



ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΩΝ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΤΟΝΩΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΝΕΥΜΑΤΟΣ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ



ΡΕΜΑΚΟ Α.Ε.
ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΓΕΝΙΚΗ
ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ
ΕΠΙΤΡΟΠΗ
ΕΤΠΑ

ΤΟ ΕΡΓΟ ΕΙΝΑΙ ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΜΕΝΟ ΑΠΟ ΤΟ ΕΤΠΑ ΚΑΤΑ 80% ΚΑΙ ΑΠΟ ΕΘΝΙΚΟΥΣ
ΠΟΡΟΥΣ ΚΑΤΑ 20%

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
2. ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	2
2.1 Εισαγωγή.....	2
2.2 Μέτρηση της Ανταγωνιστικότητας κατά World Economic Forum και International Institute for Management Development	2
2.3 Ανάλυση Ανταγωνιστικότητας του Porter.....	5
2.4 Προσδιορισμός Δεικτών	7
3. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	10
3.1 Αποτελέσματα Έρευνας στις Υφιστάμενες Επιχειρήσεις	11
3.1.1 Επίπτωση σε παραμέτρους ανταγωνιστικότητας.....	11
3.1.2 Διείσδυση των Νέων Τεχνολογιών και της Καινοτομίας.....	12
3.1.3 Επιπτώσεις στα Αποτελέσματα των Επιχειρήσεων	13
3.1.4 Ο ρόλος των χρηματοδοτικών ενισχύσεων στην Ανάληψη Επενδυτικών Πρωτοβουλιών	14
3.1.5 Επίπτωση των Δράσεων στην Πρόσβαση σε Χρηματοδότηση - Ικανοποίηση των Επιχειρήσεων από τις Διαδικασίες – Βαθμός Εκπλήρωσης Προσδοκιών .	16
3.2 Αποτελέσματα Έρευνας στις Νεοϊδρυόμενες Επιχειρήσεις	17
3.2.1 Κλαδική Ανάλυση – Επίπτωση στην Απασχόληση – Τοποθέτηση στην Αγορά	17
3.2.2 Διείσδυση Νέων Τεχνολογιών	19
3.2.3 Οικονομικά αποτελέσματα.....	20
3.2.4 Βαθμός Ικανοποίησης από τις Διαδικασίες των Δράσεων – Βαθμός Εκπλήρωσης Προσδοκιών	21
3.2.5 Επιχειρηματικότητα Ανάγκης / Ευκαιρίας – Επίπτωση στην Χρηματοδότηση από άλλες Πηγές	23
3.3 Συγκριτική Ανάλυση	24
4 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΩΝ ΒΕΛΤΙΣΤΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ	26
5 ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	27
5.1 Προτάσεις για Μέτρα Πολιτικής Ενίσχυσης της Επιχειρηματικότητας και της Ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ	29
5.2 Εξειδίκευση των Προτάσεων ανά Παρέμβαση	32
5.2.1 Ολοκληρωμένα Επιχειρηματικά Σχέδια Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων	32
5.2.2 Επιχειρείτε Ηλεκτρονικά	34
5.2.3 Ενίσχυση Ανταγωνιστικότητας Πολύ Μικρών Εμπορικών Επιχειρήσεων	35
5.2.4 Ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας.....	36
6. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΕΡΗ ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΠΤΩΣΗΣ ΤΩΝ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΩΝ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΝ.....	39

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι ΜΜΕ αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της οικονομίας τόσο σε ευρωπαϊκό, όσο και σε εθνικό επίπεδο. Σε αυτά τα πλαίσια ο σκοπός του έργου ήταν η διερεύνηση της επίπτωσης που είχαν στην ανταγωνιστικότητα των Ελληνικών ΜΜΕ και την ενίσχυση του επιχειρηματικού πνεύματος οι 5 δράσεις χρηματοδοτικής ενίσχυσης που πραγματοποιήθηκαν από το Επιχειρησιακό πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα (Ολοκληρωμένα Επιχειρηματικά Σχέδια Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων, Ενίσχυση της Ανταγωνιστικότητας Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων του Εμπορίου, Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας, Ενίσχυση Νεανικής Επιχειρηματικότητας) και το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Κοινωνία της Πληροφορίας (Επιχειρείτε Ηλεκτρονικά).

Το μεθοδολογικό πλαίσιο του έργου ήταν το εξής:

1. Σε πρώτη φάση, και αφού μελετήθηκε το πλαίσιο μέτρησης της ανταγωνιστικότητας σε επίπεδο κρατών και σε επίπεδο επιχειρήσεων, προσδιορίστηκαν οι δείκτες μέτρησης της επίπτωσης των δράσεων χρηματοδοτικής ενίσχυσης στις ΜΜΕ.
2. Βάσει των δεικτών, προσδιορίστηκε ο τρόπος μέτρησής τους και αναπτύχθηκαν κατάλληλα ερωτηματολόγια, τα οποία διαχωρίστηκαν ανάλογα με τη δράση χρηματοδοτικής ενίσχυσης στην οποία υπάχθηκε η κάθε επιχείρηση.
3. Πραγματοποιήθηκε τηλεφωνική έρευνα πεδίου στις επιχειρήσεις, βάσει δείγματος το οποίο είχε προσδιοριστεί από την αναθέτουσα αρχή.
4. Πραγματοποιήθηκε επεξεργασία των αποτελεσμάτων της έρευνας πεδίου.
5. Αναλύθηκαν οι βέλτιστες πρακτικές που ακολουθούνται σε Ευρωπαϊκό Επίπεδο σε σχέση με τις γραμμές δράσης της Λισσαβώνας για τις ΜΜΕ
6. Συνοψίστηκαν τα συμπεράσματα από την έρευνα πεδίου, πραγματοποιώντας και συγκριτική ανάλυση με άλλες αντίστοιχου αντικειμένου έρευνες και διατυπώθηκαν προτάσεις σε σχέση με το σχεδιασμό των παρεμβάσεων ενίσχυσης των ΜΜΕ στα πλαίσια της τέταρτης προγραμματικής περιόδου.

2. ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

2.1 Εισαγωγή

Για τον προσδιορισμό των δεικτών μέτρησης της επίπτωσης των δράσεων στην ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ κατεγράφησαν, μεταξύ άλλων, τα κριτήρια και οι δείκτες που χρησιμοποιούνται για τη μέτρηση του επιπέδου ανταγωνιστικότητας και της επίδοσης των επιχειρήσεων, στα πλαίσια των εργασιών που γίνονται για τη μέτρηση της ανταγωνιστικότητας των κρατών. Στο πλαίσιο αυτό αναλύθηκαν:

- ο Οι δείκτες μέτρησης της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, ως βασικού προσδιοριστικού παράγοντα της συνολικής ανταγωνιστικότητας σε επίπεδο κράτους, οι οποίοι περιλαμβάνονται στα πλέον αναγνωρισμένα μοντέλα αξιολόγησης της ανταγωνιστικότητας των κρατών (WEF, IMD).
- ο Η ανάλυση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος του Porter, που αποτελεί και τη θεμελιώδη θεωρητική εργασία σε σχέση με την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων.

2.2 Μέτρηση της Ανταγωνιστικότητας κατά World Economic Forum και International Institute for Management Development

Αποτελούν ίσως τα βασικότερα μοντέλα μέτρησης της ανταγωνιστικότητας των κρατών. Στηρίζοντα σε μία σειρά από παραδοχές για τους βασικούς πυλώνες ανταγωνιστικότητας, οι οποίοι εξειδικεύονται σε επιμέρους κριτήρια και δείκτες. Κάποιοι από τους δείκτες αυτούς αφορούν βασικά μακροοικονομικά και λοιπά μεγέθη, τα οποία είναι άμεσα μετρήσιμα, βάσει των στατιστικών στοιχείων που εκδίδονται από κάθε κράτος, και κάποιοι άλλοι εξάγονται μέσω ερευνών πεδίου που απευθύνονται σε στελέχη επιχειρήσεων και οργανισμών μετρώντας κυρίως ποιοτικές μεταβλητές του επιχειρηματικού, οικονομικού και κοινωνικού περιβάλλοντος.

Το μοντέλο του WEF στηρίζεται σε τρεις πυλώνες ανταγωνιστικότητας, οι οποίοι αναλύονται σε επιμέρους κριτήρια :

A. Βασικές απαιτήσεις. Ο πυλώνας αυτός περιλαμβάνει τους εξής επιμέρους παράγοντες:

1. Θεσμοί.
2. Υποδομές.
3. Μακροοικονομική κατάσταση.
4. Υγεία και βασική εκπαίδευση.

Β. Βελτίωση αποδοτικότητας, που περιλαμβάνει:

5. Ανώτερη εκπαίδευση και κατάρτιση.
6. Αποτελεσματικότητα αγορών.
7. Τεχνολογική ετοιμότητα.

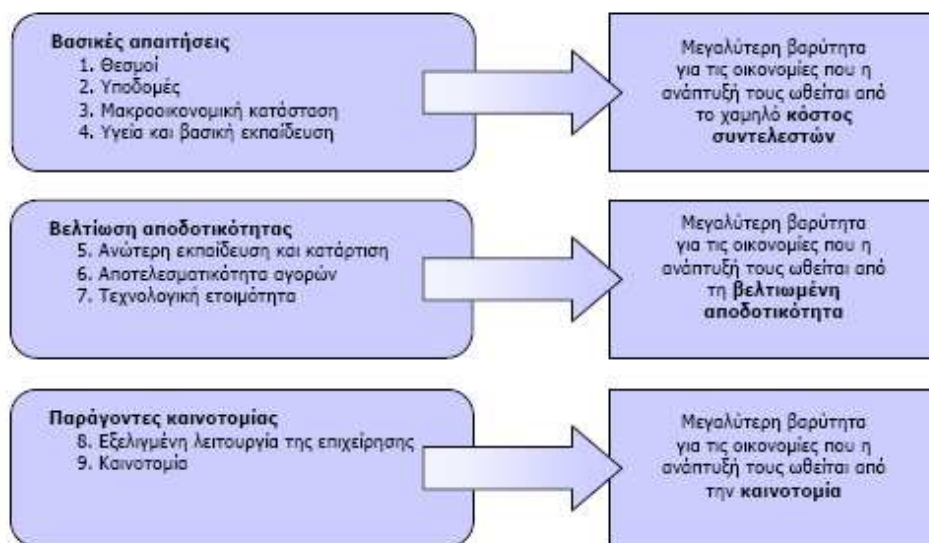
Γ. Παράγοντες καινοτομίας, που περιλαμβάνει:

8. Εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων οργάνωσης και λειτουργίας των επιχειρήσεων.
9. Καινοτομία.

σύμφωνα με την οποία οι χώρες κατατάσσονται με βάση το κατά κεφαλήν ΑΕΠ τους σε τρία διαφορετικά στάδια ανάπτυξης:

- Στο πιο βασικό στάδιο, το οποίο καλείται *στάδιο με βάση τους συντελεστές παραγωγής (factor-driven stage)*, όπου βρίσκονται οι χώρες με χαμηλό ΑΕΠ, οι επιχειρήσεις ανταγωνίζονται με βάση την τιμή.
- Στο επόμενο στάδιο (χώρες με μέσου επιπέδου ΑΕΠ), το οποίο καλείται *στάδιο με βάση την αποτελεσματικότητα (efficiency-driven stage)*, η αποτελεσματικότητα των παραγωγικών πρακτικών αποτελεί τη βασική πηγή της ανταγωνιστικότητας.
- Τελικά, στο τρίτο στάδιο (χώρες με υψηλό ΑΕΠ), το οποίο καλείται *στάδιο με βάση την καινοτομία (innovation-driven stage)*, οι επιχειρήσεις πρέπει να εισάγουν νέες εξελιγμένες μορφές οργάνωσης και λειτουργίας, μέσω της οργάνωσής τους σε clusters, της βελτίωσης και αναθεώρησης των λειτουργιών τους, της διαφοροποίησης των προϊόντων τους και της εισαγωγής καινοτομιών.

Σχήμα 1: Οι πυλώνες της Ανταγωνιστικότητας κατά WEF



Πηγή: Ανάλυση του ΣΕΒ για την ανταγωνιστικότητα της Ελληνικής Οικονομίας 2006-2007 με βάση την έκθεση του WEF.

Στο πλαίσιο των αναλύσεων της ανταγωνιστικότητας από το WEF, έχει αναπτυχθεί ως ξεχωριστός δείκτης ο δείκτης επιχειρηματικής ανταγωνιστικότητας με σκοπό την αξιολόγηση της ανταγωνιστικότητας των κρατών σε μικροοικονομικό επίπεδο.

Όσον αφορά τον υπό-δείκτη του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, μεθοδολογικά ακολουθεί το «διαμάντι του Porter», που παρουσιάζει την ποιότητα του επιχειρηματικού περιβάλλοντος ως συνισταμένη τεσσάρων αλληλοεξαρτώμενων περιοχών:

1. Των συνθηκών συντελεστών / εισροών.
2. Του πλαισίου στρατηγικής και ανταγωνισμού των επιχειρήσεων.
3. Τις συνθήκες της τοπικής ζήτησης.
4. Της παρουσίας συνδεδεμένων και υποστηρικτικών επιχειρήσεων (clustering).

Το μοντέλο του IMD στηρίζεται σε τέσσερις πυλώνες

1. Οικονομικές επιδόσεις
2. Κρατική αποτελεσματικότητα
3. Επιχειρηματική αποτελεσματικότητα

4. Υποδομές.

οι οποίοι αναλύονται και αυτοί σε επιμέρους παράγοντες ανταγωνιστικότητας, όπως παρουσιάζει το κάτωθι σχήμα.

Σχήμα 2: Οι πυλώνες της Ανταγωνιστικότητας του IMD



Πηγή: Ετήσια Έκθεση για την Ανταγωνιστικότητα 2006, ΕΣΑΑ

Η επίδοση των αξιολογούμενων κρατών στους παράγοντες και υπό παράγοντες του μοντέλου εκτιμάται με τη χρήση 246 μεταβλητών, από τις οποίες οι 127 προέρχονται από συλλογή αντικειμενικών στατιστικών στοιχείων και οι υπόλοιπες 119 αντλούνται από ερωτηματολόγια που απευθύνονται σε στελέχη επιχειρήσεων.

