόντων, ή η αναζήτηση νέων προϊόντων και υπηρεσιών. Παράλληλα, είναι ιδιαίτερα σημαντικό οι επιχειρήσεις που βρίσκονται υπό την απειλή της ύφεσης να επικεντρωθούν στις δραστηριότητες που εμφανίζουν μακροχρόνια κερδοφορία (Branstad, Jackson & Banerji, 2008)

- η απλοποίηση του οργανογράμματος που ακολουθείται στην επιχείρηση, καθώς και η απλοποίηση αρκετών διαδικασιών που λαμβάνουν χώρα στο εσωτερικό της επιχείρησης
- η υιοθέτηση του outsourcing. Με άλλα λόγια, η ανάθεση, με πληρωμή, σε εξειδικευμένες επιχειρήσεις ορισμένων λειτουργιών της. Η διαδικασία αυτή θα απαλλάξει την υπό μελέτη επιχείρηση από επιπλέον κόστος, καθώς δεν θα απαιτείται να διαθέτει το κατάλληλο προσωπικό και τον κατάλληλο εξοπλισμό για τις συγκεκριμένες λειτουργίες που έχει αναθέσει σε εξωτερικούς συνεργάτες
- η περικοπή των λειτουργικών δαπανών, η οποία μπορεί να προκύψει μέσα από την μείωση των εξόδων διοίκησης, των καταβαλλόμενων δαπανών για τα ενοίκια κτλ.

### 3.1.2.2 Στρατηγική της διαχείρισης του παγίου κεφαλαίου

Μία επιχείρηση που αντιμετωπίζει σοβαρό πρόβλημα ρευστότητας μπορεί να εξοικονομήσει την εκροή οικονομικών πόρων μέσα από την πώληση παγίων κεφαλαίων. Με το leasing η επιχείρηση μπορεί να αποκτήσει τον επιθυμητό πάγιο εξοπλισμό, έναντι του απαιτούμενου ενοικίου. Επίσης, η ίδια επιχείρηση μπορεί να διαθέσει σε τρίτους έναντι ενοικίου ορισμένες κτιριακές εγκαταστάσεις που δεν χρησιμοποιεί, με σκοπό να περικόψει τις λειτουργικές της δαπάνες.

Με την «Πώληση και Επαναμίσθωση των Παγίων Στοιχείων» (Sale and Lease Back), η εκάστοτε επιχείρηση η οποία επιδιώκει την βελτίωση της ρευστότητάς της, μπορεί να μετατρέψει σε κεφάλαιο κίνησης, τα κεφάλαια που έχει επενδύσει προκειμένου να αποκτήσει τον εξοπλισμό της και τα διάφορα πάγια περιουσιακά της στοιχεία. Πιο αναλυτικά, η οικονομική μονάδα που αντιμετωπίζει πρόβλημα ρευστότητας μπορεί να προβεί στην πώληση των παγίων κεφαλαίων της σε μία εταιρία που παρέχει υπηρεσίες leasing. Επιπλέον, μπορεί να μισθώσει τα ίδια αυτά πάγια στοιχεία μέσω της διαδικασία του leasing, βελτιώνοντας τον ισολογισμό της.



### 3.1.3 Στρατηγική της αποτελεσματικής της οργάνωσης & του εκσυγχρονισμού

Μία επιχείρηση, σε περίοδο ύφεσης, πέρα από την αποδοτική χρηματοοικονομική διαχείριση, οφείλει να επαναπροσδιορίσει τον τρόπο οργάνωσης της, καθώς να προβεί στον απαραίτητο εκσυγχρονισμό όλων των εσωτερικών της λειτουργιών. Πιο συγκεκριμένα το οργανόγραμμα της επιχείρησης θα πρέπει να είναι πιο αποδοτικό και ευέλικτο, προκειμένου να ανταποκρίνεται άμεσα στις νέες ανάγκες της εταιρείας. Πρέπει με την κατάλληλη οργάνωση να επιτυγχάνεται η ταχεία λήψη αποφάσεων οι οποίες να επικεντρώνονται κυρίως στην επίτευξη της ανάπτυξης. Ο βασικός σκοπός που πρέπει να ικανοποιηθεί είναι η όσο το δυνατόν λιγότερες γραφειοκρατικές διαδικασίες, γεγονός το οποίο θα οδηγήσει σε σημαντικής μείωση των λειτουργικών δαπανών. Η χρήση των νέων τεχνολογιών σε όλες τις λειτουργίες της επιχείρησης μπορεί να συμβάλλει στην επίτευξη των παραπάνω.

