

**ΝΕΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΔΕΟΜΕΝΗ ΜΕ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΕΣ
ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ**

ΑΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ



ΦΟΙΤΗΤΗΣ: ΚΩΣΤΙΔΑΚΗΣ ΠΑΡΑΣΧΟΣ

ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΠΑΤΣΙΚΑΣ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ

2016

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ:

Περίληψη- Πρόλογος:Σελ. 1

Εισαγωγή:Σελ. 2-3

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Επιχειρηματικότητα

1.1 Έννοιες Και Ορισμοί της ΕπιχειρηματικότηταςΣελ. 4-7

1.2 Επιτυχημένος ΕπιχειρηματίαςΣελ. 8-9

1.3 Είδη ΕπιχειρηματικότηταςΣελ. 9-10

1.4 Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα του ΣήμεραΣελ. 11-13

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Καινοτομία

2.1 Ο Ορισμός της ΚαινοτομίαςΣελ. 14-15

2.2 Είδη Καινοτομίας Σελ. 16-17

2.3 Εμπόδια ΚαινοτομίαςΣελ. 18

2.4 Οφέλη ΚαινοτομίαςΣελ. 19-20

2.5 Παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχία μιας καινοτομίαςΣελ. 21-22

2.6 Η Καινοτομία στην ΕλλάδαΣελ. 23-24

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Νέες Τεχνολογίες

3.1 Έννοια της ΤεχνολογίαςΣελ. 25

3.2 Ο Ρόλος της Τεχνολογίας στην Επιχειρηματικότητα ..Σελ. 26-27

3.3 Νέες ΤεχνολογίεςΣελ. 28-29

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Συμπεράσματα της Εργασίας

Συμπεράσματα της Εργασίας:Σελ. 30

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ:Σελ. 31

Περίληψη – Πρόλογος:

Η παρούσα εργασία έχει ως στόχο να εξηγήσει και να αναλύσει την έννοια της επιχειρηματικότητας, της καινοτομίας και την σύνδεση αυτών με τις νέες τεχνολογίες.

Η εργασία αυτή θα ασχοληθεί με την σύγχρονη επιχειρηματικότητα, τις μορφές επιχειρηματικότητας, παράγοντες που μπορούν να την επηρεάσουν, την ανάγκη του σύγχρονου επιχειρηματία για καινοτομία και τη σύνδεση τους με τις νέες τεχνολογίες.

Ακόμη θα αναφερθούμε για την επιχειρηματικότητα μέσα στην Ελλάδα της κρίσης, για τα εμπόδια που εμφανίζονται σε έναν επιχειρηματία ώστε να εφαρμόσει μία επιχειρηματική κίνηση ή μία καινοτομία ή ακόμη και για το να αποκτήσει νέες τεχνολογίες.

Τι ωθεί έναν νέο άνθρωπο να στραφεί στην δημιουργία μιας νέας επιχειρηματικής προσπάθειας, γιατί οι καινοτομίες παίζουν σημαντικό ρόλο σε μια πετυχημένη επιχειρηματική κίνηση, ποιες είναι οι λεγόμενες «νέες τεχνολογίες» σήμερα και πόσο δύσκολη είναι εφαρμογή όλων αυτών σε μία περίοδο οικονομικής κρίσης. Αφού λοιπόν ορίσουμε, παρουσιάσουμε και αναλύσουμε την σύγχρονη επιχειρηματικότητα, την επιχειρηματική καινοτομία και τις νέες τεχνολογίες, εν συνεχεία θα στραφούμε προς την σύνδεση όλων αυτών μεταξύ τους και πως ένας πετυχημένος «επιχειρηματικός οδηγός» οφείλει να περιλαμβάνει αυτά τα τρία μαζί.

Η παρούσα εργασία όχι μόνο θα εξηγήσει τις βασικές αυτές έννοιες και την αλληλεξάρτηση τους, αλλά θα τονίσει και την σπουδαιότητα τους για μια πετυχημένη επιχειρηματική κίνηση που θα οδηγήσει στον απώτερο σκοπό κάθε επιχειρηματικής ενέργειας, το μέγιστο κέρδος.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ:

Σε μια περίοδο οικονομικής ύφεσης, όπως αυτή που υπάρχει αυτή τη στιγμή στην Ελλάδα, η **επιχειρηματικότητα** γίνεται αυτομάτως δυσκολότερη καθώς τα εμπόδια όπως είναι προφανές εμφανίζονται συχνότερα και πιο έντονα.

Ο σύγχρονος άνθρωπος, ο άνθρωπος της γενιάς μετά την βιομηχανική επανάσταση είχε ανέκαθεν την ανάγκη του «επιχειρείν». Αυτή η ανάγκη, αν και έχει ελαττωθεί αισθητά λόγω των υπαρχουσών συνθηκών (μειωμένη οικονομική ρευστότητα), ποτέ δεν έπαψε να υπάρχει έστω και σε μικρότερο βαθμό. Με την οικονομία να βρίσκεται σε κρίση, το επίπεδο δυσκολίας στη νέα επιχειρηματικότητα έχει ανεβεί εκθετικά και πλέον οι νέοι υποψήφιοι επιχειρηματίες καλούνται να λύσουν ένα γόρδιο, οικονομικό δεσμό. Ένα οικονομικό πρόβλημα, που η λύση του προβλήματος αυτού, θα τους επιτρέψει να ανθίσουν οικονομικά μέσα σε ένα απρόσιτο και εχθρικό, οικονομικό περιβάλλον.

Τι ωθεί όμως έναν άνθρωπο στην επιχειρηματικότητα και πρώτα απ' όλα «τι είναι επιχειρηματικότητα»; Τι γνωρίζουμε για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα; Αυτές οι ερωτήσεις θα απαντηθούν αναλυτικά στη συνέχεια της εργασίας, μέσα από τα επόμενα κεφάλαια.

Για να επιβιώσει και να πρωταγωνιστήσει ένας νέος επιχειρηματίας μέσα σε ένα περίπλοκο και μη φιλικό οικονομικό περιβάλλον, θα πρέπει να προσαρμοστεί στα σύγχρονα δεδομένα της οικονομίας, να προσαρμοστεί στις συχνά μεταβαλλόμενες νομοθεσίες περί των φορολογικών, στις συχνές αλλαγές της νομοθεσίας που αφορά την ίδρυση και τη λειτουργία της επιχείρησης, να αντιληφθεί πλήρως την οικονομική δυνατότητα των πελατών του σε μια περίοδο κρίσης, και τέλος, ίσως να χρειαστεί και να καινοτομήσει.

Η **επιχειρηματική καινοτομία**, ιδιαίτερα σε μια περίοδο που το μέλλον θεωρείται αβέβαιο για πολλές επιχειρήσεις και κλάδους, είναι απαραίτητη. Θα μπορούσε να πει κάποιος ότι η καινοτομία έρχεται να συμπληρώσει το κενό που άφησε στο πέρασμά της η οικονομική κρίση, εξασφαλίζοντας στους επιχειρηματίες που κατάφεραν να την εφαρμόσουν επιτυχώς, ένα τουλάχιστον βιώσιμο, επιχειρηματικό

παρόν και μέλλον. Ένα παρόν που κρατάει την επιχείρηση ζωντανή και πολλά υποσχόμενη για το μέλλον.

Φυσικά η καινοτομία δεν είναι απαραίτητη μόνο σε επιχειρήσεις που «μεγαλώνουν» σε ένα «άρρωστο», οικονομικό περιβάλλον (όπως το οικονομικό περιβάλλον της Ελλάδας της ύφεσης), αλλά και σε υγιή οικονομικά περιβάλλοντα. Η επιτυχής υλοποίηση μιας ιδέας, μιας καινούριας ιδέας ενός επιχειρηματία, η εφαρμογή μιας καινοτομίας επιτυχώς, είναι ικανή να αποφέρει πολύ μεγαλύτερα κέρδη σε μία επιχείρηση.

Τι είναι λοιπόν η «επιχειρηματική καινοτομία;» Τι είδη καινοτομιών υπάρχουν ; Πως συνδέεται η καινοτομία με την επιχειρηματικότητα; Όλα αυτά θα απαντηθούν εν συνεχεία.