2.3 Ανάλυση Ανταγωνιστικότητας του Porter

Βασική έννοια της ανταγωνιστικής στρατηγικής αποτελεί το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Μακροπρόθεσμα, οι επιχειρήσεις επιτυγχάνουν συγκριτικά με τους ανταγωνιστές τους αν διαθέτουν διατηρήσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

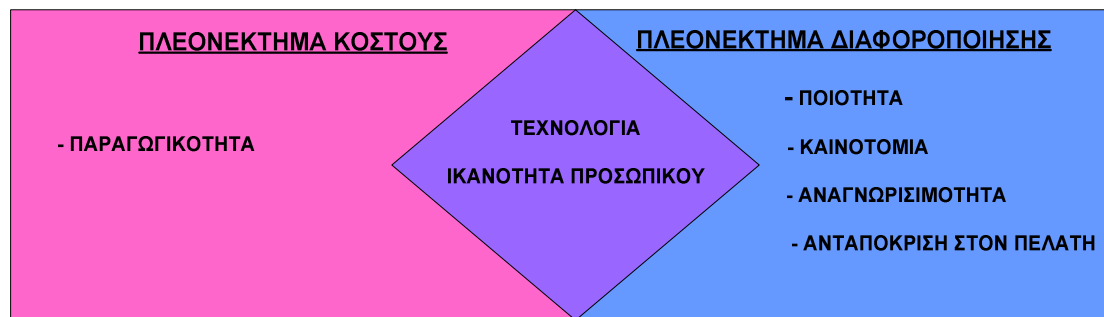
Η ευρύτερα αποδεκτή θεωρία του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος που έχει αναπτυχθεί από τον Porter, διακρίνει δύο βασικούς τύπους ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος:

- ο **Χαμηλό κόστος**. Εκφράζει την ικανότητα μιας επιχείρησης να σχεδιάζει, να παράγει και να διαθέτει στην αγορά ένα αποδεκτό προϊόν πιο αποτελεσματικά από τους ανταγωνιστές της. Για τιμές ίδιες ή παραπλήσιες των ανταγωνιστών, το χαμηλό κόστος μεταφράζεται σε μεγαλύτερα κέρδη και μεγαλύτερες δυνατότητες επανεπένδυσης, για περαιτέρω ενίσχυση της ανάπτυξής τους.

- ο **Διαφοροποίηση**. Αποτελεί την ικανότητα της επιχείρησης να παρέχει μοναδική και ανώτερη αξία στον πελάτη, σε όρους ποιότητας προϊόντος, ειδικών χαρακτηριστικών ή υπηρεσιών μετά την πώληση. Η διαφοροποίηση επιτρέπει σε μια επιχείρηση να επιτυγχάνει υψηλές τιμές, οι οποίες οδηγούν σε ανώτερη κερδοφορία δεδομένου ότι το κόστος είναι συγκρίσιμο με αυτό των ανταγωνιστών.

Για τη διευκόλυνση της διερεύνησης της προέλευσης της ανταγωνιστικότητας τα δύο είδη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος είναι δυνατόν να αναλυθούν σε μια σειρά από παράγοντες, οι οποίοι αποτελούν τους λεγόμενους κρίσιμους παράγοντες επιτυχίας και οι βασικότεροι από τους οποίους αναφέρονται στη συνέχεια:

ΣΧΗΜΑ 1 Παράγοντες Ανταγωνιστικότητας των Επιχειρήσεων



Παράγοντες που οδηγούν στην απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος κόστους:

- ο Το ανταγωνιστικό κόστος παραγωγής και διανομής.

Παράγοντες που οδηγούν στην απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος διαφοροποίησης:

- ο Η ικανότητα παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής ποιότητας.
- ο Η ικανότητα ανταπόκρισης στις ανάγκες του πελάτη.
- ο Η δυνατότητα για καινοτομία και συνεχείς βελτιώσεις των προϊόντων.
- ο Η δυνατότητα ανάπτυξης αναγνωρίσιμων προϊόντων & υπηρεσιών.

Παράγοντες που σχετίζονται και με τα δύο είδη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος:

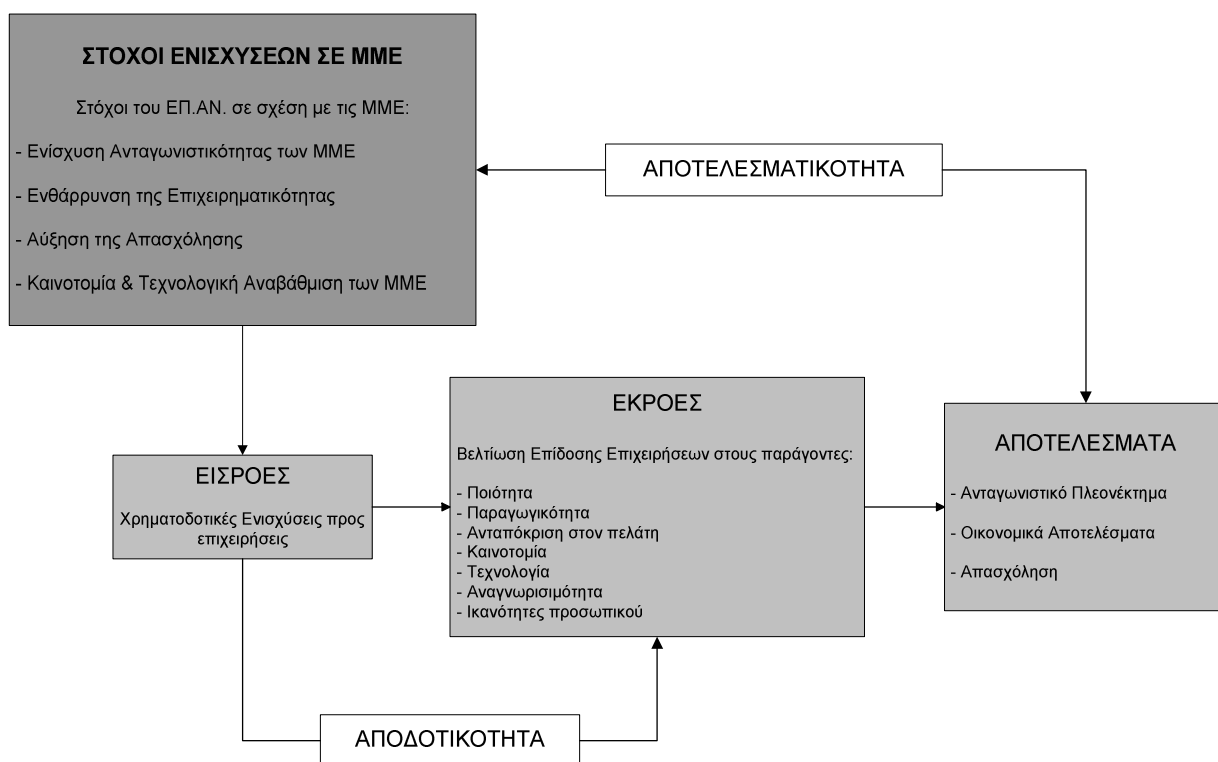
- ο Η υιοθέτηση σύγχρονων τεχνολογιών.
- ο Η μάθηση του προσωπικού.

Σε πολλές περιπτώσεις υπάρχουν επικαλύψεις στις έννοιες αυτές, για παράδειγμα η ποιότητα μπορεί να ταυτιστεί με την ανταπόκριση στον πελάτη, αν ως ποιότητα οριστεί η συμμόρφωση του προϊόντος στις απαιτήσεις του πελάτη.

2.4 Προσδιορισμός Δεικτών

Προκειμένου να υπολογιστεί η επίπτωση των χρηματοδοτικών ενισχύσεων στις ΜΜΕ προσδιορίστηκαν δείκτες, οι οποίοι μπορούσαν στο μέγιστο δυνατό βαθμό να μετρηθούν και μπορούσαν να δώσουν απτά αποτελέσματα, βάσει των μεθοδολογικών περιορισμών που αντιμετωπίζονται. Έτσι οι δείκτες που χρησιμοποιήθηκαν απεικονίζουν την επίπτωση των δράσεων χρηματοδοτικής ενίσχυσης στην ανταγωνιστικότητα χρησιμοποιώντας το μεθοδολογικό πλαίσιο αξιολόγησης των ενισχύσεων προς ΜΜΕ, όπως αυτό παρουσιάζεται στο Σχήμα που ακολουθεί.

Σχήμα 3: Εξειδίκευση Μεθοδολογικού Πλαισίου



Οι **Στόχοι Ενισχύσεων σε ΜΜΕ** ταυτίζονται με τους στόχους του Επιχειρησιακού Προγράμματος Ανταγωνιστικότητα σχετικά με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, που συνοπτικά είναι:

- Ενίσχυση της Ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ
- Ενθάρρυνση της Επιχειρηματικότητας
- Ενθάρρυνση της Καινοτομίας και της Τεχνολογικής αναβάθμισης των ΜΜΕ

- Αύξηση της απασχόλησης

Εισροές θεωρούνται οι χρηματοδοτικές ενισχύσεις που αποδίδονται στις επιχειρήσεις για την υλοποίηση των επενδυτικών σχεδίων, και χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση κόστους / οφέλους και την εκτίμηση της αποδοτικότητας των προγραμμάτων ενίσχυσης.

Εκροές θεωρούνται τα ενδιάμεσα αποτελέσματα που αφορούν στη βελτίωση της επίδοσης των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στα επενδυτικά προγράμματα σε μια σειρά παραγόντων που θεωρούνται κρίσιμοι για την αποτελεσματικότητα και την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων, οι οποίοι είναι:

- Το ανταγωνιστικό κόστος.
- Η ικανότητα παραγωγής προϊόντων κι υπηρεσιών υψηλής ποιότητας.
- Η ικανότητα ανταπόκρισης στις ανάγκες του πελάτη.
- Η δυνατότητα για καινοτομία και συνεχείς βελτιώσεις των προϊόντων & υπηρεσιών.
- Η δυνατότητα ανάπτυξης αναγνωρίσιμων προϊόντων & υπηρεσιών.
- Η υιοθέτηση σύγχρονων τεχνολογιών.
- Η μάθηση του προσωπικού.

Ως **Αποτελέσματα** καταγράφονται τα ποσοτικά και ποιοτικά κριτήρια που είναι απαραίτητα για την αντικειμενική αξιολόγηση της επίτευξης των στόχων των ενισχύσεων προς τις ΜΜΕ, και συγκεκριμένα:

- Το επίπεδο ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, όπως το αντιλαμβάνονται οι ίδιοι οι επιχειρηματίες σε σύγκριση με τον ανταγωνισμό.
- Τα οικονομικά αποτελέσματα των επιχειρήσεων, όπως αξιολογούνται με τη χρήση οικονομικών δεικτών.
- Η αύξηση της απασχόλησης που σημειώθηκε ως αποτέλεσμα των ενισχύσεων.

Με βάση τα παραπάνω, δημιουργήθηκαν δείκτες, οι οποίοι διαχωρίστηκαν σε δύο βασικές κατηγορίες:

- Δείκτες που αφορούν υφιστάμενες επιχειρήσεις και οι οποίοι εφαρμόστηκαν στις επιχειρήσεις που εντάχθηκαν στις δράσεις

«Ολοκληρωμένα Επιχειρηματικά Σχέδια Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων», «Επιχειρείτε Ηλεκτρονικά» και «Ενίσχυση Ανταγωνιστικότητας Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων του Εμπορίου».

- Δείκτες που αφορούν νεοιδρυόμενες επιχειρήσεις και οι οποίοι εφαρμόστηκαν στις επιχειρήσεις που εντάχθηκαν στις δράσεις «Νεανική Επιχειρηματικότητα» και «Γυναικεία Επιχειρηματικότητα».

Έτσι, με βάση τα παραπάνω για κάθε μία από τις ανωτέρω κατηγορίες, και λαμβάνοντας υπόψη το μεθοδολογικό πλαίσιο που χρησιμοποιήθηκε για τον καθορισμό των δεικτών δημιουργήθηκαν:

1. Δείκτες εκροών.

Περιλαμβάνονται δείκτες που αφορούν στην επίπτωση του επενδυτικού προγράμματος σε μια σειρά από παράγοντες κρίσιμους για την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων (παραγωγικότητα, ποιότητα, ικανοποίηση του πελάτη, αναγνωρισιμότητα, διάχυση τεχνολογίας και καινοτομίας, ικανότητες του προσωπικού).

2. Δείκτες Αποτελεσμάτων

Περιλαμβάνονται δείκτες που αφορούν στην επίπτωση του επενδυτικού προγράμματος στα αποτελέσματα των επιχειρήσεων (ανταγωνιστική θέση, κύκλος εργασιών, κερδοφορία, απασχόληση).

3. Ειδικοί Δείκτες

Δείκτες μέτρησης της ικανοποίησης από την υπαγωγή στη δράση, της επαλήθευσης των προσδοκιών των επιχειρήσεων από την υλοποίηση της επένδυσης, καθώς και άλλες, ειδικές ερωτήσεις.

3 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε δείγμα 1.526 επιχειρήσεων, οι οποίες κατατάσσονται ανάλογα με τη δράση στην οποία είχαν υπαχθεί ως εξής:

- 174 ερωτηματολόγια από επιχειρήσεις που συμμετείχαν στη δράση «Επιχειρείτε Ηλεκτρονικά»
- 526 ερωτηματολόγια από επιχειρήσεις που συμμετείχαν στη Δράση «Ενίσχυση Ολοκληρωμένων Επιχειρηματικών Σχεδίων Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων»

- ο 225 ερωτηματολόγια από επιχειρήσεις που συμμετείχαν στη Δράση «Ενίσχυση Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων του Εμπορίου»
- ο 369 ερωτηματολόγια από επιχειρήσεις που συμμετείχαν στη Δράση «Νεανική Επιχειρηματικότητα»
- ο 232 ερωτηματολόγια από επιχειρήσεις που συμμετείχαν στη Δράση «Γυναικεία Επιχειρηματικότητα»

Η έρευνα ήταν τηλεφωνική με δομημένο ερωτηματολόγιο και πραγματοποιήθηκε το χρονικό διάστημα από 12/11/2007 έως 29/1/2008.