Προκειμένου η επιχείρηση να περιορίσει τις γραφειοκρατικές της διαδικασίες και να γίνει περισσότερο ευέλικτη, προτείνεται να αυτοματοποιήσει – τυποποιήσει ορισμένες επιχειρηματικές λειτουργίες, καθώς με τον τρόπο αυτό θα μειώσει τις λειτουργικές δαπάνες, ενώ παράλληλα θα αυξήσει το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα, καθώς θα αυξηθεί η εξυπηρέτηση θα γίνει περισσότερο γρήγορη και άμεση.

Πέρα από την αυτοματοποίηση των διαδικασιών, σε περιόδους ύφεσης οι επιχειρήσεις οφείλουν να επικεντρωθούν στον σχεδιασμό και την ανάπτυξη νέων καινοτόμων προϊόντων ή υπηρεσιών, προκειμένου να αυξηθεί το μερίδιο που διαθέτουν στην αγορά, προσελκύοντας νέους πελάτες. Επιπρόσθετα, η επιχείρηση μπορεί να εφαρμόσει την στρατηγική των επενδύσεων, καθώς κατά την χρονική περίοδο που η ύφεση πλήττει την οικονομία, δημιουργούνται ευκαιρίες επένδυσης, για το λόγο ότι οι τιμές των παγίων κεφαλαίων μειώνονται, για το λόγο ότι αρκετές επιχειρήσεις, λόγω έλλειψης ρευστότητας, αναγκάζονται να πωλούν ή να υπενοικιάζουν σε χαμηλές τιμές τις εγκαταστάσεις ή και τον εξοπλισμό τους. Συνεπώς, δημιουργούνται επενδυτικές ευκαιρίες για άλλες επιχειρήσεις οι οποίες έχουν εξασφαλίσει την επιβίωσή τους. Παράλληλα, λόγω των αυξημένων ποσοστών

ανεργίας οι επιχειρήσεις μπορούν να προσλάβουν εξειδικευμένο προσωπικό με χαμηλότερες αποδοχές (Σχοινιωτάκης & Διβινή, 2013).

Μία επιπλέον σημαντική στρατηγική που ενισχύει την βιωσιμότητα της επιχείρησης, αποτελεί η συνεχής επικοινωνία της με τους καταναλωτές μέσα από διάφορες ενέργειες προώθησης προϊόντων ή μέσα από τις διαφημίσεις στην τηλεόραση, στο ραδιόφωνο, τις εφημερίδες, τα περιοδικά και το Διαδίκτυο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα επιχειρήσεων οι οποίες εκμεταλλεύτηκαν τις πολύ χαμηλότερες τιμές που κοστίζει πλέον ο τηλεοπτικός χρόνος προβολής στους τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας είναι οι επιχειρήσεις τηλε-μάρκετινγκ. Οι επιχειρήσεις αυτές πριν την έντονη ύφεση πρόβαλλαν τις διαφημίσεις τους είτε τις νυχτερινές ώρες είτε σε τοπικούς τηλεοπτικούς σταθμούς. Πλέον όλοι οι πανελλαδικοί τηλεοπτικοί σταθμοί προβάλλουν τα προϊόντα τους καθ' όλη την διάρκεια της ημέρας.

Προκειμένου η επιχείρηση να συμπίεσει το κόστος, και παράλληλα να αυξήσει την απόδοση της επικοινωνιακής της πολιτικής, οφείλει να προβεί στην επιθυμητή τμηματοποίηση των τελικών καταναλωτών που επιθυμεί να απευθυνθεί, προκειμένου, μέσα από την κατάλληλη έρευνα, να μπορέσει να διαπιστώσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες του κάθε target group πελατών που έχει. Επιπρόσθετα, θα πρέπει να προωθήσει περισσότερα προϊόντα στο ήδη υπάρχον πελατολόγιό της, προκειμένου να το διατηρήσει σταθερό και να τους προσφέρει, όσο το δυνατόν, εξατομικευμένη εξυπηρέτηση.