Σε μια εποχή που όλα εξελίσσονται και αναπτύσσονται, σε μια εποχή που συνεχώς ανακαλύπτονται νέοι τρόποι και μέθοδοι σε όλους τους τομείς της ζωής, είναι επόμενο πως η εξέλιξη αυτή θα ερχόταν και στον τομέα της οικονομίας.

Η επιχειρηματικότητα, η σύγχρονη επιχειρηματικότητα, σχετίζεται άμεσα με την τεχνολογία. Κάθε επιχείρηση καλείται να προσαρμοστεί στις νέες τεχνολογικές αλλαγές του κλάδου της. Πως θα το κάνει αυτό ; Υιοθετώντας τις **νέες τεχνολογίες**, οι οποίες εκσυγχρονίζουν και βελτιστοποιούν την απόδοση της κάθε επιχείρησης.

Είναι οι νέες τεχνολογίες απαραίτητες; Θα έπρεπε οι επιχειρήσεις να προσαρμόζονται με την εξέλιξη της τεχνολογίας; Ποια είναι τα εμπόδια που συναντά η επιχείρηση στο δρόμο της απόκτησης της νέας τεχνολογίας; Πως συνδέονται οι νέες τεχνολογίες με την αποδοτική επιχειρηματικότητα;

Επιχειρηματικότητα, καινοτομίες και νέες τεχνολογίες θα αναλυθούν εκτεταμένα στα επόμενα κεφάλαια.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

1.1 Έννοιες Και Ορισμοί Της Επιχειρηματικότητας

Οι ορισμοί και οι έννοιες που έχουν δοθεί για την επιχειρηματικότητα είναι ποικίλες, χωρίς βέβαια το βασικό νόημα να αλλάζει.

Αν αλλάζει κάτι στις διάφορες ερμηνείες της λέξης «επιχειρηματικότητα», αυτό είναι η διαφορετική έμφαση που δίνει ο κάθε ειδικός στη λέξη, καθώς το αντικείμενο της επιχειρηματικότητας είναι πολυδιάστατο.

Σε κάποιες έννοιες η επιχειρηματικότητα ταυτίζεται με την «ανάληψη κινδύνου», σε κάποιες άλλες με την «είσοδο στην αγορά», σε κάποιες άλλες συνδέεται με την καινοτομία, κτλ.

Ας δούμε παρακάτω μερικούς από τους ορισμούς που έχουν δοθεί στην «επιχειρηματικότητα».

- **Επιχειρηματικότητα** είναι η προσπάθεια μετατροπής της πρωτοβουλίας σε αποτέλεσμα και από αυτή τη διαδικασία να προκύψει το οικονομικό κέρδος. Περιλαμβάνει σαν βήματα την Καινοτομία, την ηγεσία, τη διαχείριση και την ανάπτυξη της πρωτοβουλίας (Πηγή ορισμού: Βικιπαιδεία)
- Οι όροι «**επιχείρηση**» και «**επιχειρηματικότητα**» προέρχονται από το ρήμα «επιχειρώ», που σημαίνει κάνω κάτι καινούριο, καινοτομώ, δημιουργώ.

Τα ουσιαστικά συστατικά της επιχειρηματικότητας είναι η δημιουργία πλούτου, μέσω νέων συνδυασμών συντελεστών παραγωγής, η ηγεσία, η καινοτομία, η ανταγωνιστικότητα, το ρίσκο και η εταιρική κοινωνική ευθύνη. Άρα, στόχος μίας επιχείρησης είναι η δημιουργία πλούτου, ή αλλιώς προστιθέμενης αξίας, δηλ. η

επιστροφή αξίας μεγαλύτερης από αυτήν που ο επιχειρηματίας επένδυσε για τη δημιουργία του προϊόντος ή της υπηρεσίας που πουλάει. Η αξία αυτή που επιστρέφεται, δεν είναι μόνο οικονομική, αλλά και αξία για το άτομο, για μία κοινότητα ή για ολόκληρο το κοινωνικό σύνολο και συνεισφέρει, επίσης, στην κοινωνική ευημερία και την πρόοδο.

Όταν ένας επιχειρηματίας δημιουργεί μία επιχείρηση δεν διαθέτει καμία βεβαιότητα για το τελικό αποτέλεσμα αυτής της προσπάθειας. Η επιχειρηματικότητα δηλαδή, εμπεριέχει τις έννοιες του κινδύνου (επιχειρηματικό ρίσκο) ή ακόμα και της πιθανότητας αποτυχίας. (Πηγή ορισμού: Δ. Μπουραντάς, Καθηγητής *Management και Human Resources*).

- **Επιχειρηματικότητα** είναι η δραστηριότητα δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, εισαγωγής νέων προϊόντων και τεχνολογικών νεωτερισμών και γενικώς η ανάληψη των κινδύνων που συνεπάγεται η αναζήτηση επιχειρηματικών ευκαιριών προς όφελος τόσο του ατόμου που επιχειρεί όσο και του κοινωνικού και οικονομικού περιβάλλοντός του (Πηγή ορισμού: Μέτρον, Κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης).
- Η **Επιχειρηματικότητα** αποτελεί νοοτροπία αλλά και πολυδιάστατη έννοια η οποία εμφανίζεται σε διάφορα επίπεδα και σε κάθε είδος οργάνωσης. Ο όρος της επιχειρηματικότητας αντιπροσωπεύει ένα συγκεκριμένο τρόπο «σκέπτεσθαι» και «λειτουργείν» και δεν εμμένει στους ορισμούς που είθισται να ταυτίζουν την επιχειρηματικότητα με την έναρξη επιχείρησης. Για παράδειγμα, ως επιχειρηματικά σκεπτόμενος χαρακτηρίζεται και ο εργαζόμενος στην εταιρεία κινητής τηλεφωνίας που είχε την ιδέα της πολύ-λειτουργικότητας των κινητών με την ενσωμάτωση φωτογραφικής και όχι μόνο κάμερας. Αν όμως θέλαμε να δώσουμε ένα συγκεκριμένο ορισμό της επιχειρηματικότητας θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι η

διαδικασία δημιουργίας κάτι καινούργιου που έχει αξία (για την αγορά, την κοινωνία), με την αφιέρωση του απαραίτητου χρόνου και προσπάθειας, και την ανάληψη των συνοδευόμενων οικονομικών, ψυχολογικών και κοινωνικών κινδύνων, που λαμβάνει τις προκύπτουσες ανταμοιβές (οικονομικές, ψυχολογικές).

(Πηγή ορισμού: *Uniri, Γραφείο διασύνδεσης Πανεπιστημίου Πειραιά*)

Αυτοί οι τέσσερις ορισμοί και ερμηνείες της επιχειρηματικότητας αποτελούν ένα δείγμα των αποδόσεων της λέξης και έκφρασης του πολυδιάστατου αντικειμένου που βρίσκεται πίσω από την έννοια της επιχειρηματικότητας.

Αυτό που συμπεραίνουμε ξεκάθαρα από τους παραπάνω ορισμούς – έννοιες της επιχειρηματικότητας, είναι πως η τελευταία συνδέεται άμεσα με τα παρακάτω:

Επιχειρηματικότητα:

- Επιχειρηματική Ιδέα (Ιδέα)
- Πλάνο (Στρατηγική)
- Υλοποίηση (Εφαρμογή της ιδέας)
- Δημιουργία νέας επιχείρησης (Δημιουργία)
- Είσοδος στην αγορά
- Καινοτομία
- Ανάληψη του επιχειρηματικού κινδύνου (Επιχειρηματικό ρίσκο)
- Ηγεσία
- Ανταγωνιστικότητα
- Ευθύνη
- Υπευθυνότητα
- Προσφορά στο κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον
- Επιβίωση
- Κέρδος

1.2 Επιτυχημένος Επιχειρηματίας



Για να θεωρείται μια επιχειρηματική κίνηση ως **επιτυχής** και συνεπώς ο ίδιος ο επιχειρηματίας ως επιτυχημένος, απαραίτητη προϋπόθεση είναι να διακρίνονται κάποια (ή και όλα) από τα παρακάτω χαρακτηριστικά σε αυτόν.