Τα αποτελέσματα της έρευνας διαχωρίζονται σε δύο ενότητες, ανάλογα με την κατηγορία των επιχειρήσεων, και συγκεκριμένα σε:

- Υφιστάμενες Επιχειρήσεις
- Νεοιδρυόμενες Επιχειρήσεις

3.1 Αποτελέσματα Έρευνας στις Υφιστάμενες Επιχειρήσεις

3.1.1 Επίπτωση σε παραμέτρους ανταγωνιστικότητας

Για τη αξιολόγηση των ενδιάμεσων αποτελεσμάτων των προγραμμάτων σε κρίσιμους παράγοντες που καθορίζουν την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων (εκροές), διερευνήθηκε η επίπτωση των δράσεων

- στο λειτουργικό τους κόστος
- στην ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων – υπηρεσιών
- στο βαθμό ικανοποίησης των πελατών
- στην αναγνωρισιμότητα της επιχείρησης
- στο επίπεδο των ικανοτήτων και γνώσεων του προσωπικού

Η μεγαλύτερη επίπτωση των δράσεων που αφορούσαν υφιστάμενες επιχειρήσεις εστιάζεται κυρίως στην ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών τους και στη βελτίωση της αναγνωρισιμότητάς τους στην αγορά. Η επίπτωση στο κόστος ήταν σχετικά μικρότερη σε σχέση με τις ανωτέρω μεταβλητές.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1: Επίπτωση των Επενδύσεων που Εντάχθηκαν στα Κίνητρα σε Λειτουργικές Παραμέτρους των Επιχειρήσεων

	ΔΡΑΣΕΙΣ		
	ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ	ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΤΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ	ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΑΝΤΑΓ/ΤΑΣ ΠΜΕ ΕΜΠΟΡΙΟΥ
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΣΗΜΕΙΩΣΑΝ ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ	63,4%	57,5%	46,2%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΒΕΛΤΙΩΣΑΝ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	90,5%	81,6%	80,6%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΒΕΛΤΙΩΣΑΝ ΤΟ ΒΑΘΜΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ	91,7%	79,3%	89,2%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΣΗΜΕΙΩΣΑΝ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥΣ	78,6%	54,0%	81,4%

3.1.2 Διείσδυση των Νέων Τεχνολογιών και της Καινοτομίας

Από την έρευνα προκύπτει πως ο βαθμός διεισδυτικότητας των πληροφοριακών συστημάτων (με εξαίρεση τη δράση επιχειρείτε ηλεκτρονικά) ήταν σχετικά μικρός, όπως πολύ μικρή ήταν και η επίπτωση των χρηματοδοτικών ενισχύσεων σε ότι αφορά την ανάπτυξη καινοτομιών και την εισαγωγή τεχνογνωσίας. Αντίθετα, η διεισδυτικότητα του Internet στα πλαίσια των χρηματοδοτικών ενισχύσεων θεωρείται ότι είναι σε ιδιαίτερα ικανοποιητικά επίπεδα, δεδομένου ότι αρκετά μεγάλο ποσοστό των επιχειρήσεων έχει ήδη συνδεθεί διαδικτυακά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2: Επίπτωση των Επενδύσεων που Εντάχθηκαν στα Κίνητρα στο Βαθμό Διείσδυσης της Τεχνολογίας και της Καινοτομίας

	ΔΡΑΣΕΙΣ		
	ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ	ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΤΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ	ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΑΝΤΑΓ/ΤΑΣ ΠΜΕ ΕΜΠΟΡΙΟΥ
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΣΥΝΔΕΘΗΚΑΝ ΣΤΟ INTERNET	28,5%	40,8%	34,8%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΑΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ	35,3%	37,4%	25,4%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΝ ΣΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ	7,6%	11,5%	8,5%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΕΙΣΗΓΑΓΑΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΣΤΙΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΕΣ ΤΟΥΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	22,5%	78,2%	31,7%

	ΔΡΑΣΕΙΣ		
	ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ	ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΤΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ	ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΑΝΤΑΓ/ΤΑΣ ΠΜΕ ΕΜΠΟΡΙΟΥ
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΑΝΕΠΤΥΞΑΝ ΙΔΙΟΚΤΗΤΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΝΤΑΙ ΜΕΣΩ ΠΑΤΕΝΤΑΣ	8,5%	5,2%	-
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΕΙΣΗΓΑΓΑΝ ΠΑΤΕΝΤΑΡΙΣΜΕΝΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΜΕΣΩ ΑΔΕΙΟΔΟΤΗΣΗΣ	10,2%	19,5%	-

3.1.3 Επιπτώσεις στα Αποτελέσματα των Επιχειρήσεων

Οι πλέον σημαντικοί για την αξιολόγηση των επιπτώσεων των προγραμμάτων χρηματοδοτικών ενισχύσεων είναι οι δείκτες αποτελεσμάτων, όπου μετράται η επίπτωση των προγραμμάτων στα οικονομικά αποτελέσματα των επιχειρήσεων και στην απασχόληση.

Τα αποτελέσματα της έρευνας καταδεικνύουν πως η πλειοψηφία των επιχειρήσεων παρουσιάζουν θετικά αποτελέσματα μετά την υλοποίηση του ενταγμένου στις χρηματοδοτικές ενισχύσεις επενδυτικού τους προγράμματος. Τόσο οι πωλήσεις, όσο και η κερδοφορία παρουσιάζουν βελτίωση ενώ η μεγάλη πλειοψηφία των επιχειρήσεων αντιλαμβάνονται βελτίωση της ανταγωνιστικής τους θέσης στην αγορά. Επιπλέον, φαίνεται σημαντική η συμβολή στην ενίσχυση της απασχόλησης. Η πλειοψηφία όμως των θέσεων εργασίας που δημιουργούνται είναι επιπέδου πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (με μία μικρή εξαίρεση της δράσης «Επιχειρείτε Ηλεκτρονικά». Αντίθετα, η επίπτωση που προκύπτει στην εξαγωγική δραστηριότητα των επιχειρήσεων ήταν αρκετά μικρή.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: Επίπτωση των Επενδυτικών Προγραμμάτων που Εντάχθηκαν στα Κίνητρα στα Συνολικά Αποτελέσματα των Επιχειρήσεων

	ΔΡΑΣΕΙΣ		
	ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ	ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΤΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ	ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΑΝΤΑΓ/ΤΑΣ ΠΜΕ ΕΜΠΟΡΙΟΥ
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΒΕΛΤΙΩΣΑΝ ΤΗΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΗ ΤΟΥΣ ΘΕΣΗ	93,3%	80,5%	96,4%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΑΥΞΗΣΑΝ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΟΥΣ	83,8%	74,3%	85,4%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΒΕΛΤΙΩΣΑΝ ΤΗΝ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ ΤΟΥΣ	78,7%	62,9%	78,0%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΕΠΕΚΤΑΘΗΚΑΝ ΣΕ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ	50,0%	29,3%	24,5%

	ΔΡΑΣΕΙΣ		
	ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ	ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΤΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ	ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΑΝΤΑΓΓΛΑΣ ΠΜΕ ΕΜΠΟΡΙΟΥ
ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΞΕΚΙΝΗΣΑΝ ΕΞΑΓΩΓΕΣ	9,4%	3,4%	4,0%
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΝΕΩΝ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΠΟΥ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΘΗΚΑΝ	4,50	7,10	0,94
ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΑΥΞΗΣΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ	37,2%	17,1%	34,1%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΠΟΥ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΘΗΚΑΝ ΠΟΥ ΑΠΑΙΤΟΥΝ ΑΝΩΤΑΤΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	18,3%	41,0%	25,2%

3.1.4 Ο ρόλος των χρηματοδοτικών ενισχύσεων στην Ανάληψη Επενδυτικών Πρωτοβουλιών

Η ανάπτυξη των δράσεων χρηματοδοτικής ενίσχυσης των ΜΜΕ έδωσε ένα σαφές κίνητρο στις επιχειρήσεις να υλοποιήσουν επενδυτικά προγράμματα τα οποία φαίνεται ότι στην πλειοψηφία των περιπτώσεων δεν θα υλοποιούνταν στην έκταση και το μέγεθος που υλοποιήθηκαν τελικά, εάν δεν υπήρχαν οι δράσεις αυτές. Στα ακόλουθα διαγράμματα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας.

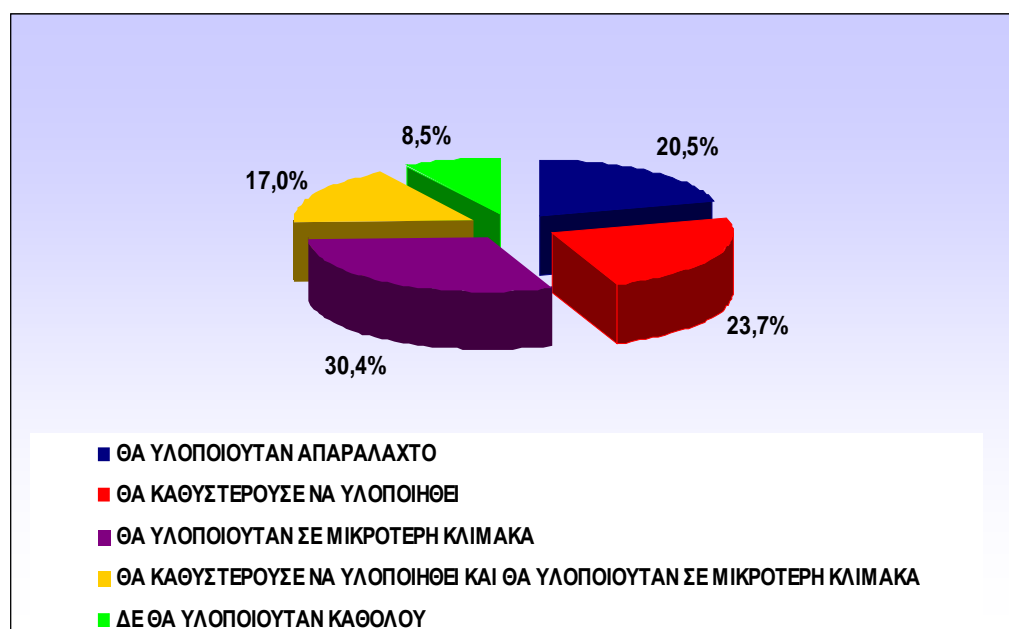
Διάγραμμα 1: Τρόπος που θα Υλοποιούσαν το Επενδυτικό τους Πρόγραμμα οι Επιχειρήσεις εάν δεν είχαν ενταχθεί στη Δράση (Ολοκληρωμένα Επιχειρηματικά Σχέδια Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων)



Διάγραμμα 2: Τρόπος που θα Υλοποιούσαν το Επενδυτικό τους Πρόγραμμα οι Επιχειρήσεις εάν δεν είχαν ενταχθεί στη Δράση (Επιχειρείτε Ηλεκτρονικά)



Διάγραμμα 3: Τρόπος που θα Υλοποιούσαν το Επενδυτικό τους Πρόγραμμα οι Επιχειρήσεις εάν δεν είχαν ενταχθεί στη Δράση (Ενίσχυση Ανταγωνιστικότητας Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων του Εμπορίου)



3.1.5 Επίπτωση των Δράσεων στην Πρόσβαση σε Χρηματοδότηση - Ικανοποίηση των Επιχειρήσεων από τις Διαδικασίες – Βαθμός Εκπλήρωσης Προσδοκιών

Στα πλαίσια της έρευνας αξιολογήθηκε ο βαθμός ικανοποίησης των επιχειρήσεων από τις διαδικασίες υλοποίησης των προγραμμάτων. Από τα αποτελέσματα προκύπτει πως η ένταξη των επιχειρήσεων στις δράσεις χρηματοδοτικής ενίσχυσης δεν φαίνεται να έχει σημαντική επίδραση στην διαδικασία απόφασης των τραπεζών για το αν θα χρηματοδοτήσουν ένα επενδυτικό πρόγραμμα. Επιπλέον, η έρευνα δείχνει πως συνολικά, ο βαθμός ικανοποίησης των επιχειρήσεων από τις διαδικασίες που ακολουθούνται για την υπαγωγή και την χρηματοδότηση από τις δράσεις χρηματοδοτικών ενισχύσεων είναι υψηλός και οι προσδοκίες τους επαληθεύονται σε μεγάλο βαθμό. Τα παραπάνω αποτελέσματα παρουσιάζονται αναλυτικά στον ακόλουθο πίνακα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4: Βαθμός Επαλήθευσης Προσδοκιών και Διευκόλυνσης της Πρόσβασης σε Χρηματοδοτικά Εργαλεία

	ΔΡΑΣΕΙΣ		
	ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ	ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΤΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ	ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΑΝΤΑΓΓ/ΤΑΣ ΠΜΕ ΕΜΠΟΡΙΟΥ
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΘΗΚΑΝ ΑΠΟ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ	74,1%	88,4%	83,4%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΘΗΚΑΝ ΑΠΟ ΓΕΝΙΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ - ΚΑΘΟΔΗΓΗΣΗ	82,6%	86,7%	87,7%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΘΗΚΑΝ ΑΠΟ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΥ	86,9%	87,8%	91,9%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΘΗΚΑΝ ΑΠΟ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΕΚΤΑΜΙΕΥΣΗΣ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗΣ	80,2%	84,5%	80,5%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΕΠΑΛΗΘΕΥΤΗΚΑΝ ΠΛΗΡΩΣ ΟΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΟΥΣ ΑΠΟ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟ ΥΛΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ	85,6%	83,8%	90,1%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΕΠΑΛΗΘΕΥΤΗΚΑΝ ΠΛΗΡΩΣ ΟΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΟΥΣ ΑΠΟ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	81,5%	83,0%	86,9%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΕΠΑΛΗΘΕΥΤΗΚΑΝ ΠΛΗΡΩΣ ΟΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΟΥΣ ΑΠΟ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	81,6%	80,0%	84,6%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΕΠΑΛΗΘΕΥΤΗΚΑΝ ΠΛΗΡΩΣ ΟΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΟΥΣ ΑΠΟ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	72,0%	76,5%	81,4%