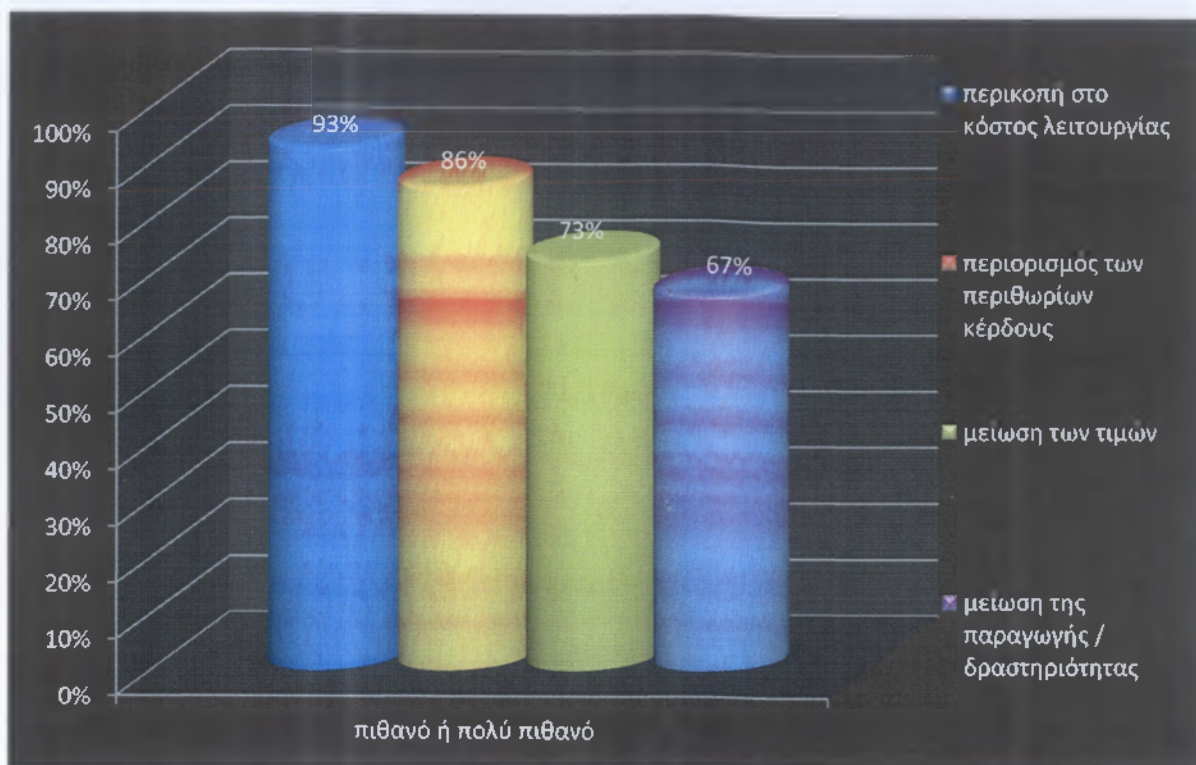
Ιδιαίτερος σημαντική και με πολύ χαμηλό κόστος είναι η διαφήμιση στο Διαδίκτυο και δη στα κοινωνικά δίκτυα ή στις διάφορες εφαρμογές που χρησιμοποιούν τα κινητά τηλέφωνα. Πρέπει να επικεντρωθεί στην δημιουργία ενός brand name το οποίο θα είναι αναγνωρίσιμο από τους πελάτες, και θα το συνδυάσουν με την καλή και άμεση εξυπηρέτηση. Μέσα από την δημιουργία του κατάλληλου brand name, η επιχείρηση προσπαθεί να αναπτύξει έναν συναισθηματικό δεσμό μεταξύ του προϊόντος της και του τελικού καταναλωτή. Οι ενέργειες αυτές μπορούν να πραγματοποιηθούν σε συνδυασμό με την παροχή προσφορών ή την ανταγωνιστική τιμολογιακή πολιτική (Σχοινιωτάκης & Διβινή, 2013).

Σύμφωνα με τους Srinivasan, Anderson & Ponnarolu (2002), οι επιχειρήσεις οφείλουν να εκλάβουν την οικονομική ύφεση ως ευκαιρία και να εκμεταλλευθούν τις συνθήκες που επικρατούν και να εφαρμόσουν μία περισσότερο επιθετική πολιτική marketing. Με άλλα λόγια, υποστήριξαν ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι ευέλικτες και να αντιδρούν στην εκάστοτε μεταβολή που επέρχεται στο οικονομικό περιβάλλον.