Ένας επιχειρηματίας θα πρέπει να έχει:

- Θέληση για επιτυχία
- Όραμα
- Εργατικότητα
- Υπομονή και επιμονή
- Πειθαρχία και οργάνωση
- Αντίληψη των καταστάσεων
- Υπευθυνότητα
- Ηγετικές ικανότητες
- Καινοτόμες σκέψεις και ιδέες
- Κοινωνικότητα (να έχει θετικές ανθρώπινες σχέσεις, αλλά να μπορεί να διατηρεί και μια ισορροπία – να βάζει «σύνορα» μεταξύ ανθρώπινων συναισθηματικών δεσμών και εργασίας)
- Τόλμη και θάρρος (ώστε να μπορέσει να υλοποιήσει τις επιχειρηματικές του ιδέες και να είναι σε θέση να αναλάβει το επιχειρηματικό ρίσκο)
- Ωριμη και ορθή κριτική σκέψη (ώστε να μπορεί να διαχειριστεί κατάλληλα διάφορα συμβάντα)

Αυτά είναι τα βασικά χαρακτηριστικά που θα λέγαμε πως αποτελούν τη «*συνταγή της επιχειρηματικής επιτυχίας*». Όσα περισσότερα από αυτά καλύπτει ο χαρακτήρας ενός επιχειρηματία, τόσες και οι πιθανότητες για μια πετυχημένη επιχειρηματική κίνηση.

Φυσικά, για να είμαστε και ακριβείς, τα χαρακτηριστικά αυτά δεν οδηγούν πάντα στην επιτυχία, δηλαδή στην κερδοφορία, καθώς υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν μια επιχείρηση. Όπως π.χ. η οικονομική κρίση, η ζήτηση ενός προϊόντος (που μπορεί για κάποιους λόγους να μειωθεί), οικογενειακοί λόγοι (του επιχειρηματία), κτλ.

Ένας επιχειρηματίας μπορεί να διαθέτει όλα εκείνα τα θετικά χαρακτηριστικά που φτιάχνουν το πορτραίτο ενός επιτυχημένου επιχειρηματία, αλλά πάντα θα υπάρχουν και εξωτερικοί παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά την αποδοτικότητα ενός επιχειρηματία ή και της ίδιας της επιχείρησης.

Το επιχειρηματικό και οικονομικό περιβάλλον, είναι ένα περιβάλλον σύνθετο και απρόβλεπτο για το οποίο δεν μπορείς να είσαι ποτέ απόλυτα σίγουρος.

Όμως, η παρατήρηση και οι μελέτες έχουν δημιουργήσει ένα προφίλ για τον «*επιτυχημένο επιχειρηματία*», το οποίο συνήθως έχει αυτές τις βάσεις (τα χαρακτηριστικά που αναφέρθηκαν παραπάνω).

Σίγουρα, μια επιτυχημένη επιχειρηματική κίνηση, επηρεάζεται και από τον παράγοντα «*τύχη*».

Ιδιαίτερα στις μέρες μας, η τύχη είναι ένας καθοριστικός παράγοντας που μπορεί να μετατρέψει μια επιχείρηση σε «*μηχανή πλούτου*» ή να οδηγήσει μια επιχειρηματική ενέργεια σε ένα «*οικονομικό ναυάγιο*».

Είναι πολύ σημαντικό για έναν επιχειρηματία λοιπόν να είναι και τυχερός, δηλαδή να υλοποιήσει μία επιχειρηματική ιδέα στο σωστό χρόνο (σωστό «*timing*») ενώ να αντιμετωπίσει όσο τον δυνατόν λιγότερα εμπόδια.

Σίγουρα η τύχη δεν είναι κάτι που μπορεί ένας επιχειρηματίας να αποκτήσει, αλλά διαθέτοντας τα παραπάνω χαρακτηριστικά και κυρίως διορατικότητα, μπορεί να την εκμαιεύσει.

1.3 Είδη Επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα είναι κάτι το πολυσύνθετο όπως ήδη προείπαμε και για αυτό μπορεί να διαχωριστεί σε διάφορα είδη ανάλογα με το σκοπό της ή τον τρόπο που εισέρχεται στην αγορά.

Εμείς θα εστιάσουμε σε κάποιες από τις μορφές που μπορεί να πάρει η επιχειρηματικότητα.

Επιχειρηματικότητα Καινοτομίας: Είναι η επιχειρηματικότητα που βασίζεται στην καινοτομία, στην λήψη μιας ιδέας και στην υλοποίηση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας. Αυτό το είδος επιχειρηματικότητας εστιάζει στην αξιοποίηση διαφόρων ευκαιριών και τάσεων στην αγορά με την εισαγωγή καινοτομίας σε μία επιχείρηση. Πολλές φορές χαρακτηρίζεται και ως *επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης*.

Κοινωνική Επιχειρηματικότητα: Η κοινωνική επιχειρηματικότητα όπως άλλωστε το λέει και η ίδια, δεν είναι μόνο οικονομικής φύσεως αλλά και κοινωνικής.

Πίσω από την κοινωνική επιχειρηματικότητα κρύβεται κάποια κοινωνική ανάγκη την οποία ο «κοινωνικός επιχειρηματίας» προσπαθεί να ικανοποιήσει μέσω της δραστηριότητάς του, ώστε να προσφέρει στο κοινωνικό σύνολο.

Είναι γνωστή και ως *πράσινη επιχειρηματικότητα*.

Δημόσια επιχειρηματικότητα: Η έννοια της δημόσιας επιχειρηματικότητας εισήχθη από τον Peter Drucker (Αυστριακός επιχειρηματικός σύμβουλος και συγγραφέας). Η δημόσια επιχειρηματικότητα αφορά τους δημόσιους οργανισμούς και φορείς. Σύμφωνα με τον P. Drucker οι δημόσιοι φορείς πρέπει να λειτουργούν ως επιχειρήσεις κέρδους ώστε να εξελίσσονται και να προσπαθούν για το καλύτερο (να καινοτομούν, να μη μένουν στάσιμες).

Ενδοεπιχειρηματικότητα: Η ενδοεπιχειρηματικότητα είναι γνωστή και ως *επιχειρηματικό management* ή *εταιρική επιχειρηματικότητα*.

Έχει ως σκοπό να δώσει τη δυνατότητα στα μεσαία και μικρότερα στελέχη μιας επιχείρησης για λήψη αποφάσεων, στην πρόταση ιδεών για υλοποίηση, στην λήψη πρωτοβουλιών, στην εφαρμογή καινοτομιών. Όλα αυτά έχουν ως στόχο την βελτιστοποίηση της επιχείρησης, να γίνει η επιχείρηση πιο παραγωγική και αποδοτική.

Για να γίνει αυτό, πρέπει όλα τα στελέχη της επιχείρησης, από τα μικρότερα έως και τα μεγάλα να παρακινηθούν και να γίνουν πιο αποδοτικά.

Η παρακίνηση είναι η δυνατότητα που δίνει ο κύριος επιχειρηματίας στα στελέχη της επιχείρησης για να λαμβάνουν απόψεις και να παραθέτουν ιδέες και καινοτόμες λύσεις.

Υποκατηγορίες: Δύο άλλες μορφές επιχειρηματικότητας που ίσως θα μπορούσαμε να ξεχωρίσουμε (αν και εντάσσονται στις πιο πάνω κατηγορίες) είναι η α) **Γυναικεία επιχειρηματικότητα** και η β) **Νεανική επιχειρηματικότητα**.

α) Γυναικεία επιχειρηματικότητα: Αν και δεν θα έπρεπε να αποτελεί ξεχωριστή κατηγορία (λόγω της ισότητας των δύο φύλων), εξαιτίας του γεγονότος ότι μόλις τα τελευταία χρόνια έχει αρχίσει να εμφανίζεται συχνότερα, η γυναικεία επιχειρηματικότητα, δηλαδή η είσοδος μιας νέας επιχείρησης στην αγορά με βασικό επιχειρηματία τη γυναίκα, μπορούμε λοιπόν να την επισημάνουμε ως υποκατηγορία των ειδών της επιχειρηματικότητας.