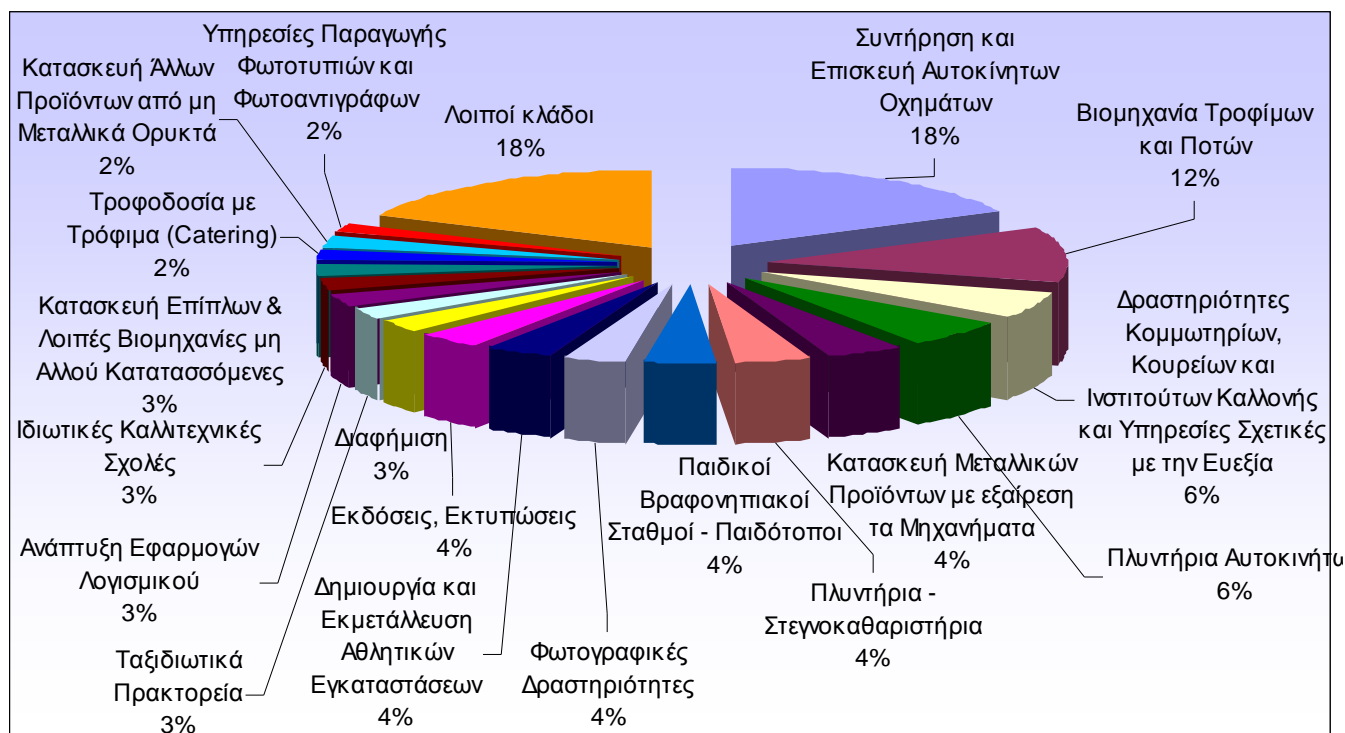
	ΔΡΑΣΕΙΣ		
	ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ	ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΤΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ	ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΑΝΤΑΓΓΛΑΣ ΠΜΕ ΕΜΠΟΡΙΟΥ
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΘΗΚΕ ΛΙΣΘΗΤΑ Η ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΤΟΥΣ ΣΕ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΛΟΓΩ ΤΗΣ ΕΝΤΑΞΗΣ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ	27,5%	8,7%	21,1%

3.2 Αποτελέσματα Έρευνας στις Νεοϊδρυόμενες Επιχειρήσεις

3.2.1 Κλαδική Ανάλυση – Επίπτωση στην Απασχόληση – Τοποθέτηση στην Αγορά

Η έρευνα καταδεικνύει πως η πλειοψηφία των επιχειρήσεων που δημιουργήθηκαν από τις δράσεις, δραστηριοποιούνται σε «παραδοσιακούς» κλάδους της οικονομίας και κυρίως σε αυτούς των υπηρεσιών (κομμωτήρια, συνεργεία αυτοκινήτων, πλυντήρια αυτοκινήτων, παιδικοί σταθμοί κ.α.).

Διάγραμμα 4: Κλαδική Κατανομή Νεοϊδρυόμενων Επιχειρήσεων



Το αποτέλεσμα αυτό συμπίπτει με τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιεί το παρατηρητήριο της επιχειρηματικότητας του ΙΟΒΕ, το οποίο διαπιστώνει το «ρηχό» χαρακτήρα της νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα, δεδομένου ότι δεν εκτείνεται σε όλα τα στάδια της αλυσίδας αξίας της παραγωγικής

δραστηριότητας και πρόκειται συνήθως για εγχειρήματα με περιορισμένες δυνατότητες επίδρασης στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας σε όρους απασχόλησης, εξαγωγών, δημιουργίας νέων αγορών, κτλ..

Το 50% των επιχειρήσεων απασχολούν δύο με τρία άτομα (περιλαμβανομένου του επιχειρηματία) εκ των οποίων η πλειοψηφία είναι επιπέδου πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (70,8%).

Σε ότι αφορά μεταβλητές που προσδιορίζουν την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων αυτών, η πλειοψηφία των νέων επιχειρηματιών θεωρούν ότι βρίσκονται σε επίπεδα περίπου ισάξια ή ανώτερα των ανταγωνιστών τους, ιδιαίτερα σε ότι αφορά την ποιότητα και το επίπεδο ικανοποίησης των πελατών.

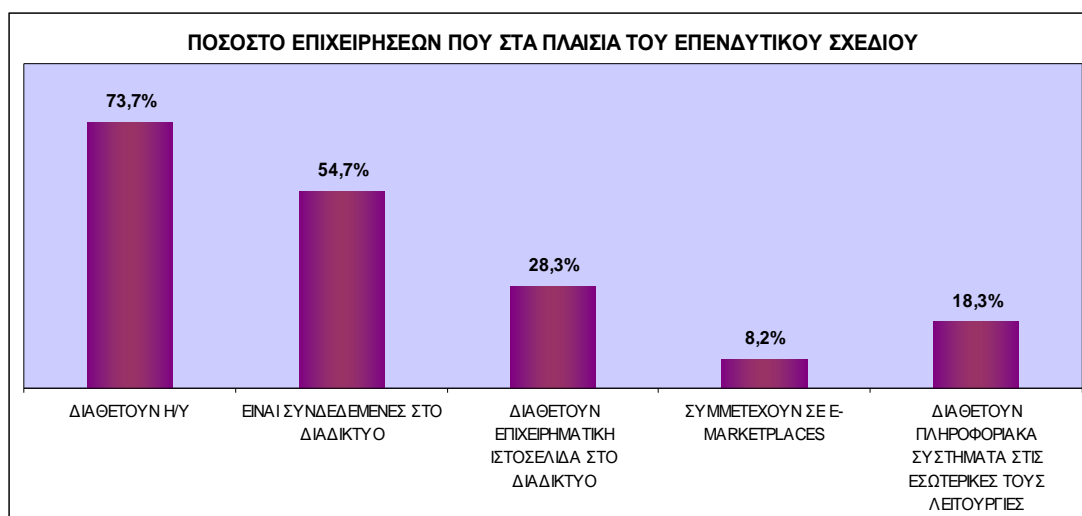
ΠΙΝΑΚΑΣ 5: Ανταγωνιστικές Επιδόσεις των Επιχειρήσεων που Δημιουργήθηκαν

	ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ		ΣΥΝΟΛΙΚΑ
	ΝΕΑΝΙΚΗ	ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ	
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΚΟΣΤΟΥΣ	23,3%	21,9%	22,8%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΣΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	79,6%	80,0%	79,7%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΣΤΟ ΒΑΘΜΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ	72,3%	75,8%	73,6%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΣΤΗΝ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ – ΠΡΟΒΟΛΗΣ	50,3%	45,8%	48,6%
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΣΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΤΩΝ ΓΝΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΤΟΥΣ	53,5%	54,4%	53,8%

3.2.2 Διείδυση Νέων Τεχνολογιών

Το ακόλουθο διάγραμμα παρουσιάζει το βαθμό διεισδυτικότητας των νέων επιχειρήσεων στην τεχνολογία. Αυτό που προκύπτει είναι ότι η χρήση πληροφοριακών συστημάτων για τη διεκπεραίωση επιχειρησιακών διαδικασιών βρίσκεται ακόμη σε χαμηλά επίπεδα. Αντίθετα, η χρήση Η/Υ είναι αρκετά διαδομένη, ενώ πάνω από τις μισές επιχειρήσεις είναι συνδεδεμένες στο διαδίκτυο.

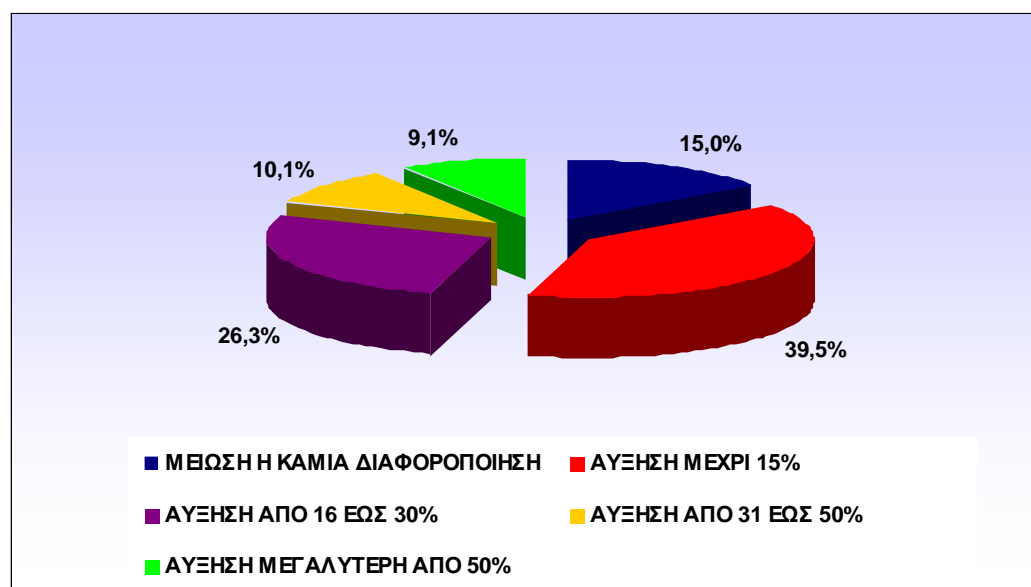
Διάγραμμα 5: Διείσδυση της Τεχνολογίας στις Νέες Επιχειρήσεις



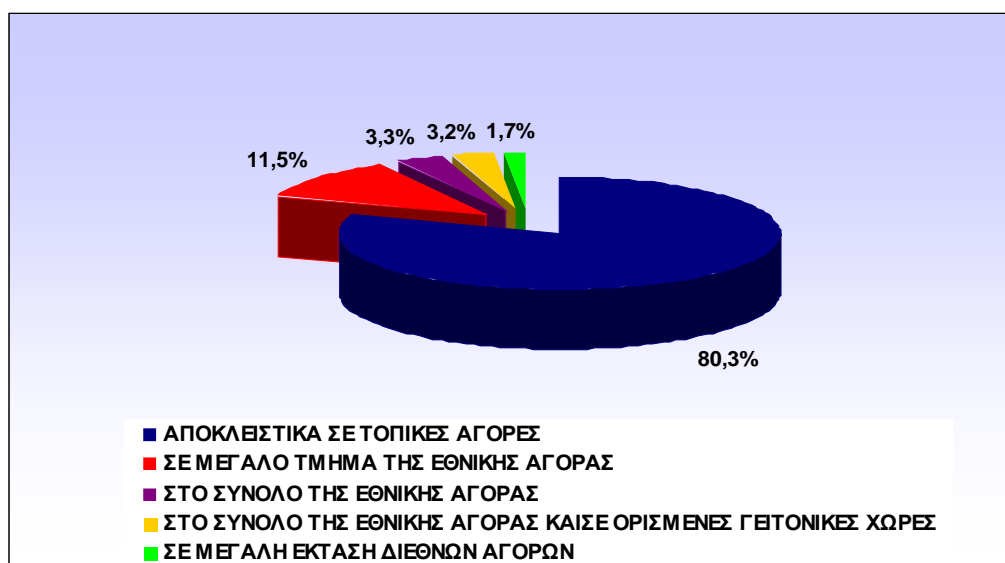
3.2.3 Οικονομικά αποτελέσματα

Από τις απαντήσεις που δόθηκαν στην έρευνα, προκύπτει ότι οι δράσεις της γυναικείας και της νεανικής επιχειρηματικότητας έχουν ως αποτέλεσμα τη δημιουργία κερδοφόρων επιχειρήσεων με δυναμική ανάπτυξης. Παρ' όλ' αυτά όμως, το ποσοστό αυτών που δραστηριοποιούνται σε εξαγωγικές δραστηριότητες είναι μικρό, γεγονός που συνδυάζεται και με το αντικείμενο δραστηριότητας των επιχειρήσεων που εστιάζει σε τοπικό κυρίως επίπεδο

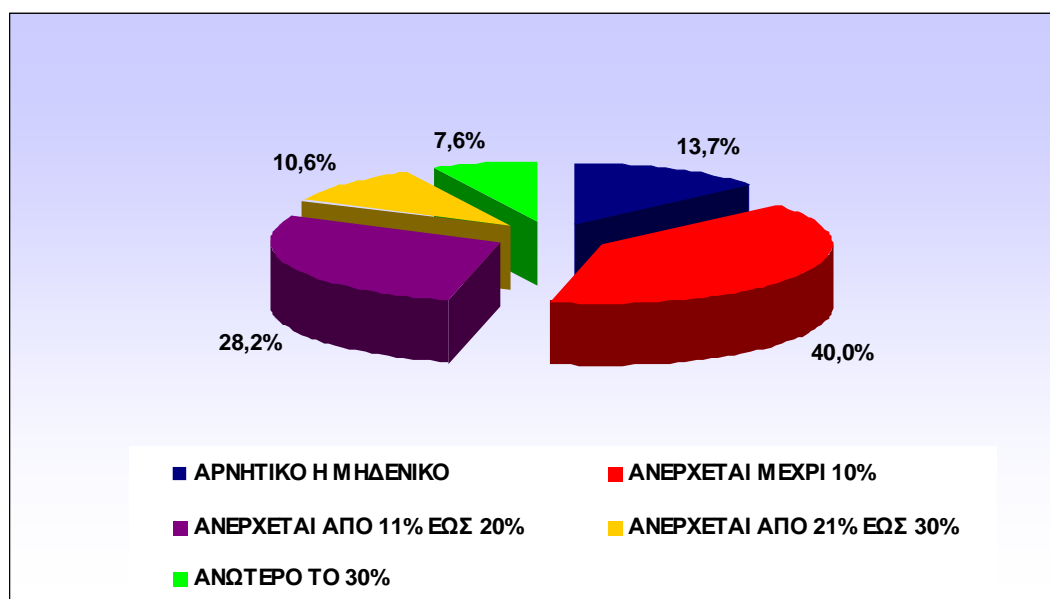
Διάγραμμα 6: Κατανομή Επιχειρήσεων Ανάλογα με τη Μέση Ετήσια Μεταβολή του Κύκλου Εργασιών τους