### **3.2 Η ΑΝΤΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ**

Η ελληνική οικονομία πλήττεται για 6 συνεχόμενη χρονιά από την οικονομική κρίση, η οποία χαρακτηρίζεται από παρατεταμένη ύφεση, πτώση των βασικών οικονομικών δεικτών και της καταναλωτικής ζήτησης, ενώ οι επενδύσεις είναι πολύ περιορισμένες. Η έλλειψη ρευστότητας προκαλεί προβλήματα επιβίωσης σε πολλές επιχειρήσεις, ενώ σε η κερδοφορία πολλών επιχειρήσεων έχει περιοριστεί σε πολύ μεγάλο βαθμό.

Επιπρόσθετα, καταγράφεται περαιτέρω πτωτική πορεία στον κύκλο εργασιών, ενώ η κεφαλαιουχική βάση του εμπορίου συνεχίζει να συρρικνώνεται. Περίπου οι 4 στις 10 ανώνυμες εταιρείες και εταιρείες περιορισμένες ευθύνης (ΑΕ και ΕΠΕ), καθώς και οι 5 στις 10 ομόρρυθμες, ετερόρρυθμες και ατομικές επιχειρήσεις (ΟΕ και ΕΕ) θεωρούν πολύ πιθανό ότι δεν θα καταφέρουν να αποπληρώσουν τις υποχρεώσεις τους (Ινστιτούτο Εμπορίου & Υπηρεσιών, 2013).



Πηγή: Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών & McKinsey Company

### Γράφημα 28 Κατανομή των επιχειρήσεων ως προς τον πιθανό ή πολύ πιθανό τρόπο αντίδρασής τους στην οικονομική κρίση (2009)

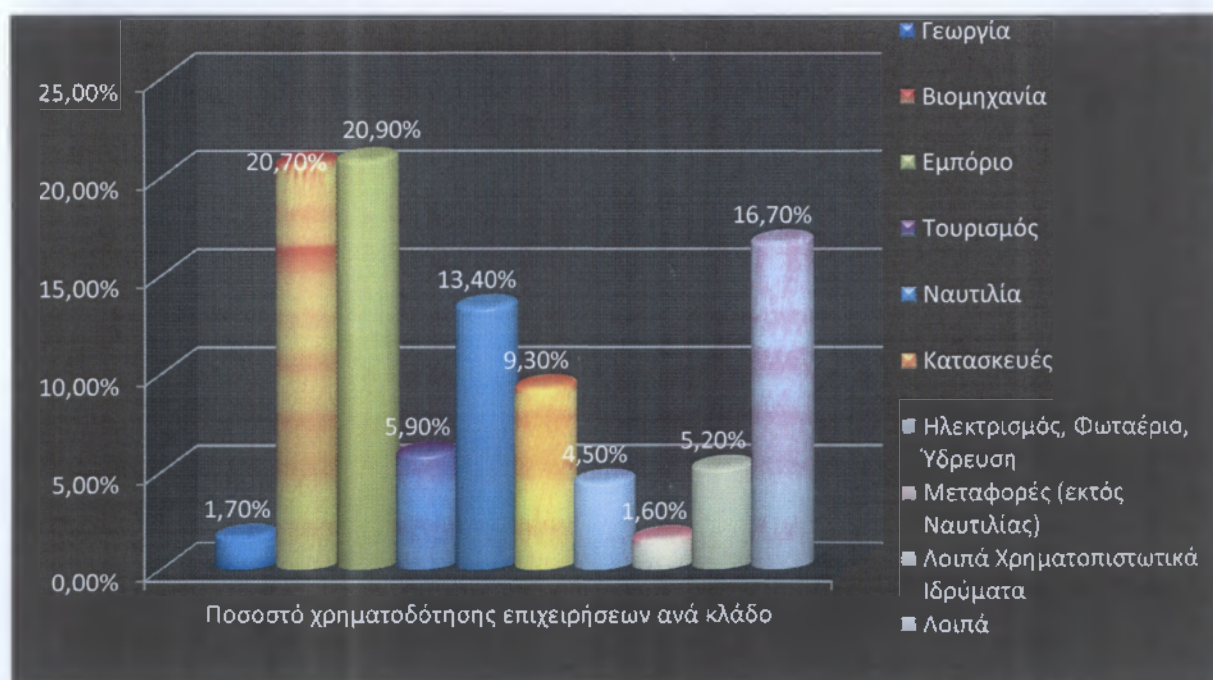
Σύμφωνα με την έρευνα του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών το 2009 σε συνεργασία με την εταιρεία McKinsey σε δείγμα 587 επιχειρήσεων που απασχολούν πάνω από 90.000 εργαζομένους, διαπιστώνεται ότι οι επιχειρήσεις σε ποσοστό 93% θεωρούν ότι ο πλέον πιθανός τρόπος αντίδρασής τους στην οικονομική κρίση αποτελεί η μείωση των δαπανών λειτουργίας, ενώ σε ποσοστό 86% οι επιχειρήσεις επιλέγουν την μείωση των περιθωρίων κέρδους. Επίσης, το 73% των επιχειρήσεων απαντούν ότι είναι πολύ πιθανό να προβούν σε μείωση των τιμών, ενώ το 67% θεωρεί ότι θα μειώσει την παραγωγή ή τις δραστηριότητές τους (Γράφημα 28).