β) Νεανική επιχειρηματικότητα: Αφορά την είσοδο των νέων, φρέσκων ατόμων στην αγορά, με νέες καινοτόμες ιδέες και προτάσεις στην επιχειρηματικότητα. Η νέα επιχειρηματικότητα μάλιστα είναι κάτι το θεμιτό, για αυτό άλλωστε και σε πολλές περιπτώσεις χρηματοδοτείτε από το κράτος.

1.4 Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα του σήμερα

Ένας παράγοντας που επηρεάζει άμεσα την επιχειρηματικότητα είναι η οικονομία της εκάστοτε χώρας. Η επιχειρηματικότητα δε θα μπορούσε να είναι ίδια σε κάθε χώρα ή σε κάθε πόλη της ίδιας χώρας, καθώς αλλάζουν σημαντικά δεδομένα, όπως οι τάσεις της αγοράς, το καταναλωτικό κοινό, η κουλτούρα και πάνω απ' όλα η οικονομία.

Είναι λογικό σε μία χώρα που βρίσκεται σε κατάσταση οικονομικής κρίσης, η επιχειρηματικότητα να έχει επηρεαστεί σημαντικά. Στην Ελλάδα του σήμερα, στην Ελλάδα της οικονομικής ύφεσης, στην Ελλάδα των τεράστιων οικονομικών προβλημάτων η επιχειρηματικότητα βαδίζει σε άσχημους δρόμους.

Αν και η Ελλάδα είναι παραδοσιακά επιχειρηματική χώρα, τα τελευταία χρόνια η επιχειρηματικότητα έχει φτάσει να αποτελεί ένα «οικονομικό ταμπού» για τολμηρούς και θαρραλέους.

Ένα απλό παράδειγμα για να κατανοήσουμε το πόσο έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση την Ελλάδα είναι το πόσες επιχειρήσεις έβαλαν λουκέτο από το 2008 έως το 2014.

Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία που δημοσίευσε η εφημερίδα Καθημερινή πάνω από **200.000** επιχειρήσεις εξαφανίστηκαν από τον οικονομικό χάρτη καθώς δεν μπορούσαν να ανταποκριθούν στις υπάρχουσες συνθήκες. Σύμφωνα με την έρευνα, οι επιχειρήσεις μειώθηκαν κατά **25%**.

Ακόμα και επιχειρήσεις που δεν έκλεισαν, λόγω της σημαντικής μείωσης των κερδών τους, αναγκάστηκαν να προχωρήσουν σε απολύσεις.

Οπότε η οικονομική κρίση στην Ελλάδα έφερε τεράστια προβλήματα και φόβο τόσο στους επιχειρηματίες που ήδη έχουν επιχείρηση, καθώς το μέλλον τους έγινε εξαιρετικά αβέβαιο και δεν γνωρίζουν αν θα καταφέρουν να συντηρήσουν την επένδυσή τους, όσο και στους εργαζομένους των διαφόρων επιχειρήσεων που ζουν υπό τον φόβο της απόλυσης.

Μέσα σε αυτό το οικονομικό χάος, μέσα σε αυτό το οικονομικό έρεβος που μαστίζει τη χώρα, υπάρχει όμως, όσο και αν φαντάζει απίστευτο, και η θετική πλευρά του νομίσματος.

Οι καιροί έγιναν πιο εχθρικοί, πιο δύσκολοι και πιο σκληροί απέναντι στους επιχειρηματίες και δυστυχώς η κατάσταση είναι τέτοια που μπορεί να επιβιώσει μόνο ο «ισχυρός».

Πολλοί επιχειρηματίες εκμεταλλεύτηκαν την δυσμενή, οικονομική κατάσταση και εξελίχθηκαν έτσι ώστε να επιβιώσουν και να επικρατήσουν των ανταγωνιστών τους.

Είναι λογικό πως όσο πιο δύσκολες είναι οι συνθήκες τόσο πιο πολύ «σκληραγωγείται» ένας άνθρωπος. Το ίδιο ισχύει και στην περίπτωση της οικονομίας. Για να μπορέσεις να ανθίσεις οικονομικά σε ένα αφιλόξενο περιβάλλον πρέπει να σκεφτείς περισσότερο, να τολμήσεις περισσότερο, να οραματιστείς το αύριο περισσότερο, να προσπαθήσεις περισσότερο, να παλέψεις περισσότερο και πάνω απ' όλα να **καινοτομήσεις**. Η καινοτομία και η εκμετάλλευση επιχειρηματικών ευκαιριών όταν τα περιθώρια στενεύουν τόσο πολύ, θα έλεγε κάποιος ότι είναι: «όχι απλά θεμιτά, αλλά απαραίτητα στοιχεία για την επιβίωση ενός επιχειρηματία».

Άλλωστε δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις επιχειρήσεων που μέσα στην περίοδο της κρίσης όχι μόνο δεν έκλεισαν αλλά άνοιξαν νέα καταστήματα (αλυσίδες) σε καινούριες περιοχές και πόλεις. Μερικά παραδείγματα τέτοιων Ελληνικών επιχειρήσεων είναι η γνωστή αλυσίδα καφέ «Μικέλ», η αλυσίδα σούπερ μάρκετ «Σκλαβενίτης», η αλυσίδα φούρνων «Βενέτη», κτλ.

Αυτές οι επιχειρήσεις είχαν ήδη βέβαια οικονομική δύναμη και κατάφεραν να τη διατηρήσουν και μετά την έλευση της οικονομικής κρίσης. Είναι βέβαια επιχειρήσεις που καινοτόμησαν πριν την κρίση, αναπτύχθηκαν, επικράτησαν, μεταμορφώθηκαν σε οικονομικούς γίγαντες και έτσι κατάφεραν να «επιζήσουν» και στην περίοδο της κρίσης. Αυτό βέβαια δε συνεπάγεται ότι οι επιχειρήσεις αυτές σταμάτησαν να καινοτομούν και να προσπαθούν. Τα τελευταία χρόνια έχουν παρατηρηθεί αλλαγές τόσο στο design (της εμφάνισης) των καταστημάτων τους, όσο και στα προϊόντα τους.

Ακόμα, και οι μικρότερες επιχειρήσεις όμως έχουν την ευκαιρία να προοδεύσουν μέσα στην οικονομική κρίση. Ακόμα και νέοι επιχειρηματίες που έχουν όραμα και καινοτόμες ιδέες μπορούν να εκμεταλλευτούν τις υπάρχουσες συνθήκες και να αναδειχθούν.

Σίγουρα ο δρόμος ενός νέου επιχειρηματία είναι κατά πολύ δυσκολότερος σε σύγκριση με το παρελθόν. Όμως, αυτό δεν παύει να δίνει ελπίδες σε έναν νέο επιχειρηματία για ένα πετυχημένο μέλλον.

Ένα θετικό μέσα στα τόσα αρνητικά που έχει φέρει η οικονομική ύφεση, είναι πως ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων έχει γίνει πιο έντονος από ποτέ και έτσι σε πολλές περιπτώσεις οι τιμές διαφόρων προϊόντων ή υπηρεσιών έχουν μειωθεί προς όφελος του καταναλωτή.

Ένα άλλο θετικό είναι πως οι σύγχρονοι Έλληνες επιχειρηματίες αναγκάστηκαν λόγω της υπάρχουσας κατάστασης να εξελιχθούν, να ωριμάσουν επιχειρηματικά, να καινοτομήσουν, να φέρουν νέες, φρέσκες ιδέες στην αγορά, να ανεβάσουν το επίπεδο της αγοράς και να διατηρήσουν ή να μειώσουν σε πολλές περιπτώσεις τις τιμές τους.

Τέλος, να σημειώσουμε ότι υπάρχουν και κλάδοι επιχειρήσεων που παρέμειναν ανεπηρέαστοι σε γενικές γραμμές, καθώς παρά την κρίση κάποιες βασικές ανάγκες πρέπει να ικανοποιούνται.

Σύμφωνα με έρευνα της ICAP (εταιρία παροχής επιχειρηματικών πληροφοριών), υπάρχουν κάποιοι κλάδοι που όχι μόνο δεν επηρεάστηκαν από την κρίση αλλά σημείωσαν και ανοδική πορεία στα κέρδη τους.