Διάγραμμα 7: Κατανομή Επιχειρήσεων Ανάλογα με το Βαθμό Εξωστρέφειάς Τους



Διάγραμμα 8: Κατανομή Επιχειρήσεων Ανάλογα με το Περιθώριο Κερδοφορίας τους

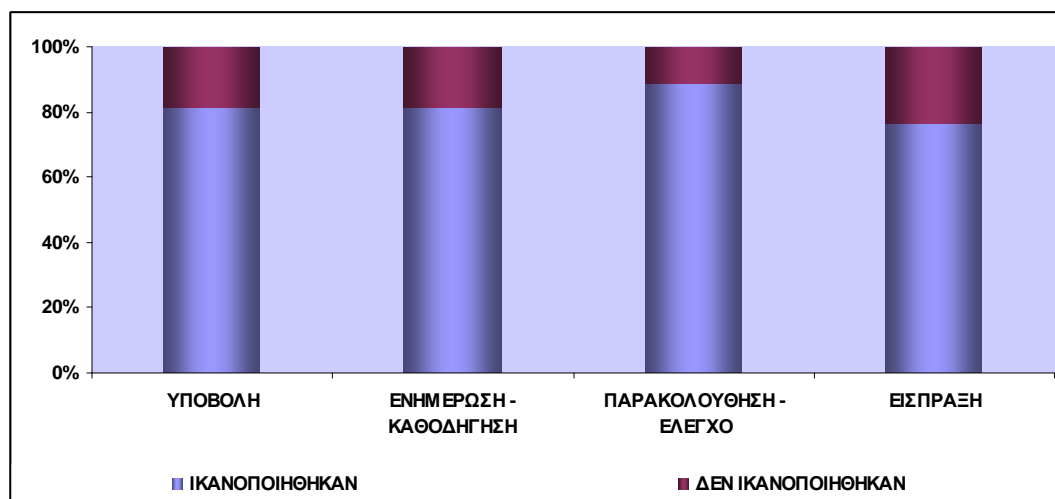


3.2.4 Βαθμός Ικανοποίησης από τις Διαδικασίες των Δράσεων – Βαθμός Εκπλήρωσης Προσδοκιών

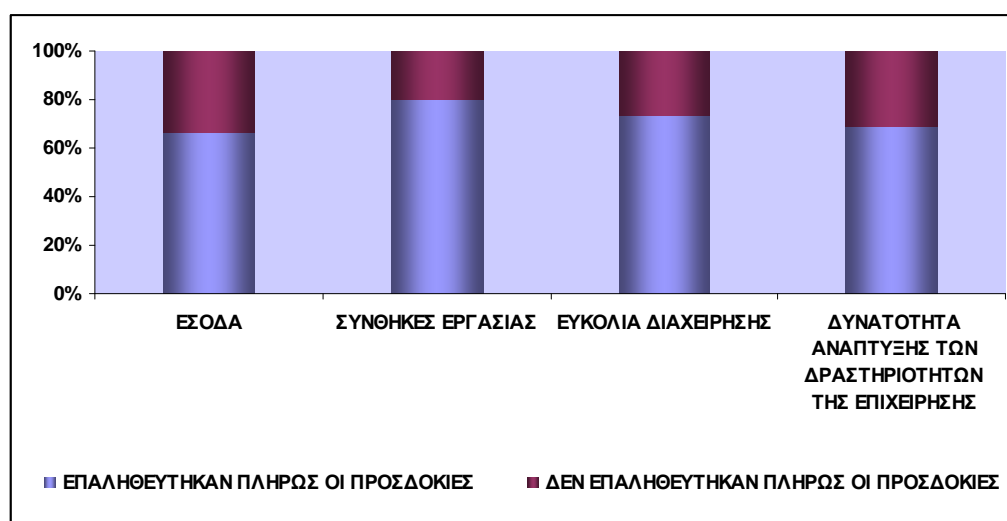
Στα πλαίσια της έρευνας διερευνήθηκε ο βαθμός ικανοποίησης των επιχειρήσεων από τις διαδικασίες υλοποίησης των προγραμμάτων. Από τα αποτελέσματα προκύπτει πως ο βαθμός ικανοποίησης των νέων επιχειρηματιών από τις δράσεις βρίσκεται σε υψηλά σχετικά επίπεδα, ενώ οι προσδοκίες των νέων επιχειρηματιών σε σχέση με μεταβλητές όπως τα έσοδα, οι συνθήκες εργασίας, η ευκολία διαχείρισης

της επιχείρησης και οι δυνατότητες ανάπτυξης επιβεβαιώνονται σε αρκετά μεγάλο βαθμό. Τα αποτελέσματα αυτά παρουσιάζονται στα παρακάτω σχήματα.

Διάγραμμα 9: Βαθμός Ικανοποίησης των Επιχειρηματιών από τα Διάφορα Στάδια της Ένταξης στις Δράσεις



Διάγραμμα 10: Βαθμός Επαλήθευσης Προσδοκιών σε Σχέση με Βασικές Μεταβλητές που Σχετίζονται με την Επιλογή Επιχειρηματικότητας

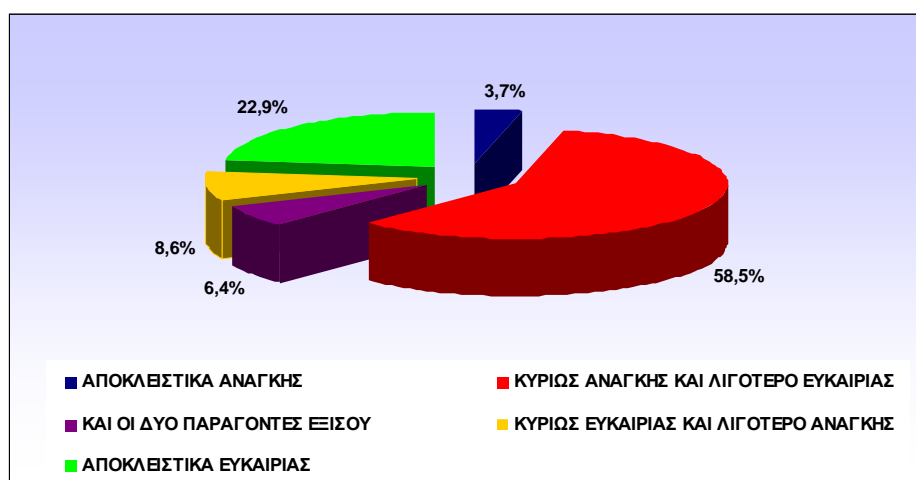


3.2.5 Επιχειρηματικότητα Ανάγκης / Ευκαιρίας – Επίπτωση στην Χρηματοδότηση από άλλες Πηγές

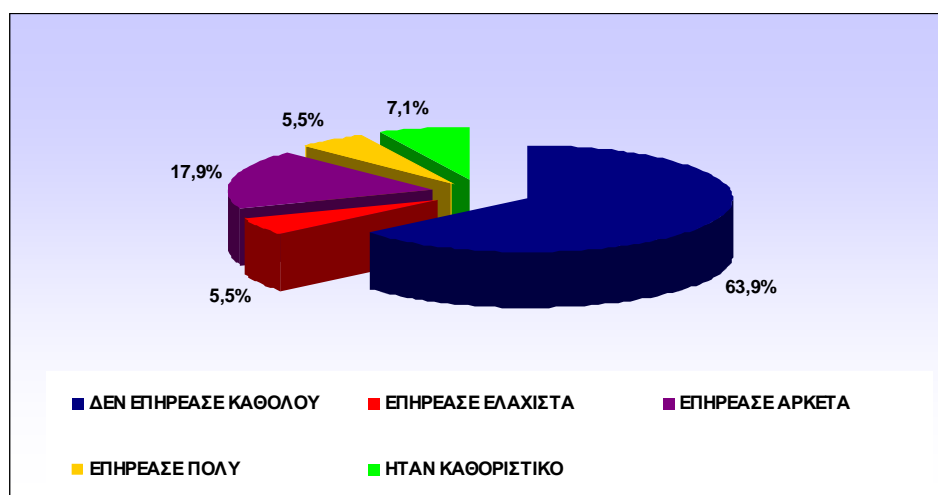
Ολοκληρώνοντας την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας, παρατίθενται στοιχεία που αφορούν την επίπτωση των προγραμμάτων ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας στη διευκόλυνση της χρηματοδότησης των επιχειρηματικών σχεδίων από άλλες πηγές (τράπεζες κ.λπ.) και στη διερεύνηση των κινήτρων που

οδήγησαν τους νέους επιχειρηματίες στην επιχειρηματικότητα (κατά πόσο δηλαδή κινήθηκαν λόγω ανάγκης ή λόγω του εντοπισμού κάποιας σημαντικής επιχειρηματικής ευκαιρίας προς αξιοποίηση. Τα αποτελέσματα καταδεικνύουν πως η επιλογή στροφής προς την επιχειρηματικότητα, αποτελεί κυρίως επιλογή ανάγκης και λιγότερο ευκαιρίας, ενώ η ένταξη των επιχειρήσεων στις δράσεις επηρέασε πολύ λίγο στην χρηματοδότηση των επιχειρήσεων αυτών από τις τράπεζες.

Διάγραμμα 11: Αιτία Επιλογής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας



Διάγραμμα 12: Βαθμός Επίδρασης της Ένταξης στα Κίνητρα στην Απόφαση Τραπεζών για Χρηματοδότηση



3.3 Συγκριτική Ανάλυση

Στα πλαίσια των ενδιάμεσων αξιολογήσεων των Ε.Π του Γ ΚΠΣ πραγματοποιήθηκαν έρευνες πεδίου σε επιχειρήσεις που εντάχθηκαν σε επιμέρους δράσεις του ΕΠ Ανταγωνιστικότητα και του Ε.Π Κοινωνία της Πληροφορίας.

Συγκεκριμένα, στα πλαίσια των αξιολογήσεων αυτών, πραγματοποιήθηκαν έρευνες πεδίου για τις δράσεις του ΕΠΑΝ:

- 2.7.1 Ολοκληρωμένα Επιχειρηματικά Σχέδια Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων
- 2.8.1 Ενίσχυση Νεανικής Επιχειρηματικότητας
- 2.8.2 Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας

και για τη Δράση του Ε.Π Κοινωνία της Πληροφορίας «Επιχειρείτε Ηλεκτρονικά». Σημειώνεται ότι, για τη δράση «Ενίσχυση της Ανταγωνιστικότητας Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων του Εμπορίου» δεν πραγματοποιήθηκε κάποια αντίστοιχη έρευνα, δεδομένου ότι η δράση την περίοδο της ενδιαμέσης αξιολόγησης δεν είχε ακόμη ενεργοποιηθεί.

Τα κύρια συμπεράσματα που προέκυψαν από τη συγκριτική ανάλυση των αποτελεσμάτων των ερευνών αυτών και της έρευνας που πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια του παρόντος έργου ήταν τα εξής:

- Επικυρώθηκε, και σε μερικές των περιπτώσεων ενισχύθηκε η άποψη ότι υπάρχουν θετικές επιπτώσεις στο λειτουργικό κόστος καθώς και στην ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων / υπηρεσιών
- Η συνολική ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων ενισχύθηκε
- Οι εξαγωγές δεν σημειώνουν σημαντική μεταβολή
- Οι επιχειρήσεις ήταν ικανοποιημένες από τις διαδικασίες που ακολουθήθηκαν από τους τελικούς δικαιούχους στα πλαίσια της ένταξής τους στη δράση
- Η κρισιμότητα των δράσεων στην ανάληψη επενδυτικών πρωτοβουλιών από τις επιχειρήσεις τεκμηριώνεται από όλες τις έρευνες αν και ο τρόπος που διατυπώθηκαν οι σχετικές ερωτήσεις δεν τις καθιστά απόλυτα συγκρίσιμες ως προς τα ποσοστά που εκπροσωπούν.
- Ένας από τους βασικούς στόχους των δράσεων της νεανικής και γυναικείας επιχειρηματικότητας ήταν να δημιουργηθούν βιώσιμες επιχειρήσεις. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα και των δύο ερευνών ο στόχος αυτός επιτυγχάνεται σε μεγάλο βαθμό, διαπιστώνοντας μάλιστα ότι, ιδιαίτερα στις επιχειρήσεις που δημιουργήθηκαν από τη δράση της γυναικείας επιχειρηματικότητας,

σημειώνεται βελτίωση (66,7% των επιχειρήσεων το 2005 και 86,4% το 2008¹). Δηλαδή όλο και περισσότερες επιχειρήσεις καθίστανται κερδοφόρες.

- Επιβεβαιώνονται επίσης, σε μεγάλο βαθμό, ο βαθμός ικανοποίησης των νέων και των γυναικών επιχειρηματιών από τις διαδικασίες που ακολουθήθηκαν στα πλαίσια της ένταξής τους στα χρηματοδοτικά κίνητρα καθώς επίσης και ο βαθμός επαλήθευσης των προσδοκιών τους. Το γεγονός ότι και στις δύο έρευνες παρατηρείται ότι στις γυναικείες επιχειρήσεις ο βαθμός επαλήθευσης του αρχικού σχεδίου τους είναι χαμηλότερος, μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι πιθανόν να χρειάζονταν μεγαλύτερη υποστήριξη κατά τη διαδικασία του σχεδιασμού της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας (κατάστρωση επιχειρηματικού πλάνου, νομικές συμβουλές κ.λ.π).