Η περικοπή του λειτουργικού κόστους μπορεί να επέλθει από την μείωση των διαφόρων επιδομάτων και bonus, με την μείωση των ωρών εργασίας ή και των, με τη μείωση του απασχολούμενου εργατικού δυναμικού ή και με την περικοπή των χρηματικών απολαβών των εργαζομένων. Οι περισσότερες επιχειρήσεις συνήθως επιλέγουν ένα συνδυασμό από αυτές τις ενέργειες, μειώνοντας παράλληλα και την

τιμολογιακή τους πολιτική, προκειμένου να γίνουν περισσότερο ανταγωνιστικοί στον κλάδο που δραστηριοποιούνται. Επίσης, προτείνεται η καλή διαπραγμάτευση μεταξύ της επιχείρησης και των πιστωτών της, προκειμένου να επιτευχθούν καλύτεροι όροι εξυπηρέτησης του χρέους.

Καθώς η οικονομική κρίση έχει πλήξει σε μεγάλο βαθμό τα εισοδήματα των καταναλωτών, με αποτέλεσμα οι τελευταίοι, σε μεγάλο ποσοστό, να καταφεύγουν στην αγορά προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας (private label) (Σχοινιωτάκης & Διβινή, 2013). Για το λόγο αυτό πολλές επιχειρήσεις προβαίνουν σε προωθητικές προσφορές, ή στη δημιουργία νέων καινοτόμων προϊόντων, ή ακόμα και στην παραγωγή των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας για λογαριασμό των supermarket.

Η χρηματοδότηση των επιχειρήσεων αποτελεί ένα βασικό ζήτημα, καθώς χάρη σε αυτήν μπορούν να διατηρήσουν την επιβίωση και συνεπώς την ανάπτυξή τους. Η χρηματοδότηση προς τις επιχειρήσεις (δεν συμπεριλαμβάνονται οι ελεύθεροι επαγγελματίες, οι ατομικές επιχειρήσεις και οι αγρότες) τον Απρίλιο του 2011 ανερχόταν στα 212 εκατομμύρια ευρώ, ενώ το 2010 ήταν 341 εκατομμύρια ευρώ (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2012).