Το βασικό όμως συμπέρασμα είναι ότι σε μία περίοδο οικονομικής κρίσης, ένας πολύ σημαντικός παράγοντας που θα σε κάνει να διατηρηθείς ή να προοδεύσεις είναι η **καινοτομία**.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

2.1 Ορισμός Της Καινοτομίας

Όπως ήδη αναφέραμε και στο προηγούμενο κεφάλαιο, η καινοτομία, ειδικά στη σύγχρονη εποχή του πλήρους ανταγωνισμού, είναι απαραίτητη.

Οι επιχειρήσεις που καταφέρνουν να εισάγουν την καινοτομία στον κλάδο τους και μάλιστα με επιτυχία, αποκτούν ένα πολύ μεγάλο πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών τους.

Τι είναι όμως καινοτομία; Ποιος είναι ο ορισμός της;

Ας δούμε παρακάτω 2 από τους ορισμούς που έχουν δοθεί στη λέξη αυτή.

Καινοτομία: (*innovation*) Κατά το Ν. 1514/1985 άρθ. 2, καινοτομία είναι η εφαρμογή μιας ιδέας σε: νέο ή βελτιωμένο προϊόν, βιομηχανική – εμπορική λειτουργική διαδικασία, νέα μέθοδο παραγωγής αγαθών ή παροχής υπηρεσιών. Όπως επισημαίνει ο **Schumpetter**, οι καινοτομίες επιτυγχάνουν υψηλότερη παραγωγικότητα – παραγωγή, καλύτερη ποιότητα και χαμηλό κόστος παραγωγής και τελικά οδηγούν σε μείωση των τιμών και αύξηση των κερδών των επιχειρήσεων. Στις καινοτομίες, εξάλλου, έχουν βασιστεί όλες οι σύγχρονες τεχνολογίες, όπως μικροηλεκτρονική και πληροφορική.

(Πηγή ορισμού: *ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΛΕΞΙΚΟ – Σύγχρονο και αναλυτικό, Γεώργιος Αγαπητός, Καθηγητής οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών*)

Καινοτομία: Με τον όρο καινοτομία εννοείται η **νέα και πρωτοποριακή ιδέα** για την υλοποίηση κάποιου πράγματος ή η **νέα διαδικασία** αυτής της υλοποίησης, καθώς επίσης και η εφαρμογή νέων εφευρέσεων ή ανακαλύψεων για την πραγματοποίηση κάποιου αποτελέσματος. Συχνά ο όρος χρησιμοποιείται σε οικονομικό/επιχειρηματικό/εμπορικό πλαίσιο.

Σύμφωνα με τον ορισμό της καινοτομίας, που προτείνει ο ΟΟΣΑ στο «εγχειρίδιο Frascati», πρόκειται για την μετατροπή μιας ιδέας σε εμπορεύσιμο προϊόν ή υπηρεσία, λειτουργική μέθοδο παραγωγής ή διανομής - νέα ή βελτιωμένη - ή ακόμα σε νέα μέθοδο παροχής κοινωνικής υπηρεσίας. Με τον τρόπο αυτόν ο όρος αναφέρεται στην διαδικασία. Από την άλλη μεριά, όταν με τη λέξη «καινοτομία» υποδηλώνεται ένα νέο ή βελτιωμένο προϊόν, εξοπλισμός, η υπηρεσία που διαχέεται επιτυχώς στην αγορά, η έμφαση δίνεται στο αποτέλεσμα της διαδικασίας.

Συνδέεται με την έρευνα και την ανάπτυξη, ειδικά στο χώρο των επιχειρήσεων, με τα αντίστοιχα τμήματα (R&D, Research and Development). Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η καινοτομία είναι επιτεύξιμος στόχος μέσω ευρωπαϊκών προγραμμάτων συνεργασίας μεταξύ διακρατικών εταιρών. Η καινοτομία στην Ε.Ε. μετράται με το Innovation Scorecard, που ξεκίνησε σαν θεσμός το 2006. Η καινοτομία μετράται με δείκτες, οι οποίοι συσταδοποιούνται σε κατηγορίες. Συνάφεια με εμπειρία, μάθηση και ανάπτυξη.

Είναι σημαντικό να γίνει διάκριση μεταξύ της τεχνολογικής καινοτομίας προϊόντων και διαδικασιών και της μη τεχνολογικής καινοτομίας (οργάνωσης και εμπορίας). Για παράδειγμα, τα πιστοποιητικά ISO ή η εισαγωγή συστημάτων διαχείρισης και ελέγχου ποιότητας είναι τεχνολογική καινοτομία μόνο όταν συνδέονται άμεσα με την εισαγωγή νέων ή σημαντικά βελτιωμένων διαδικασιών. Η δημιουργία μίας απλής ιστοσελίδας με πληροφορίες, χωρίς on-line νέες και πρωτότυπες υπηρεσίες δεν αποτελεί καινοτομία. Αν υπάρχουν οι πρωτότυπες υπηρεσίες τότε αποτελεί παράδειγμα μη τεχνολογικής καινοτομίας. Επίσης, οι οργανωτικές καινοτομίες θεωρούνται τεχνολογικές μόνο στην περίπτωση που βασίζονται σε νέες τεχνολογικές εφαρμογές και επιφέρουν μετρήσιμες αλλαγές στην απόδοση, για παράδειγμα αύξηση στην παραγωγικότητα ή στις πωλήσεις.

(Πηγή Ορισμού: Βικιπαιδεία)

2.2 Τα Είδη Των Καινοτομιών

Σύμφωνα με το εγχειρίδιο του Όσλο (Oslo Manual – οικονομικό εγχειρίδιο), τα βασικά είδη καινοτομιών είναι τέσσερα (4):

- **Καινοτομία προϊόντος (product innovation):** Αφορά την εισαγωγή ενός νέου, φρέσκου προϊόντος στην αγορά που δεν υπήρχε πιο πριν κάτι αντίστοιχο ή την σημαντική βελτιστοποίηση, την ριζική αλλαγή ενός ήδη υπάρχοντος προϊόντος.

***Παράδειγμα καινοτομίας προϊόντος:** Η πρώτη κονσόλα παιχνιδιών, το πρώτο GPS, το πρώτο Tablet, το selfie stick, κτλ.*

Για να είναι επιτυχημένη μια καινοτομία προϊόντος, θα πρέπει ο επιχειρηματίας να μπορεί να διακρίνει τι είδους έλλειψη υπάρχει από την αγορά, ποιο προϊόν απουσιάζει και το καταναλωτικό κοινό θα ήταν πρόθυμο να αγοράσει ή πως μπορεί να μεταμορφώσει τελείως ένα ήδη υπάρχων προϊόν σε κάτι νέο, πιο αποδοτικό και ολοκληρωμένο.

- **Καινοτομία διαδικασίας (process innovation):** Αφορά την εισαγωγή νέων μεθόδων παραγωγής, νέους τρόπους και νέες τεχνολογίες σχετικές με την παραγωγική διαδικασία. Αφορά την αντικατάσταση μηχανημάτων με πιο αποδοτικά και σύγχρονα ή την σημαντική βελτιστοποίησή τους και την αλλαγή στον τρόπο παραγωγής. Η καινοτομία διαδικασίας βασίζεται κυρίως στην τεχνολογία, τον εξοπλισμό και το λογισμικό.

***Παράδειγμα καινοτομίας διαδικασίας:** Ο πρώτος φούρνος μικροκυμάτων που χρησιμοποιήθηκε από ένα επαγγελματικό εστιατόριο. Ένα νέο μηχάνημα που χρησιμοποιήθηκε στην παραγωγή ενός προϊόντος για πρώτη φορά. Ένα νέο, εξελιγμένο λογιστικό πρόγραμμα.*

- **Καινοτομία Μάρκετινγκ (Marketing Innovation):** Αφορά οτιδήποτε έχει σχέση με την προώθηση ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας. Μπορεί να αφορά την συσκευασία ενός προϊόντος (αλλαγή της συσκευασίας – καλύτερο design), τον σχεδιασμό του, την αλλαγή στην τιμή του, την διαφήμισή του ή ακόμα μπορεί να αφορά και την ίδια την εταιρεία που παράγει το αγαθό (αλλαγή του λογότυπού της, του ντεκόρ της, κτλ).