Επίσης, πραγματοποιήθηκε συγκριτική ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας που πραγματοποιήθηκε με τα αποτελέσματα των ερευνών του Παρατηρητηρίου της Επιχειρηματικότητας και του Παρατηρητηρίου της Κοινωνίας της Πληροφορίας. Τα κυριότερα συμπεράσματα που προέκυψαν είναι τα εξής:

- Δεν φαίνεται ότι η ένταξη στις δράσεις ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, επηρεάζει το ύψος του προϋπολογισμού της επένδυσης
- Υπάρχει μικρή τάση για υψηλότερο ποσοστό απασχόλησης στις επιχειρήσεις που δημιουργούνται μέσω των κινήτρων ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας
- Επιβεβαιώνεται σε κάποιο βαθμό η ανάγκη μεγαλύτερης στήριξης των γυναικών επιχειρηματιών σε θέματα συμβουλευτικής και προετοιμασίας τους στο σχεδιασμό της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας
- Οι νέες επιχειρήσεις που έχουν ενταχθεί στα κίνητρα παρουσιάζουν σαφώς μεγαλύτερη διεισδυτικότητα των ΤΠΕ σε σχέση με το μέσο όρο των Ελληνικών επιχειρήσεων που απασχολούν έως εννέα άτομα.

4 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΩΝ ΒΕΛΤΙΣΤΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ

Στα πλαίσια του παρόντος έργου πραγματοποιήθηκε μία ευρεία παρουσίαση βέλτιστων πρακτικών που ακολουθήθηκαν σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες στα πλαίσια των γραμμών δράσης της Λισσαβόνας για τη στήριξη των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων. Η παράθεση των βέλτιστων πρακτικών μας οδηγεί σε βασικά

¹ Η βελτίωση αυτή απεικονίζει μία τάση και όχι ένα απόλυτο συμπέρασμα, δεδομένων των μεθοδολογικών περιορισμών που καθιστούν δύσκολη τη συγκρισιμότητα των μεταβλητών.

συμπεράσματα, τα οποία θα πρέπει να αξιοποιηθούν για το σχεδιασμό και την εφαρμογή πολιτικών στήριξης των ΜΜΕ στο μακροχρόνιο διάστημα.

- Η Ελλάδα έχει ήδη αναπτύξει υποδομές και δίκτυα, τα οποία μπορούν να αξιοποιηθούν για τη μείωση της γραφειοκρατίας και τον εξορθολογισμό των διαδικασιών ίδρυσης των επιχειρήσεων. Η αξιοποίηση των ΚΕΠ, σε συνδυασμό με το διαδίκτυο μπορούν να συμβάλλουν σημαντικά στο στόχο αυτό.
- Στην Ελλάδα είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένη η ιδέα της συλλογικής εκπροσώπησης με ισχυρούς κοινωνικούς και κλαδικούς εταίρους. Οι φορείς αυτοί, σε συνεργασία με την κεντρική κυβέρνηση μπορούν να συμβάλλουν σημαντικά στην αποτελεσματικότερη εκπροσώπηση των συμφερόντων των ΜΜΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση, καθώς και στη βελτίωση του νομοθετικού πλαισίου που αφορά τις επιχειρήσεις, μέσω κοινής δράσης.
- Θα πρέπει να αξιοποιηθεί η τέταρτη προγραμματική περίοδος για την δημιουργία νέων καινοτόμων χρηματοδοτικών εργαλείων, αξιοποιώντας δομές που δημιουργήθηκαν στα πλαίσια της τρίτης προγραμματικής περιόδου όπως το ΤΑΝΕΟ και το ΤΕΜΠΕ.
- Το διαδίκτυο παρέχει τεράστιες ευκαιρίες για γρήγορη, φθηνή και αποτελεσματική πληροφόρηση στις ΜΜΕ διευκολύνοντας, τόσο την καθημερινή τους δραστηριότητα, όσο και την πρόσβασή τους σε νέες αγορές, όπως για παράδειγμα των δημόσιων συμβάσεων και των εξαγωγικών αγορών, την αναζήτηση νέων τεχνολογιών, την κατοχύρωση δικαιωμάτων κ.α. Η κεντρική κυβέρνηση, μέσω των υπουργείων και των εποπτευόμενων οργανισμών θα πρέπει να προχωρήσει με ταχύτερους ρυθμούς προς την ανάπτυξη και αξιοποίηση προσβάσιμων βάσεων δεδομένων μέσω του διαδικτύου.
- Η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα θα πρέπει να αναπτυχθεί πολυεπίπεδα, στην υποχρεωτική και την τριτοβάθμια εκπαίδευση αλλά και να ενισχυθεί στο επίπεδο της επαγγελματικής εκπαίδευσης συμπληρωματικά με τα κίνητρα επενδύσεων. Σημαντικό ρόλο θα πρέπει να διαδραματίσει το Υπουργείο Παιδείας, σε συνεργασία με πανεπιστήμια και άλλους φορείς στήριξης της επιχειρηματικότητας για την ανάπτυξη πιλοτικών προγραμμάτων εκπαίδευσης στα σχολεία και τα Πανεπιστήμια.

5 ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από την έρευνα πεδίου που πραγματοποιήθηκε, σε συνδυασμό με τις υπόλοιπες έρευνες και μελέτες που εξετάστηκαν στα πλαίσια του παρόντος έργου φαίνεται ότι οι στόχοι των δράσεων χρηματοδοτικής ενίσχυσης των ΜΜΕ σε μεγάλο βαθμό έχουν επιτευχθεί. Συγκεκριμένα:

- ☛ Η μεγάλη πλειοψηφία των επιχειρήσεων εκτιμούν ότι βελτιώθηκε η συνολική ανταγωνιστικότητά τους
- ☛ Τα οικονομικά αποτελέσματά τους παρουσιάζουν βελτίωση
- ☛ Ο βαθμός διεισδυτικότητας των τεχνολογιών πληροφορικής και Internet παρουσιάζει σημαντική βελτίωση σε σχέση με το μέσο όρο των Ελληνικών επιχειρήσεων
- ☛ Η επίπτωση των επενδυτικών σχεδίων εντοπίζεται κατ' αρχάς στην ποιότητα των προϊόντων και την αναγνωρισιμότητα των επιχειρήσεων και δευτερευόντως στο επίπεδο του λειτουργικού κόστους – παραγωγικότητας².
- ☛ Δημιουργήθηκαν νέες επιχειρήσεις οι οποίες είναι στη μεγάλη τους πλειοψηφία βιώσιμες και αναπτυσσόμενες.

Από την άλλη πλευρά πρέπει να επισημανθούν και κάποια συμπεράσματα, τα οποία έχουν κρίσιμη σημασία κοιτάζοντας μακροσκοπικά και πιο μακροπρόθεσμα την ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ και της Ελληνικής Οικονομίας:

- ☛ Η επίπτωση στον εξαγωγικό προσανατολισμό είναι πολύ μικρή. Παρά το γεγονός ότι ανταγωνιστικότητα βελτιώνεται, αυτή περιορίζεται στα πλαίσια της εσωτερικής, ή ακόμα και της τοπικής αγοράς. Αυτό το συμπέρασμα, πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη στο σχεδιασμό των νέων μέτρων και πολιτικών, διότι ουσιαστική ανταγωνιστικότητα χωρίς εξωστρέφεια δεν μπορεί να έχει μακροπρόθεσμα διατηρησιμότητα.
- ☛ Οι νέες επιχειρήσεις που δημιουργούνται από τις σχετικές δράσεις ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας είναι χαμηλής προστιθέμενης αξίας και στοχεύουν σε παραδοσιακούς κλάδους της οικονομίας. Το συμπέρασμα αυτό επιβεβαιώνουν τα ευρήματα του παρατηρητηρίου της επιχειρηματικότητας του ΙΟΒΕ το οποίο χαρακτηρίζει τις νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες «ρηχού» περιεχομένου, δεδομένου ότι στη συντριπτική τους πλειοψηφία στοχεύουν

² Πρέπει να επισημανθεί ότι η ποιότητα και η αναγνωρισιμότητα αποτελούν όρους πιο ρευστούς και υποκειμενικούς σε σχέση με το κόστος, το οποίο ανατακτά αντικειμενικά – πραγματικά και μετρήσιμα δεδομένα της επιχείρησης.

στον τελικό καταναλωτή.

- Ο βαθμός διείσδυσης της έρευνας και ανάπτυξης και της απόκτησης τεχνογνωσίας είναι πολύ μικρός και περιορίζεται κυρίως σε θέματα τεχνολογιών πληροφορικής.
- Υπάρχει σαφώς θετική επίπτωση στην απασχόληση χωρίς όμως το περιεχόμενο των θέσεων εργασίας που δημιουργούνται να είναι εντάσεως γνώσης.

Λαμβάνοντας υπόψη τις ανωτέρω επισημάνσεις, πρέπει να τονιστεί ότι, ζητήματα που άπτονται της μακροπρόθεσμης διατήρησης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος (εξωστρέφεια, κλαδική εξειδίκευση, αύξηση γνωστικών ικανοτήτων) μάλλον δεν αντιμετωπίστηκαν από τις επιχειρήσεις, παρά το γεγονός ότι στις επιμέρους δράσεις που διερευνήθηκαν περιλαμβάνονταν επιλέξιμες ενέργειες οι οποίες ενίσχυαν τέτοιου είδους παρεμβάσεις.

5.1 Προτάσεις για Μέτρα Πολιτικής Ενίσχυσης της Επιχειρηματικότητας και της Ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ

Λαμβάνοντας υπόψη τα συμπεράσματα, όχι μόνο της έρευνας που εκπονήθηκε στα πλαίσια του παρόντος έργου, αλλά και ερευνών / μελετών που έχουν εκπονηθεί και από άλλους φορείς, είναι κοινός τόπος ότι τα προβλήματα που αντιμετωπίζονται στα θέματα της μακροχρόνιας ανταγωνιστικότητας και της επιχειρηματικότητας είναι περισσότερο διαρθρωτικά και οι παρεμβάσεις που θα πρέπει να προωθηθούν πρέπει να έχουν τέτοιο χαρακτήρα, ώστε να προωθηθεί η μακροπρόθεσμη ανάπτυξη.

Στα πλαίσια της παρούσας μελέτης, και σύμφωνα με τα συμπεράσματα τα οποία έχουν εξαχθεί, ιδιαίτερη βαρύτητα θα πρέπει να δοθεί στα εξής:

- **Στην εξωστρέφεια των Ελληνικών Επιχειρήσεων.** Η ανάπτυξη δράσεων ενίσχυσης της εγχώριας ανταγωνιστικότητας αποτελεί μεν ένα σημαντικό όφελος για τις ελληνικές επιχειρήσεις, αλλά σε μακροπρόθεσμο επίπεδο δεν διασφαλίζει ένα βασικό χαρακτηριστικό του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος των επιχειρήσεων, τη διατηρησιμότητα. Η τελευταία, σε μεγάλο βαθμό αποκτάται όταν η επιχείρηση διακατέχεται από εξωστρέφεια και διαχέει τον επιχειρηματικό της κίνδυνο σε μεγάλο αριθμό αγορών. Κατά συνέπεια, οι δράσεις εκσυγχρονισμού των επιχειρήσεων θα πρέπει να διακατέχονται από μία φιλοσοφία ενίσχυσης του εξαγωγικού προσανατολισμού μέσω ενεργειών :

- Εκσυγχρονισμού του μηχανολογικού τους εξοπλισμού για τη βελτίωση της ποιότητας και την παραγωγή ποιοτικά ανώτερων προϊόντων ικανών να ανταγωνιστούν στις διεθνείς αγορές
- Ενίσχυσης επιχειρηματικών δικτύων στα πλαίσια της διείσδυσης των Ελληνικών επιχειρήσεων στις ξένες αγορές
- Συμβουλευτικής των επιχειρήσεων σε θέματα εκπόνησης ολοκληρωμένων πλάνων (business plans) ανάπτυξης εξαγωγών.
- Ενίσχυσης των δαπανών προώθησης στις εξαγωγικές αγορές.

- **Στην προώθηση της καινοτομίας.** Εάν λάβει κανείς υπόψη του την παραγωγική δομή της Ελλάδας, είναι πολύ λίγες οι επιχειρήσεις που μπορούν πραγματικά να χαρακτηριστούν ως εντάσεως τεχνολογίας και γνώσης. Γι' αυτό το λόγο, θα ήταν ουτοπία να προσπαθήσει κανείς να συνδέσει αποκλειστικά τις δράσεις χρηματοδότησης των ΜΜΕ με έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη. Άλλωστε, ο πρώτος άξονας του ΕΠΑΕ αντιμετωπίζει σε μεγάλο βαθμό αυτό το ζήτημα μέσω της σύνδεσης των ερευνητικών ιδρυμάτων με τον παραγωγικό ιστό, την ενίσχυση των spin-offs των πόλων καινοτομίας κ.α που αποτελούν πολύ χρήσιμες δράσεις οι οποίες δημιουργούν πραγματικά προστιθέμενη αξία στην οικονομία της χώρας.

Η καινοτομία όμως δε συνδέεται αποκλειστικά και μόνο με την έρευνα και την τεχνολογική ανάπτυξη αλλά μπορεί να συνδεθεί με νέους τρόπους ικανοποίησης αναγκών της αγοράς, αλλαγών της παραγωγικής δομής των επιχειρήσεων ώστε να εξοικονομούνται πόροι και άλλες μεθόδους εισαγωγής νέων δομών στην οργάνωση των εταιρειών ώστε να καταστούν πιο αποτελεσματικές.

Η ενίσχυση νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων σε τομείς οι οποίοι μπορεί να είναι κορεσμένοι και είναι χαμηλής προστιθέμενης αξίας δεν διαφοροποιεί μακροπρόθεσμα την παραγωγική δομή της χώρας. Αντιμετωπίζει εν μέρει το πρόβλημα της ανεργίας, ιδιαίτερα σε ευάλωτες κοινωνικές ομάδες, όπως π.χ οι γυναίκες, αλλά δε λύνει διαρθρωτικά προβλήματα. Κατά συνέπεια, το ζήτημα μέσα από τις χρηματοδοτικές ενισχύσεις, δεν είναι μόνο να απασχοληθεί τμήμα του ενεργού ανθρώπινου δυναμικού δημιουργώντας επιχειρήσεις οι οποίες είναι βιώσιμες, αλλά να δημιουργηθούν επιχειρήσεις που μπορούν να δημιουργήσουν προστιθέμενη αξία στον παραγωγικό ιστό της χώρας με μακροχρόνιο / διατηρήσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η δημιουργία τέτοιων δυναμικών επιχειρήσεων εκτιμάται ότι θα συμβάλλει πολλαπλασιαστικά στην απασχόληση δημιουργώντας περισσότερες θέσεις εργασίας στο μακροπρόθεσμο διάστημα.