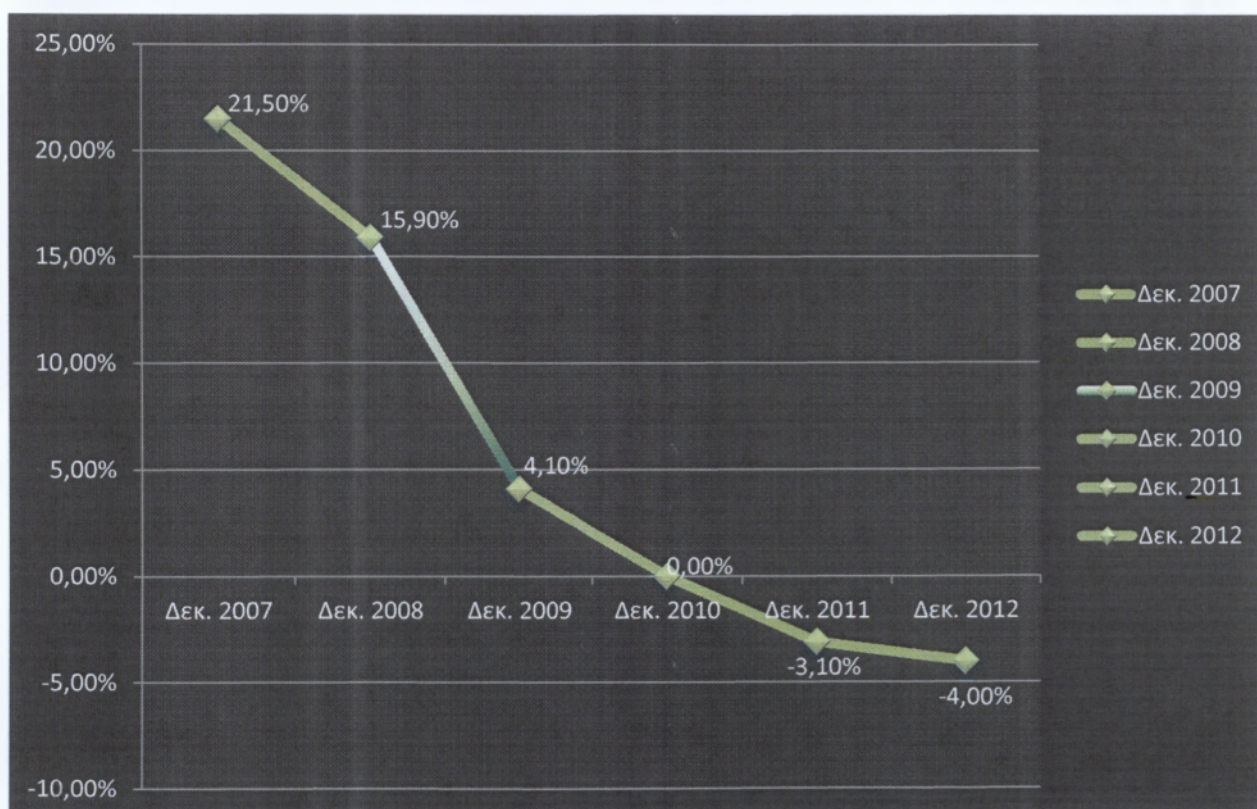


Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος, 2011

**Γράφημα 29 Ποσοστό χρηματοδότησης επιχειρήσεων ανά κλάδο (2011)**

Μελετώντας το ποσοστό χρηματοδότησης των επιχειρήσεων ανά κλάδο της οικονομικής δραστηριότητας για το 2011, παρατηρούμε ότι το 20,70% της συνολικής χρηματοδότησης από τα τραπεζικά ιδρύματα έχει δοθεί στις βιομηχανικές επιχειρήσεις, το 20,90% στις εμπορικές εταιρείες, το 13,40% στις ναυτιλιακές επιχειρήσεις και το 9,30% στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα των κατασκευών (Γράφημα 29).

Επίσης, τα λοιπά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα έχουν απορροφήσει το 5,20% της χρηματοδότησης για το 2011, ο τομέας του ηλεκτρισμού, του φωταέριου και της ύδρευσης έχει λάβει το 4,50%, οι επιχειρήσεις μεταφορών (μη συμπεριλαμβανομένης της ναυτιλίας) έχουν εισπράξει το 1,60% και οι γεωργικές επιχειρήσεις το 1,70% της συνολικής ιδιωτικής χρηματοδότησης (Γράφημα 29).



Πηγή: Ελληνιστική Στατιστική Αρχή, 2013

**Γράφημα 30 Εξέλιξη της εγχώριας χρηματοδότησης του εγχώριου ιδιωτικού τομέα για την περίοδο Δεκέμβριος 2007 - Δεκέμβριος 2012 (ετήσια ποσοστιαία μεταβολή)**

Τέλος, παρατηρούμε ότι η χρηματοδότηση του εγχώριου ιδιωτικού τομέα από τον Δεκέμβριο του 2007 έως και τον Δεκέμβριο του 2012 κατέγραψε συνολική μείωση που αγγίζει το 119% περίπου (Γράφημα 28).

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από την παρούσα μελέτη παρατηρήσαμε ότι η χρηματοοικονομική κρίση που πλήττει την Ελλάδα τα τελευταία χρόνια, έχει πολλές αρνητικές επιπτώσεις τόσο στις επιχειρήσεις όσο και στους τελικούς καταναλωτές. Οι τελευταίοι μειώνουν συνεχώς τις καταναλωτικές τους δαπάνες, καθώς η υπέρμετρη φορολογία σε συνδυασμό με τις πολλαπλές περικοπές στις αποδοχές τους και τα υψηλά ποσοστά ανεργίας, έχουν επιφέρει σοβαρό πλήγμα στις οικονομικές τους δυνατότητες.

Οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν προβλήματα ρευστότητας ή και μειωμένης ζήτησης από τους καταναλωτές. Η συντριπτική πλειοψηφία αυτών επιλέγει την περικοπή των εξόδων λειτουργίας, την μείωση των περιθωρίων κέρδους ή και την μεταβολή της τιμολογιακής τους πολιτικής.

Η επιχειρηματικότητα μπορεί να αποτελέσει ένα αντίδοτο στην ύφεση, καθώς η οικονομική κρίση μπορεί να προσφέρει σημαντικές ευκαιρίες επένδυσης. Παραδείγματος χάρη, αρκετές επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν πρόβλημα επιβίωσης πωλούν ή νοικιάζουν τον εξοπλισμό τους ή τις εγκαταστάσεις τους σε πολύ χαμηλές τιμές. Παράλληλα, η επιχειρηματικότητα μπορεί να συνδέεται με την καινοτομία. Μια επιχείρηση μπορεί να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών της σε έναν κλάδο είτε επεκτείνοντας το προϊόντικό τους χαρτοφυλάκιο είτε δημιουργώντας νέα προϊόντα.

Συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις οφείλουν να προβούν σε ορθή και αποτελεσματική διαχείριση της ρευστότητάς τους, των δαπανών και των παγίων κεφαλαίων τους. Σε περιόδους ύφεσης, οι επιχειρήσεις αδυνατούν να αποπληρώσουν τις υποχρεώσεις τους που έχουν είτε προς τους προμηθευτές τους είτε προς τους δανειστές τους. Για το λόγο αυτό καθίσταται επιτακτική μία καλή διαπραγμάτευση μεταξύ τους, προκειμένου να τους καταστήσει σαφές τον κίνδυνο επιβίωσης που αντιμετωπίζει και να διαπραγματευθεί το χρέος της με καλύτερους όρους.



Επιπρόσθετα, η αύξηση των εσόδων μπορεί να έρθει μέσω ενός αποτελεσματικού μείγματος marketing και των στρατηγικών ανάπτυξης. Το marketing mix μπορεί να περιλαμβάνει τροποποιήσεις στην διαφημιστική καμπάνια, στην εξυπηρέτηση που παρέχει στον καταναλωτή, στην προώθηση των πωλήσεων, στην επικοινωνία με τον πελάτη, στην υιοθέτηση ανταγωνιστικής τιμολογιακής πολιτικής ή και στην παροχή έξυπνων προσφορών.

Παράλληλα, η καθετοποίηση προς τα εμπρός ή προς τα πίσω δύναται να επιφέρει σημαντική μείωση του λειτουργικού κόστους. Άλλη πολιτική είναι η ευέλικτη οργάνωση, η τυποποίηση των επιχειρηματικών λειτουργιών και η ανάθεση ορισμένων διαδικασιών σε εξειδικευμένες επιχειρήσεις μέσω του outsourcing. Τέλος, περικοπή των δαπανών μπορεί να σημειωθεί και μέσω της χρήσης των θεσμών “leasing” και “sale and lease back”.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Branstad, P., Jackson, B. & Banerji, S. (2008), *Rethink Your Strategy An Urgent Memo To the CEO*, strategy+business: Resilience Report, Booz & Company Inc, Ανάκτηση από: <http://www.strategy-business.com/media/file/resilience-12-15-08.pdf>

Γκαγκάτσιος, Ι. (2008), *Οικονομία – Επιχειρήσεις, Καινοτομία – Επιχειρηματικότητα – Επιχειρήσεις*, Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων, Γενική Γραμματεία Εκπαίδευσης Ενηλίκων, Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων.

Dobbs, R. F., Karakolev, T. & Malige, F. (2002), “Learning to love recessions”, *McKinsey Quarterly*, Special Edition Issue, Vol. 2: 6-9.

Ελληνική Στατιστική Αρχή, (2013), *Δελτίο Τύπου. Έρευνα Εισοδήματος και Συνθηκών Διαβίωσης των Νοικοκυριών 2012*, Ελληνική Δημοκρατία, Ανάκτηση από: [http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/A0802/PressReleases/A0802\\_SFA10\\_DT\\_AN\\_00\\_2012\\_01\\_F\\_GR.pdf](http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/A0802/PressReleases/A0802_SFA10_DT_AN_00_2012_01_F_GR.pdf)

Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών, (Μάρτιος 2014), *Τριμηνιαίο Ενημερωτικό Δελτίο Επαγγελματικής Δραστηριότητας*, Ανάκτηση από: [http://www.eea.gr/system/uploads/asset/data/4644/TRIMHNEIAIO\\_DELTIO\\_MARTI\\_OS\\_2014.pdf](http://www.eea.gr/system/uploads/asset/data/4644/TRIMHNEIAIO_DELTIO_MARTI_OS_2014.pdf)

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2013), “Τι είναι μια ΜΜΕ”, Ανάκτηση από: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index\\_el.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_el.htm)

European Commission, (2009), *Economic and Financial Affairs: Economic crisis in Europe: Causes, consequences and responses*, *European Economy 7*, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, Ανάκτηση από: [http://ec.europa.eu/economy\\_finance/publications/publication15887\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/publication15887_en.pdf).

Ινστιτούτο Εμπορίου & Υπηρεσιών, (2013), *Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου*,  
Αθήνα, Ανάκτηση από:  
[http://www.esee.gr/Portals/0/EasyDNNNewsDocuments/716/00\\_Kef\\_2013.pdf](http://www.esee.gr/Portals/0/EasyDNNNewsDocuments/716/00_Kef_2013.pdf)

Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών & McKinsey Company, (2009), *Η Οικονομική Κρίση: Επιπτώσεις και Αντιδράσεις στον επιχειρηματικό κόσμο*, Αθήνα.

Ιωαννίδης, Σ. & Γιωτόπουλος, Ι. (2014), *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2012-13: Ενδείξεις ανάκαμψης της μικρής επιχειρηματικότητας*, Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών.

Κόττος, Α. & Παυλίδης, Γ. (2011), *Διεθνείς Οικονομικές Κρίσεις*, Αθήνα: Rosili.

Κουφάρης, Γ. (2010), “Η παγκόσμια οικονομική κρίση και οι χρηματιστηριακές αγορές”, *Περιοδικό Χρήμα*, Ανάκτηση από:  
<http://www.hrima.gr/article.asp?view=599&ref=593>

Κώτσιος, Π. (2012), “Θεωρία Επιχειρηματικότητας και Καινοτομίας”, *Σημειώσεις στο μάθημα: Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία, Δομή Απασχόλησης και Σταδιοδρομίας, Μονάδα Καινοτομίας & Επιχειρηματικότητας, Τεχνικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Λάρισας*.

McGlashan, R. & Singleton, T. (1987), *Strategic Management*, Columbus, OH: Merrill Publishing Company.

Meghir, C., Vayanos, D. & Vettas, N. (2010), “The economic crisis in Greece: A time of reform and opportunity”, Ανάκτηση από:  
<http://greekeconomistsforreform.com/wp-content/uploads/Reform.pdf>

Οικονομικό Επιμελητήριο της Ελλάδας, (2010), *Η μορφολογία του ελληνικού τραπεζικού συστήματος και η διεθνής χρηματοπιστωτική κρίση: οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις*, Αθήνα.

Σφακιανάκης, Κ. (1998), *Διοικητική κρίσεων*, Αθήνα: Έλλην.

Robbins, D. K. & Pearce, J. A., II. (1992), "Turnaround: Recovery and Retrenchment", *Strategic Management Journal*, 13(4): 287-309.

Srinivasan, S. S., Anderson, R. & Ponnabolu, K. (2002), "Customer Loyalty in E-commerce: An Exploration of its Antecedents and Consequences", *Journal of Retailing*, 27: 279-295.

Σχοινιωτάκης, Ν., & Διβινή, Κ. (Ιανουάριος 2013), "Στρατηγικές Επιβίωσης των Επιχειρήσεων εν μέσω οικονομικής ύφεσης", *Επιστημονικό Marketing*, Ανάκτηση από: <http://www.epistimonikomarketing.gr/stratigikes-epibiosis-ton-epixeiriseon-en-meso-oikonomikis-yfesis/>

Wheelen, T. L. & Hunger, D. J. (2008), *Concepts in Strategic Management and Business Policy* (11<sup>th</sup> Edition), Pearson International Edition, Prentice Hall.

Χαραλαμπίδης, Ι. (2013), "Χρηματοοικονομικοί Δείκτες", *Σημειώσεις στο μάθημα: Λειτουργίες Επιχειρήσεων*, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών, Διοίκηση Πληροφοριακών Συστημάτων, Ανάκτηση από: [http://www.icsd.aegean.gr/website\\_files/metaptyxiako/459860550.pdf](http://www.icsd.aegean.gr/website_files/metaptyxiako/459860550.pdf)