***Παράδειγμα καινοτομίας μάρκετινγκ:** Μία νέα διαφήμιση που προσεγγίζει τον καταναλωτή με έναν νέο τρόπο, η πρώτη διαφήμιση ενός προϊόντος πριν την προβολή μίας ταινίας, η πρώτη διαφήμιση ενός αγαθού με αφίσες στο δρόμο, η πρώτη διαφήμιση ενός αγαθού με υποσυνείδητα μηνύματα κατά τη διάρκεια ενός τηλεοπτικού show, ένα νέο μπουκάλι αναψυκτικού με ασυνήθιστο σχήμα.*

Για να θεωρείται μια καινοτομία μάρκετινγκ επιτυχής, θα πρέπει το άτομο που εφαρμόζει την καινοτομία, να είναι σε θέση να κατανοήσει το καταναλωτικό κοινό, να ερμηνεύσει τον τρόπο που δέχεται (ο καταναλωτής) τα διάφορα ερεθίσματα και να καταφέρει να του διεγείρει το ενδιαφέρον και την προσοχή (μέσω της προώθησης). Φυσικά, το τελικό συμπέρασμα για το αν μια καινοτομία μάρκετινγκ ήταν επιτυχής ή όχι, θα εξαρτηθεί από την όποια αλλαγή έγινε στη ζήτηση του προϊόντος ή της υπηρεσίας που προωθήθηκε.

Οργανωσιακή Καινοτομία (organizational innovation): Αφορά οποιαδήποτε νέα μέθοδο οργάνωσης εντός της επιχείρησης με στόχο την καλύτερη απόδοση αυτής. Αφορά αλλαγές στο εργασιακό περιβάλλον, νέους άτυπους κανόνες μεταξύ των εργαζομένων, μείωση των εξόδων εφόσον είναι εφικτό, νέο τρόπο ταξινόμησης διαφόρων στοιχείων και φακέλων της επιχείρησης, βελτιστοποίηση του περιβάλλοντος των εργαζομένων, κτλ.

***Παράδειγμα οργανωσιακής καινοτομίας:** Η αγορά νέων γραφείων, κλιματιστικών και μηχανής καφέ για χάρη των εργαζομένων.*

2.3 Εμπόδια Καινοτομίας

Όπως ήδη αναφέραμε, η καινοτομία είναι ένας σημαντικότερος παράγοντας της επιτυχημένης επιχειρηματικότητας και ιδιαίτερα στις μέρες μας, η καινοτομία είναι σχεδόν απαραίτητη.

Η εφαρμογή όμως της καινοτομίας δεν είναι πάντα εύκολη καθώς μπορεί να παρουσιαστούν κάποια εμπόδια.

Από τους Andy Neely and Jasper Hii (Innovation and business performance 1998), τα εμπόδια της καινοτομίας χωρίζονται σε δύο (2) κατηγορίες. Στα «εσωτερικά» και στα «εξωτερικά».

Εσωτερικά εμπόδια μπορεί να θεωρούνται η έλλειψη διορατικότητας ενός επιχειρηματία, η έλλειψη ενδιαφέροντος και κινήτρων, η αδιαφορία, η συντηρητικότητα, η κακή οργανωτική δομή, κτλ.

Εξωτερικά εμπόδια μπορεί να είναι η υπάρχουσα νομοθεσία, το εκπαιδευτικό σύστημα της χώρας στην οποία εξελίσσεται η επιχειρηματικότητα, η αδιαφορία του κράτους προς τους επιχειρηματίες, κτλ.

Στο δε εγχειρίδιο του Όσλο **τα εμπόδια καινοτομίας** στα οποία αναφέρονται σχετίζονται με:

- Οικονομικούς Παράγοντες
- Επιχειρησιακούς Παράγοντες
- Την αγορά
- Και τους θεσμούς του κράτους

Δύο ακόμη, τελευταία προβλήματα (εμπόδια) που θα μπορούσε να αντιμετωπίσει ένας επιχειρηματίας σχετίζονται με την **ψυχολογία**.

Πιο συγκεκριμένα, θα μπορούσε ένας επιχειρηματίας να παραμείνει άπραγος και άτολμος, επηρεασμένος από την κακή πορεία της επιχείρησης, δηλαδή να κυριευτεί από την απαισιοδοξία ή θα μπορούσε ένας επιχειρηματίας να εμμένει σε μια ιδέα (μια καινοτομία) που δεν είχε ανταπόκριση στο καταναλωτικό κοινό, αλλά ο ίδιος ο επιχειρηματίας να μην είναι σε θέση να το κατανοήσει, με αποτέλεσμα να ακολουθεί τόσο αυτός, όσο και η επιχείρηση του μία λάθος ρότα.

2.4 Οφέλη καινοτομίας



Όπως αναφέραμε ήδη, η καινοτομία στην σύγχρονη επιχειρηματικότητα είναι άκρως σημαντική και ευεργετική για την εξέλιξη μίας επιχείρησης. Ειδικά σε καταστάσεις πλήρους ανταγωνισμού ή οικονομικών προβλημάτων όπου το μέλλον γίνεται αβέβαιο για κάθε επιχειρηματία, η καινοτομία επιβάλλεται. Πως όμως βοηθάει η καινοτομία έναν επιχειρηματία; Ποια είναι τα οφέλη της καινοτομίας;

Σύμφωνα με τον Michael E. Porter (οικονομολόγος, συγγραφέας οικονομικών βιβλίων, επιχειρηματικός σύμβουλος): «Η καινοτομία είναι ο τρόπος με τον οποίο μία επιχείρηση κερδίζει και διατηρεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα».

Τα οφέλη λοιπόν της καινοτομίας σε μια επιχείρηση, μπορεί να είναι τα ακόλουθα:

- Επιβίωση μιας επιχείρησης σε ένα δύσκολο και ανταγωνιστικό οικονομικό περιβάλλον
- Εξέλιξη και πρόοδος της επιχείρησης (εφόσον η επιχείρηση έχει καινοτομήσει αυτό συνεπάγεται ότι έχει εξελιχθεί)
- Περισσότεροι πελάτες/καταναλωτές
- Εξέλιξη του ίδιου του επιχειρηματία (ο οποίος αναγκάστηκε να καινοτομήσει, να δημιουργήσει, να αναλάβει ευθύνες και ρίσκα για την επιχείρησή του)
- Αύξηση των κερδών (καθώς αυτός είναι ο πρωταρχικός στόχος του επιχειρηματία και συνεπώς της καινοτομίας του)

Οφέλη βέβαια της καινοτομίας δεν παρατηρούνται μόνο στις επιχειρήσεις αλλά στην **αγορά**, στην **τεχνολογική πρόοδο**, στους **καταναλωτές** και στο **περιβάλλον**.

Η εισαγωγή της καινοτομίας στις επιχειρήσεις αυξάνει το επίπεδο του ανταγωνισμού και συνεπώς το επίπεδο της **αγοράς**. Συνεχώς εμφανίζονται νέα προϊόντα και υπηρεσίες, όπως και νέοι επιχειρηματικοί κλάδοι, ενώ υπάρχει και πρόοδος ως προς την ποιότητα των αγαθών ή υπηρεσιών.

Η καινοτομία συνδέεται πολύ συχνά με την **τεχνολογία**. Η τεχνολογική ανάπτυξη βοηθάει στην εφαρμογή νέων ιδεών (καινοτομιών) αλλά και η καινοτομία ευθύνεται για την τεχνολογική πρόοδο. Θα έλεγε κανείς ότι υπάρχει μια σχέση αλληλεξάρτησης μεταξύ αυτών των δύο εννοιών. Πολλές φορές για να καινοτομήσει ένας επιχειρηματίας απαιτείται τεχνολογική πρόοδος, αλλά και για να υπάρξει τεχνολογική πρόοδος απαιτείται η καινοτομία (για την εύρεση νέων τεχνολογιών).

Φυσικά οφέλη υπάρχουν και στους **καταναλωτές**, οι οποίοι έχουν την πολυτέλεια να βρίσκονται σε μια συνεχώς εξελισσόμενη αγορά, στην οποία εμφανίζονται συνεχώς νέα αγαθά που θα καλύψουν τις ανάγκες τους και θα κάνουν πιο άνετη τη ζωή τους. Οι τιμές των αγαθών και των υπηρεσιών μειώνονται λόγω του ανταγωνισμού, καθώς πολλές φορές η είσοδος της καινοτομίας επιτρέπει τη μείωση του παραγωγικού κόστους, ενώ η ποιότητα των προϊόντων γίνεται καλύτερη.