- **Η βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος**, συνίσταται στη δημιουργία των δομών εκείνων που θα διευκολύνουν την ίδρυση και την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η μείωση της γραφειοκρατίας διευκολύνοντας τις διαδικασίες έναρξης της επιχείρησης και η πληρέστερη και αναλυτικότερη ενημέρωση των επιχειρηματιών αποτελούν σημαντικά προβλήματα που θα πρέπει να αντιμετωπιστούν τα επόμενα χρόνια. Εάν λάβει κανείς υπόψη του ότι οι Έλληνες κατατάσσονται στις πρώτες θέσεις από άποψη επιχειρηματικότητας αλλά από την άλλη πλευρά κατατάσσονται στις υψηλότερες θέσεις στο φόβο της αποτυχίας σχετίζεται σε μεγάλο βαθμό με τη στάση του Κρατικού μηχανισμού απέναντι στους επίδοξους επιχειρηματίες και του τρόπου λειτουργίας των υπηρεσιών του Κράτους. Τόσο η απλούστευση των διαδικασιών μέσω υφιστάμενων δομών (π.χ Κέντρα Ενημέρωσης Πολιτών, Κέντρα Υποδοχής Επενδυτών) όσο και η βελτιστοποίηση της πληροφόρησης πρέπει να αποτελέσουν βασικούς τομείς στόχευσης συνολικότερα της πολιτικής ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας των Μικρομεσαίων επιχειρήσεων και της ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας.

Ένας άλλος τομέας που σχετίζεται επίσης με τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος είναι αυτός της επιχειρηματικής εκπαίδευσης. Και σε αυτό τον τομέα υστερεί σημαντικά η Ελλάδα σε όλα τα επίπεδα. Από την ανάλυση των βέλτιστων πρακτικών φαίνεται ότι ανεπτυγμένες σε αυτό τον τομέα χώρες, όπως η Ιρλανδία, εφαρμόζουν από τα πρώτα επίπεδα εκπαίδευσης προγράμματα για την εξοικείωση των μαθητών με την επιχειρηματικότητα. Στην Ελλάδα εμφανίζεται το παράδοξο να είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένη η κουλτούρα της επιχειρηματικότητας, χωρίς όμως να έχει αναπτυχθεί μία ολοκληρωμένη εκπαιδευτική υποδομή που να μπορεί να τη στηρίξει. Στην τριτοβάθμια εκπαίδευση έχουν γίνει κάποιες αποσπασματικές ενέργειες εισαγωγής σχετικών μαθημάτων, χωρίς όμως να έχουν ενταχθεί με ολοκληρωμένο τρόπο στους κύκλους φοίτησης. Και δεν πρέπει να περιοριστούμε μόνο στα θέματα της δημόσιας εκπαίδευσης αλλά και στην επαγγελματική κατάρτιση των νέων επιχειρηματιών, ιδιαίτερα των γυναικών, οι οποίες αποδεικνύεται από τα ευρήματα των ερευνών, ότι υστερούν σε θέματα εξοικείωσης με το επιχειρηματικό περιβάλλον. Θα πρέπει κατά συνέπεια, οι όποιες πολιτικές ενίσχυσης, πέρα από την αμιγή χρηματοδότηση νέων υποδομών, να συνδυαστούν με την παροχή κατάλληλης εκπαίδευσης των νέων επιχειρηματιών ώστε να μπορούν να αντιμετωπίσουν με αποτελεσματικότερο τρόπο τα προβλήματα που προκύπτουν κατά την άσκηση της δραστηριότητάς τους.

5.2 Εξειδίκευση των Προτάσεων ανά Παρέμβαση

Στις ενότητες που ακολουθούν εξειδικεύονται οι προτάσεις του Συμβούλου ανά παρέμβαση – δράση χρηματοδοτικής ενίσχυσης, σύμφωνα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους όπως αυτά προέκυψαν από τα ευρήματα της έρευνας πεδίου που πραγματοποιήθηκε, σε συνδυασμό με τα συμπεράσματα των μελετών ανταγωνιστικότητας.

5.2.1 Ολοκληρωμένα Επιχειρηματικά Σχέδια Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων

Όπως φάνηκε και από τα ευρήματα της έρευνας πεδίου, σε συνδυασμό και με τα αποτελέσματα της έρευνας του αξιολογητή του ΕΠΑΝ, η δράση είχε θετικά αποτελέσματα στην πλειοψηφία των επιχειρήσεων που υπάχθηκαν. Κατά συνέπεια, θεωρείται ότι η δράση πρέπει να συνεχιστεί, εάν λάβει κανείς υπόψη του επίσης την κρισιμότητα στην προώθηση των επενδύσεων (μικρό ποσοστό των επιχειρήσεων δήλωσαν ότι εάν δεν υπήρχε η δυνατότητα επιχορήγησης η επένδυση θα υλοποιούνταν απaráλλαχτη) .

Θεωρείται ότι, στην επόμενη προγραμματική περίοδο θα πρέπει η φιλοσοφία της δράσης να προσανατολιστεί περισσότερο στην ενίσχυση της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων συνδέοντας τους στόχους με την ενίσχυση των εξαγωγών. Η μεταστροφή της αρχικής φιλοσοφίας συνεπάγεται ότι και οι επιλέξιμες ενέργειες της δράσης θα πρέπει να προσανατολιστούν προς αυτό το στόχο, δίνοντας έμφαση σε ενέργειες :

- Εκσυγχρονισμού του μηχανολογικού εξοπλισμού για τη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων ή / και της απόκτησης ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που θα καταστήσουν τα προϊόντα εμπορεύσιμα σε εξαγωγικές αγορές
- Επέκτασης των αποθηκευτικών και εργοστασιακών χώρων για την ενίσχυση της παραγωγής
- Αμοιβών συμβούλων για :
 - Την εκπόνηση ερευνών αγοράς σε ξένες αγορές
 - Την εκπόνηση πλάνου διείσδυσης σε εξαγωγικές αγορές (για τις περιπτώσεις επιχειρήσεων που δεν έχουν εξαγωγική παρουσία) ή / και ανάπτυξης των εξαγωγών σε νέες ή υφιστάμενες αγορές (για περιπτώσεις επιχειρήσεων που έχουν εξαγωγική δραστηριότητα)
 - Την απόκτηση αδειών / πιστοποιήσεων για να μπορούν τα προϊόντα

των επιχειρήσεων να καταστούν εμπορεύσιμα σε εξαγωγικές αγορές.

- Αγοράς ή ανάπτυξης τεχνολογίας.
- Κατοχύρωσης δικαιωμάτων ευρυσυτεχνίας σε ξένες αγορές.
- Δημιουργίας υποδομών ηλεκτρονικού εμπορίου.
- Ενίσχυσης των υποδομών πληροφοριακών συστημάτων για τον εξορθολογισμό της εφοδιαστικής αλυσίδας των επιχειρήσεων και της διαχείρισης των πελατών της.
- Συμμετοχής σε εκθέσεις του εξωτερικού.

Η παρέμβαση αυτή καλύπτει βέβαια ένα πολύ μικρότερο τμήμα των επιχειρήσεων, θα μπορεί όμως να δώσει ένα σημαντικό κίνητρο σε επιχειρήσεις που δεν έχουν εξαγωγική παρουσία, να αναπτύξουν ένα ολοκληρωμένο πλάνο ανάπτυξης εξαγωγών των προϊόντων τους.

Σε ότι αφορά την περιφερειακή και την κλαδική διάσταση της παρέμβασης, από τα αποτελέσματα της έρευνας δεν διαφαίνεται ότι θα πρέπει να υπάρξει κάποια συγκεκριμένη εξειδίκευση, δεδομένου ότι οι διαφοροποιήσεις που παρατηρήθηκαν, ιδιαίτερα στον κλάδο της κλωστοϋφαντουργίας, ήταν μικρές και δεν τεκμηριώνουν τη στήριξη κάποιων συγκεκριμένων κλάδων οικονομικής δραστηριότητας ή περιφερειών.

Θα πρέπει όμως να ληφθεί υπόψη στην πολιτική σχεδιασμού της παρέμβασης, η δικτύωση των επιχειρήσεων (clustering) αξιοποιώντας συγκεντρώσεις κλάδων οικονομικής δραστηριότητας σε συγκεκριμένες διοικητικές περιφέρειες για την υλοποίηση κοινών δράσεων προώθησης των εξαγωγών. Αν και στο παρελθόν οι δράσεις δικτύωσης δεν έχουν επιφέρει σημαντικά αποτελέσματα, η διεθνής εμπειρία έχει αποδείξει ότι τέτοιου είδους συγκεντρώσεις επιφέρουν σημαντικά πλεονεκτήματα και οικονομίες κλίμακος στις επιχειρήσεις που συμμετέχουν. Η διάσταση της δικτύωσης μάλιστα αποτελεί σημαντικό συστατικό στοιχείο της φιλοσοφίας του ΕΠΑΕ.

5.2.2 Επιχειρείτε Ηλεκτρονικά

Τα αποτελέσματα της δράσης επιχειρείτε ηλεκτρονικά ήταν ιδιαίτερα θετικά, όπως αποδείχτηκε και από τα ευρήματα της έρευνας πεδίου που πραγματοποιήθηκε στις επιχειρήσεις που συμμετείχαν. Κατά συνέπεια, η επαναδραστηριοποίησή της θεωρείται ότι είναι σκόπιμη, δίνοντας έμφαση περισσότερο στις μικρές επιχειρήσεις. Τα ευρήματα του παρατηρητηρίου της Κοινωνίας της Πληροφορίας είναι ιδιαίτερα

χρήσιμα δείχνοντας ότι, υπάρχει ένα σημαντικό χάσμα μεταξύ των πολύ μικρών επιχειρήσεων που απασχολούν έως εννέα άτομα και των μεγαλύτερων σε μέγεθος επιχειρήσεων που απασχολούν περισσότερα από εννέα άτομα.

Κατά συνέπεια, εκτιμάται ότι, η οποιαδήποτε αντίστοιχη παρέμβαση υλοποιηθεί στα πλαίσια της τέταρτης προγραμματικής περιόδου, θα πρέπει να εστιάσει στη διαφοροποίηση αυτή, δίνοντας έμφαση:

- **Σε ότι αφορά τις πολύ μικρές επιχειρήσεις**, στην προώθηση της χρήσης των Ηλεκτρονικών Υπολογιστών και την χρήση του διαδικτύου αξιοποιώντας τα ευρυζωνικά δίκτυα καθώς και στην ενσωμάτωση των πληροφοριακών συστημάτων στις εταιρικές λειτουργίες. Η ηλεκτρονικοποίηση των πολύ μικρών επιχειρήσεων κρίνεται ιδιαίτερα σημαντική λαμβάνοντας υπόψη ότι μεγάλο τμήμα των συναλλαγών (τραπεζικών και με δημόσιους φορείς) θα γίνεται ολοένα και περισσότερο μέσω του διαδικτύου, εξοικονομώντας σημαντικό χρόνο και χρήμα στις επιχειρήσεις αυτές.
- **Σε ότι αφορά τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις**, στην προώθηση της ενσωμάτωσης των πληροφοριακών συστημάτων στις εταιρικές λειτουργίες, όπου ακόμη η χρήση τους, σύμφωνα με τα στοιχεία του παρατηρητηρίου της ΚτΠ είναι ακόμη περιορισμένη, καθώς επίσης και στην προώθηση συστημάτων που επιτρέπουν την τηλεεργασία.

Και στις δύο κατηγορίες επιχειρήσεων, θα πρέπει να ενισχυθεί η ανάπτυξη πλατφόρμων για την ενίσχυση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Θα πρέπει όμως το ηλεκτρονικό εμπόριο να ενισχύει τις πωλήσεις των επιχειρήσεων αυτών σε εξαγωγικές αγορές.

Η διαφοροποίηση που γίνεται μεταξύ των δύο κατηγοριών επιχειρήσεων, στηρίζεται στο ότι κατά την άποψη του συμβούλου, οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις σε αρκετά μεγάλο βαθμό έχουν επιλύσει θέματα βασικών υποδομών πληροφορικής, όπως είναι για παράδειγμα ο εξοπλισμός και η πρόσβαση στο διαδίκτυο. Κατά συνέπεια οι παρεμβάσεις ενίσχυσής τους θα πρέπει να εστιάσουν περισσότερο σε θέματα πληροφοριακών συστημάτων που θα εξορθολογίσουν τις επιχειρησιακές διαδικασίες ώστε οι πόροι της τέταρτης προγραμματικής περιόδου να κατευθυνθούν με μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα.

5.2.3 Ενίσχυση Ανταγωνιστικότητας Πολύ Μικρών Εμπορικών Επιχειρήσεων

Η δράση της ενίσχυσης των Εμπορικών Επιχειρήσεων είχε σαφώς θετικά αποτελέσματα στη συνολική ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων και στα οικονομικά

τους αποτελέσματα. Κατά συνέπεια, κάτω από μία μικροσκοπική οπτική γωνία, η παρέμβαση θα πρέπει να συνεχιστεί και στα πλαίσια της τέταρτης προγραμματικής περιόδου, δεδομένου ότι τα αποτελέσματά της, όπως αυτά διατυπώθηκαν από τις επιχειρήσεις, ήταν ιδιαίτερα θετικά.

Οι προβληματισμοί όμως που πρέπει να τεθούν είναι κατά πόσο μακροσκοπικά στο επίπεδο της συνολικής ανταγωνιστικότητας της οικονομίας, η ενίσχυση των επιχειρήσεων αυτών μπορεί να έχει σημαντική συνεισφορά. Λαμβάνοντας υπόψη ότι, ο προσανατολισμός των επιχειρήσεων αυτός είναι κυρίως τοπικός και σε αρκετές περιπτώσεις υπερτοπικός, η απασχόληση που δημιουργούν είναι περιορισμένη σε σχέση με τις υπόλοιπες δράσεις και ο βαθμός ενσωμάτωσης καινοτομίας και εισαγωγής τεχνολογίας είναι μηδαμινός, η πολιτική ενισχύσεων που θα πρέπει να ακολουθηθεί σε σχέση με τις εμπορικές επιχειρήσεις εκτιμάται ότι θα πρέπει να εστιάσει:

1. Στον εξορθολογισμό της εφοδιαστικής αλυσίδας
2. Στην ενίσχυση επιχειρηματικών σχεδίων εμπορικών επιχειρήσεων που εξαγουν Ελληνικά προϊόντα.