Τέλος, νέοι, καινοτόμοι τρόποι παραγωγής, μπορούν να μειώσουν τις αρνητικές επιπτώσεις που μπορεί να έχει η παραγωγή ενός αγαθού στο **περιβάλλον**. Η μόλυνση του περιβάλλοντος είναι σίγουρα ένα πολύ σημαντικό θέμα, που χρειάζεται προσοχή και χειρισμό για να αποφευχθούν τα χειρότερα στο μέλλον της ανθρωπότητας. Καινοτόμες λύσεις και ιδέες σχετικά με τις μεθόδους παραγωγής, είναι ικανές να περιορίσουν αυτό το ζωτικής σημασίας πρόβλημα και να προστατέψουν την ανθρωπότητα από μία μελλοντική περιβαλλοντική καταστροφή.

2.5 Παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχία μιας καινοτομίας

Σε προηγούμενο κεφάλαιο (2.3), αναφερθήκαμε στα «εμπόδια της καινοτομίας». Τώρα ήρθε η ώρα να μιλήσουμε για τους παράγοντες που μπορούν να συμβάλλουν στην επιτυχία μιας καινοτομίας.

Σίγουρα οι παράγοντες αυτοί μπορούν να αλλάξουν από κλάδο σε κλάδο ή από χώρα σε χώρα, αλλά θα αναφέρουμε παρακάτω τους πιο σημαντικούς.

Ο παράγοντας **επιχειρηματίας**: Ο πιο σημαντικός ίσως παράγοντας για την εφαρμογή μιας επιτυχούς καινοτομίας είναι ο ίδιος ο επιχειρηματίας. Για να είναι επιτυχής η καινοτομία, εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον ίδιο τον επιχειρηματία που καινοτομεί. Αν υποθέσουμε ότι ο μοναδικός παράγοντας που επηρεάζει την επιτυχία ή αποτυχία μιας καινοτομίας είναι ο επιχειρηματίας, τότε η επιτυχία της καινοτομίας είναι συνάρτηση της α) Εμπειρίας του επιχειρηματία β) της εκπαίδευσης που είχε λάβει ο επιχειρηματίας γ) της διορατικότητάς του δ) της υπομονής και επιμονής του ε) της υπευθυνότητας και αυτοπειθαρχίας του. Επίσης, είναι πολύ σημαντικό για έναν επιχειρηματία να μπορεί να κατανοήσει πότε μια καινοτομία είναι ανεπιτυχής, ώστε να την προσπεράσει, να παραδεχθεί και να κατανοήσει τα λάθη του και εν συνεχεία να προχωρήσει σε άλλες καινοτομίες. Ο Steve Jobs μάλιστα είχε πει σχετικά με αυτό ότι: «Μερικές φορές, όταν καινοτομείς, κάνεις λάθη. Είναι καλύτερο να τα παραδεχθείς γρήγορα και να συνεχίσεις βελτιώνοντας τις άλλες σου καινοτομίες».

Ο παράγοντας **καταναλωτές**: Ένας πολύ σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει την επιτυχία της καινοτομίας είναι οι καταναλωτές, το καταναλωτικό κοινό. Πρέπει ο επιχειρηματίας του κάθε κλάδου να είναι σε θέση να κατανοήσει τις τάσεις τους, να ερμηνεύσει τη συμπεριφορά τους, να ενστερνιστεί να «θέλω» τους και να προβλέψει τις κινήσεις τους. Οι καταναλωτές είναι εκείνοι που θα ορίσουν με την αγοραστική τους συμπεριφορά αν μια καινοτομία είναι επιτυχής ή όχι.

Ο παράγοντας **οικονομία**: Σημαντικό ρόλο στην επιτυχία ή αποτυχία μιας καινοτομίας παίζει η οικονομία, το οικονομικό περιβάλλον, οι οικονομικές συνθήκες που επικρατούν στην εκάστοτε χώρα. Ένας επιχειρηματίας μπορεί να έχει την τέλεια ιδέα, τα τέλεια προσόντα για την εφαρμογή της, αλλά τα δεδομένα που επικρατούν στο οικονομικό του περιβάλλον, να μην του επιτρέπουν να φτάσει στην επιτυχία. Άλλωστε, η οικονομική κρίση δεν βρίσκει πάντα προετοιμασμένους τους επιχειρηματίες. Έτσι π.χ. ένας επιχειρηματίας υλοποιεί μια πρωτοποριακή ιδέα, εισάγοντας ένα νέο, φρέσκο προϊόν στην αγορά. Η κίνησή του αυτή έχει όλες τις προϋποθέσεις για επιτυχία, αλλά ταυτόχρονα, η χώρα του επιχειρηματία περνάει σε «κατάσταση» οικονομικής κρίσης. Αυτομάτως η απήχηση που θα είχε το προϊόν αυτό στην αγορά έχει μειωθεί εκθετικά. Άρα είναι σημαντικό για έναν επιχειρηματία που θέλει να επιτύχει, να καινοτομεί σε ένα απόλυτα υγιές, οικονομικό περιβάλλον, που δεν εγκυμονεί τέτοιου είδους, απρόσμενους κινδύνους, καταστρεπτικούς για τον ίδιο και την επένδυσή του.

Ο παράγοντας **τύχη**: Η τύχη αποτελεί ένα μεγάλο κεφάλαιο στην οικονομία και πολλοί είναι οι οικονομολόγοι που ασχολούνται μαζί της προσπαθώντας να την κατανοήσουν όσο τον δυνατόν περισσότερο. Ενώ είναι κάτι το τόσο αφηρημένο, είναι ταυτόχρονα και κάτι καθοριστικό για την επιτυχία.

Ο Thomas Jefferson (πρόεδρος των Η.Π.Α. παλαιότερα) είχε αναφέρει σχετικά με αυτήν: «Πιστεύω πολύ στην τύχη, και πιστεύω πως όσο πιο σκληρά προσπαθώ, τόσο περισσότερη έχω απ' αυτή».

Άρα, η τύχη αν και δεν είναι κάτι δεδομένο, που ξέρεις πότε το έχεις και πότε όχι, είναι πιθανώς να εμφανίζεται συχνότερα σε όσους την επιδιώκουν και σε όσους προσπαθούν και αγωνίζονται σκληρά για να επιτύχουν.

2.6 Η Καινοτομία Στην Ελλάδα

Είναι προφανές ότι η εφαρμογή καινοτομιών στην Ελλάδα είναι ένα δύσκολο έργο. Όπως αναφέραμε στο κεφάλαιο «Εμπόδια Καινοτομίας», υπάρχουν κάποιοι παράγοντες που βάζουν «φρένο» στην εφαρμογή καινοτομιών.

Τα εμπόδια αυτά εμφανίζονται εντόνως στην Ελλάδα λόγω της οικονομικής κρίσης. Το οικονομικό περιβάλλον, η αγορά και οι επιχειρήσεις είναι άμεσα επηρεασμένες από την οικονομική ύφεση. Ακόμα και η αρνητική ψυχολογία των επιχειρηματιών θα έπρεπε να θεωρείται ως δεδομένο εμπόδιο λόγω των συνθηκών.

Οι δε γραφειοκρατία που υπάρχει στη χώρα μας (κρατικοί θεσμοί) είναι ένα ακόμα αρνητικό για την ύπαρξη καινοτομίας στην Ελλάδα.

Όντως η χώρα μας υστερεί σημαντικά σε καινοτομία, καθώς έναντι των χωρών ηγετών της καινοτομίας, οι αντίστοιχες μετρήσεις έδειξαν ότι η χώρα μας είναι αρκετά πιο πίσω (*Παντόπουλος 2012, πηγή αποσπάσματος: Wikibooks*).

Αν και υπάρχει έλλειψη καινοτομίας στην Ελλάδα, υπάρχουν ορισμένοι κλάδοι που μεμονωμένα κάνουν κάποιες καινοτομικές δράσεις, όπως ο τουρισμός (εξειδικευμένος τουρισμός: με γήπεδα Golf, τένις, SPA, κτλ).