Η πρώτη παρέμβαση εστιάζει σε ενέργειες εκσυγχρονισμού κτιριακών εγκαταστάσεων αποθηκών (όχι κτίρια διοίκησης και χώρους έκθεσης προϊόντων) προμήθεια εξοπλισμού και πληροφοριακών συστημάτων διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας. Η σκοπιμότητα προώθησης μίας τέτοιας στοχευμένης παρέμβασης, στηρίζεται στην ενίσχυση της αποτελεσματικότητας της πιο κρίσιμης ίσως λειτουργίας μίας εμπορικής επιχείρησης, η οποία μπορεί να έχει σημαντική προστιθέμενη αξία. Σημειώνεται ότι, αυτή η διάσταση αφορά πολύ μικρά επιχειρηματικά σχέδια χαμηλού προϋπολογισμού, διότι αλλιώς θα υπήρχε επικάλυψη με τον αναπτυξιακό νόμο.

Η δεύτερη διάσταση δίνει έμφαση στην ενίσχυση των εξαγωγικών επιχειρήσεων που αποτελούν μεσάζοντες για τη διακίνηση των Ελληνικών Προϊόντων στο εξωτερικό. Ενισχύοντας αυτές τις επιχειρήσεις, μέσω ενεργειών αντίστοιχων με αυτές των ολοκληρωμένων επιχειρηματικών σχεδίων των μεταποιητικών επιχειρήσεων, δίνεται έμφαση στον τελευταίο κρίκο της αλυσίδας της διακίνησης των Ελληνικών Προϊόντων προς τις εξαγωγικές αγορές ενισχύοντας έτσι έμμεσα την ανταγωνιστικότητα των Ελληνικών προϊόντων συνολικότερα.

Θέματα τεχνολογικού εκσυγχρονισμού (Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές, πληροφοριακά συστήματα κ.λ.π) μπορούν να καλυφθούν μέσω των αντίστοιχων παρεμβάσεων οι

οποίες αναλύονται στην ενότητα 4.2.2, ώστε να μην υπάρχει μεγάλη επικάλυψη μεταξύ των επιμέρους παρεμβάσεων.

5.2.4 Ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας

Όπως τονίστηκε και σε προηγούμενες ενότητες, τόσο η νεανική, όσο και η γυναικεία επιχειρηματικότητα πέτυχαν σε μεγάλο βαθμό το στόχο τους, δεδομένου ότι μέσω των δράσεων αυτών δημιουργήθηκαν νέες επιχειρήσεις, οι οποίες στην πλειοψηφία τους είναι κερδοφόρες και οι οποίες δημιουργούν νέες θέσεις απασχόλησης. Οι περισσότερες από αυτές τις επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται ότι το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα βρίσκεται κυρίως στην ποιότητα των προϊόντων / υπηρεσιών που προσφέρουν και την ικανοποίηση των πελατών τους, ενώ φαίνεται ότι η πλειοψηφία αυτών υστερεί στην εσωτερική αποδοτικότητα, δεδομένου ότι μικρό ποσοστό αυτών θεωρούν ότι έχουν ανταγωνιστικό κόστος.

Τονίστηκε, επίσης, τόσο από τα ευρήματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε, όσο και από τα ευρήματα του Παρατηρητηρίου της Επιχειρηματικότητας του ΙΟΒΕ, ότι το αντικείμενο της επιχειρηματικής δραστηριότητας που δημιουργείται είναι «ρηχό» υπό την έννοια ότι στηρίζεται σε «παραδοσιακούς» κλάδους που απευθύνονται κυρίως στους καταναλωτές.

Με βάση αυτά τα στοιχεία, θα πρέπει να επαναπροσδιοριστεί η πολιτική και οι ευρύτεροι στόχοι που θέλει κανείς να επιτύχει μέσω της ενίσχυσης της νέας επιχειρηματικότητας. Εάν ο πρωταρχικός στόχος είναι η αντιμετώπιση της ανεργίας, τότε η δράση μπορεί να συνεχιστεί με το ίδιο μοντέλο λειτουργίας (με κάποιες διορθωτικές παρεμβάσεις, οι οποίες αναλύονται στη συνέχεια), δεδομένου ότι οι επιχειρήσεις που δημιουργούνται είναι βιώσιμες και κερδοφόρες τουλάχιστον στο βραχυχρόνιο διάστημα που έχει μεσολαβήσει από τη στιγμή που δημιουργήθηκαν μέχρι σήμερα.

Εάν ληφθεί υπόψη όμως το προγραμματικό κείμενο του ΕΠΑΕ, το οποίο αναφέρει ότι *«Βασικά κριτήρια των επιμέρους παρεμβάσεων αποτελούν η παραγωγή υψηλής προστιθέμενης αξίας, η δημιουργία βιώσιμων ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων και η προώθηση της εξωστρέφειας»*, τότε η φιλοσοφία των δράσεων ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, πρέπει να προσανατολιστεί προς επιχειρηματικές δραστηριότητες που να χαρακτηρίζονται περισσότερο από καινοτομία και εξωστρέφεια με προσανατολισμό κυρίως προς την βιομηχανική υπεργολαβία (δηλαδή προϊόντα ή / και υπηρεσίες που προσφέρονται σε επιχειρήσεις).

Και όταν αναφέρεται η λέξη καινοτομία, δεν ταυτίζεται κατ' ανάγκη με την εξελιγμένη τεχνολογία, αλλά με «έξυπνες ιδέες» που έχουν να προσδώσουν κάτι καινούριο σε ένα κλάδο οικονομικής δραστηριότητας και μπορούν να προσδώσουν στις νέες επιχειρήσεις που θα δημιουργηθούν ένα εμφανές και διατηρήσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Έμφαση επίσης θα πρέπει να δοθεί στην εσωτερική οργάνωση και αποδοτικότητα των επιχειρήσεων αυτών, δεδομένου ότι, όπως αποδεικνύεται και από τα αποτελέσματα της έρευνας μικρό ποσοστό αυτών θεωρούν ότι υπερέχουν σε αυτό τον τομέα έναντι των ανταγωνιστών τους.

Κατά συνέπεια, λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω, βασικό κριτήριο για τις δράσεις ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, θα πρέπει να είναι η εισαγωγή «έξυπνων ιδεών» που θα διαφοροποιούν την επιχειρηματική δραστηριότητα σε ένα κλάδο, θα στηρίζονται σε εμπειριστατωμένες έρευνες αγοράς και ολοκληρωμένα επιχειρηματικά σχέδια.

Με αυτό τον τρόπο, θα ήταν πολύ πιο αποτελεσματική η δράση εάν διαχωριζόταν σε δύο φάσεις, κατά το πρότυπο της δράσης ΠΡΑΞΕ, η οποία ενίσχυε τα spin-offs.

- Η Α Φάση θα ενισχύει την έρευνα αγοράς και την προετοιμασία του επιχειρηματικού σχεδίου μετουσίωσης της ιδέας σε επιχειρηματική δραστηριότητα.
- Η Β Φάση θα ενισχύει την υλοποίηση του επιχειρηματικού σχεδίου που καταρτίστηκε στην Α Φάση, ενισχύοντας τις απαραίτητες υποδομές και λοιπές δαπάνες οι οποίες είναι απαραίτητες για την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Διαχωρίζοντας τις δράσεις ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας σε δύο Φάσεις, επιτυγχάνονται τα εξής:

- Μειώνεται σημαντικά ο κίνδυνος της αποτυχίας, δεδομένου ότι σχεδιάζονται με ολοκληρωμένο και τεκμηριωμένο τρόπο οι νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες και εντοπίζονται οι παράγοντες κινδύνου και η βιωσιμότητα του κάθε εγχειρήματος.
- Αυξάνεται η εξοικείωση των νέων επιχειρηματιών με την επιχειρηματικότητα. Το σημείο αυτό είναι ιδιαίτερα κρίσιμο, ιδιαίτερα για τις γυναίκες, στις οποίες εντοπίστηκε ότι υπάρχει σημαντικό πρόβλημα, σε σχέση με τους άντρες, στα ζητήματα σχεδιασμού και προγραμματισμού της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας.

Επίσης, κάποια άλλα οριζόντια ζητήματα, τα οποία θα πρέπει να ληφθούν υπόψη στο σχεδιασμό των νέων δράσεων είναι τα εξής:

- **Επιχειρηματική Εκπαίδευση.** Θα πρέπει στα πλαίσια της υλοποίησης των δράσεων, να εξεταστεί η δυνατότητα παροχής εκπαίδευσης στους νέους επιχειρηματίες η οποία να καλύπτει σε οριζόντιο επίπεδο πρακτικά ζητήματα διαχείρισης της καθημερινής δραστηριότητας των επιχειρήσεων (βασικά νομικά, λογιστικά, φοροτεχνικά θέματα) καθώς και θέματα στρατηγικής και management.
- Στην ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας και λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες (ξεκινούν σε μεγάλη ηλικία, αντιμετωπίζουν και τις οικογενειακές υποχρεώσεις) θα πρέπει να εξεταστεί το ενδεχόμενο να ενταχθούν και **επιλέξιμες δαπάνες που υποστηρίζουν την απελευθέρωση χρόνου στη γυναίκα.** Για παράδειγμα, στην Ιρλανδία, η Enterprise Ireland στα προγράμματα κατάρτισης που χρηματοδοτεί, πέρα από το αμιγές κόστος της κατάρτισης, χρηματοδοτεί και το κόστος φύλαξης παιδιών ώστε η γυναίκα να μπορεί να παρακολουθήσει το πρόγραμμα. Στην περίπτωση της ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας για παράδειγμα, θα μπορούσε να χρηματοδοτηθεί το κόστος του παιδικού σταθμού για τον πρώτο χρόνο ζωής της επιχείρησης.

6. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΕΡΗ ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΠΤΩΣΗΣ ΤΩΝ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΩΝ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΝ

Όπως φάνηκε και από την ανάλυση σε όλες τις ενότητες εργασιών που προηγήθηκαν, έχουν εκπονηθεί διάφορες μελέτες, οι οποίες προσπαθούν να απεικονίσουν το επίπεδο της ανταγωνιστικότητας των κρατών, κυρίως σε επίπεδο μακροοικονομικό. Επίσης, πολύ σημαντική είναι και η έρευνα του IOBE που μελετά μία σειρά από δείκτες επιχειρηματικότητας και πως αυτοί εξελίσσονται διαχρονικά καθώς επίσης και η ετήσια έρευνα του ΕΣΑΑ για την εξέλιξη της ανταγωνιστικότητας της Ελληνικής Οικονομίας.

Παράλληλα, διενεργούνται διάφορες μελέτες που εξετάζουν επιμέρους δείκτες που αφορούν την εξέλιξη του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, όπως για παράδειγμα η έρευνα του Παρατηρητηρίου για την Κοινωνία της Πληροφορίας, η οποία εξετάζει το

βαθμό ενσωμάτωσης των ΤΠΕ στην Ελληνική Κοινωνία και την Επιχειρηματική Κοινότητα.

Όλες αυτές οι μελέτες δίνουν εξαιρετικά χρήσιμες πληροφορίες η κάθε μία από αυτές αυτόνομα, όταν φθάνει όμως κάποιος στο επίπεδο της σύγκρισης οι δυσκολίες είναι μεγάλες, λόγω του ότι οι μεταβλητές δεν είναι κοινές και ο τρόπος μέτρησης διαφέρει.

Η αποτελεσματική μέτρηση της επίπτωσης των χρηματοδοτικών ενισχύσεων στην ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων προϋποθέτει:

- Τη διαμόρφωση ενός κοινού συστήματος μέτρησης το οποίο θα παρακολουθείται διαχρονικά
- Τη διαμόρφωση ενός κατάλληλα σταθμισμένου δείγματος, το οποίο θα περιέχει επιχειρήσεις που χρηματοδοτήθηκαν από τα κίνητρα και επιχειρήσεις που δεν χρηματοδοτήθηκαν, ώστε να μπορεί να διατυπώσει κανείς συγκριτικά συμπεράσματα για την πραγματική επίπτωση των δράσεων.

Στην παρούσα έρευνα εντοπίστηκαν τα θετικά αποτελέσματα των δράσεων, αλλά δεν είναι δυνατό με ολοκληρωμένο και τεκμηριωμένο τρόπο να εξηγήσει κανείς κατά ποσό τα θετικά αυτά αποτελέσματα οφείλονται αποκλειστικά στις επενδύσεις που χρηματοδοτήθηκαν από τα κίνητρα ή και από άλλους εξωγενείς παράγοντες, οι οποίοι ευνόησαν αυτή την εξέλιξη. Τα αποτελέσματα στηρίζονται σε μεγάλο βαθμό σε υποκειμενικές απόψεις των ερωτώμενων και όχι σε αντικειμενικά στοιχεία.

Γι' αυτό το λόγο θα πρέπει οι φορείς που είναι υπεύθυνοι για την ανταγωνιστικότητα (ενδεικτικά μόνο αναφέρονται το ΕΣΑΑ και ο ΕΟΜΜΕΧ) να διαμορφώσουν ένα κοινό σύστημα μέτρησης (προσδιορισμός μεταβλητών που θα διερευνώνται και τρόπος μέτρησής τους) και να εφαρμόζεται σε τακτική βάση σε επιχειρήσεις που έχουν ενταχθεί στα κίνητρα και σε επιχειρήσεις που δεν έχουν ενταχθεί στα κίνητρα. Με αυτό τον τρόπο θα καταγραφεί μία διαχρονική πληροφόρηση η οποία θα είναι συγκρίσιμη και θα βοηθά τους φορείς χάραξης πολιτικής να διαμορφώνουν τις κατάλληλες στρατηγικές ενίσχυσης και να λαμβάνουν τα απαραίτητα διορθωτικά μέτρα.