Σύμφωνα, με έρευνα του **Πανεπιστημίου Harvard** (*δημοσίευση από την ηλεκτρονική σελίδα της «iefimerida»*) η καινοτομία είναι ικανή να σώσει την Ελλάδα αλλά η γραφειοκρατία της την «πνίγει» (εμπόδιο καινοτομίας που αναφέραμε και πιο πάνω).

Συγκεκριμένα η έρευνα λέει ότι: «Η Ελλάδα μπορεί να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητά της μέσω της μείωσης του κόστους σε παραδοσιακούς τομείς της, όπως ο τουρισμός, η γεωργία και το εμπόριο. Ή μπορεί να στοχεύουν υψηλότερα - να θέτει τις βάσεις για την παρασκευή προϊόντων με υψηλότερη προστιθέμενη αξία.

Το κλειδί για μια τέτοια αλλαγή είναι μια καινοτομία προσανατολισμένη στη βιομηχανική δομή και στην καλή λειτουργία του **συστήματος καινοτομίας**. Αυτό πρόκειται να είναι μια σημαντική πρόκληση».

Η καινοτομία όμως και η σωστή εφαρμογή της έρχεται αντιμέτωπη με την γραφειοκρατία της Ελλάδας. Η έρευνα συνεχίζει προσθέτοντας σχετικά με αυτήν: «Σύμφωνα με την έκδοση του 2014 της Παγκόσμιας Τράπεζας με τίτλο «Ευκολία του δείκτη επιχειρήσεων», η Ελλάδα κατατάσσεται 72η σε 189 χώρες. Παρά τη σχετική βελτίωση, η Ελλάδα εξακολουθεί να έχει υπερβολικά ρυθμισμένο νομικό πλαίσιο που βάζει σημαντικές επιβαρύνσεις για τους επιχειρηματίες. Απαιτήσεις για άδειες, και την υποβολή εκθέσεων παραμένουν υπερβολικές. Βασικά θέματα της ημερήσιας διάταξης - όπως η προστασία των επενδυτών, την εκτέλεση των συμβάσεων, καθώς και ένα αποτελεσματικό καθεστώς αφερεγγυότητας - παραμένουν ημιτελή. Σε πρόσφατη έκθεση του ΟΟΣΑ για την Ελλάδα εντοπίστηκαν 555 κανονιστικοί περιορισμοί που, αν αρθούν, θα δημιουργήσουν σημαντικά κίνητρα για την ελληνική οικονομία».

Επομένως, πέρα από την κακή οικονομική κατάσταση της χώρας μας, ένας πολύ μεγάλος εχθρός της καινοτομίας στην Ελλάδα είναι η γραφειοκρατία. Αν μπορέσει να ξεπεραστεί αυτό το εμπόδιο, τότε θα δημιουργηθούν πολύ πιο ευνοϊκές συνθήκες για την εφαρμογή καινοτομιών από τους επιχειρηματίες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ

3.1 Η Έννοια Της Τεχνολογίας



Προτού περάσουμε στη σύνδεση της επιχειρηματικότητας με τις νέες τεχνολογίες και στο πως οι τελευταίες επηρεάζουν την πορεία και την εξέλιξη μιας επιχείρησης, ας δώσουμε πρώτα έναν ορισμό για την λέξη «τεχνολογία».

Τι είναι η τεχνολογία: «Η τεχνολογία (από το τέχνη και λόγος) είναι το αποτέλεσμα της εφαρμογής της (θεωρητικής) επιστημονικής γνώσης με στόχο τη δημιουργία ενός αντικειμένου με πρακτικό όφελος. Ακριβέστερα ορίζεται ως η εφαρμογή της επιστημονικής γνώσης για πρακτικούς σκοπούς, ιδιαίτερα στη βιομηχανία.

Δευτερεύουσα έννοια της λέξης αφορά στην ανάπτυξη συσκευών και μηχανισμών για επιστημονικούς σκοπούς και εκείνον τον κλάδο της γνώσης που σχετίζεται με τις εφαρμοσμένες επιστήμες ή μηχανολογία. Άλλοτε αναφέρεται στη μεθοδολογία που χαρακτηρίζει μια τέτοια διαδικασία. Τα τελευταία χρόνια υπάρχει τάση η έννοια να αναφέρεται μόνο στην υψηλή τεχνολογία ή/και στην τεχνολογία υπολογιστών μόνο, αν και κατά βάση δεν περιορίζεται μόνο σε αυτούς τους τομείς. Για παράδειγμα, όσο ο Διεθνής Διαστημικός Σταθμός ή ένας υπολογιστής μπορεί να είναι τεχνολογία, τόσο μπορεί να είναι και ένα τυπικό ανοιχτήρι για μπουκάλια. Συχνά, το αντικείμενο της τεχνολογίας με πρακτικό όφελος δεν είναι προϊόν επιστημονικής έρευνας, αλλά αποτέλεσμα τυχαίας ανακάλυψης».

(Πηγή ορισμού: *el.wikipedia*)

Με λίγα λόγια, τεχνολογία θεωρείται οποιοδήποτε αγαθό έχει ανακαλυφθεί από τον άνθρωπο και έχει ως σκοπό την βελτιστοποίηση των επιστημών, των βιομηχανιών, των επιχειρήσεων και γενικότερα των διαφόρων αναγκών του ανθρώπου.

3.2 Ο Ρόλος Της Τεχνολογίας Στην Επιχειρηματικότητα

Αφού πρώτα ορίσαμε την τεχνολογία, ήρθε η ώρα να περάσουμε στην σύνδεση αυτής με την επιχειρηματικότητα.

Όπως, τα πάντα στη ζωή εξελίσσονται, προοδεύουν και αναβαθμίζονται, είναι λογικό πως το ίδιο θα συμβαίνει με την τεχνολογία η οποία μάλιστα έχει άμεση επιρροή στις ζωές μας.

Η καινοτόμες ιδέες οδηγούν στην εξέλιξη και πρόοδο της τεχνολογίας, η οποία με τη σειρά της καλυτερεύει και εξελίσσει τις ζωές των ανθρώπων.

Η επιχειρηματικότητα έχει άμεση σχέση με την τεχνολογία.

Οι ανάγκες των καταναλωτών αυξάνονται και γίνονται περισσότερο απαιτητικές, τα δεδομένα συνεχώς αλλάζουν οπότε η συνεισφορά της τεχνολογίας στην επιχειρηματικότητα είναι επιτακτική.

Νέα προϊόντα κάνουν την εμφάνιση τους χάρη στην τεχνολογία.

Πριν μερικά χρόνια παραδείγματος χάρη, υπήρχαν κινητά που ήταν σε θέση να κάνουν βασικά πράγματα όπως τηλεφώνημα ή γραπτό μήνυμα. Η τεχνολογική πρόοδος μεταμόρφωσε κυριολεκτικά τα κινητά τηλέφωνα σε «πολυμηχανήματα» που είναι ικανά να κάνουν σχεδόν τα πάντα.

Πλέον τα κινητά είναι σε θέση να συνδεθούν στο ιντερνέτ, να κάνουν βιντεοκλήση, να βγάλουν φωτογραφίες υψηλής ανάλυσης, να μεταμορφωθούν σε παιχνιδομηχανές, να εκτελέσουν διάφορες εφαρμογές, να γίνουν GPS δείχνοντας την ακριβή τοποθεσία σου ή να σου «χαράξουν» μία διαδρομή για τον προορισμό σου, και γενικότερα μπορούν να κάνουν πάρα πολλά πράγματα.

Η μεταμόρφωση αυτή, η εξέλιξη αυτή των κινητών τηλεφώνων οφείλεται καθαρά και μόνο στην πρόοδο της τεχνολογίας.

Οπότε με ένα πρώτο, γρήγορο συμπέρασμα, διαπιστώνουμε ότι η τεχνολογία μπορεί να εξασφαλίσει νέα προϊόντα στις επιχειρήσεις ή να αναβαθμίσει ήδη υπάρχοντα προϊόντα ώστε να εξαναγκάσει τον καταναλωτή σε αγορά.

Η τεχνολογία δηλαδή βοηθά την αγορά στο να παραμένει ζωντανή και δραστήρια.

Φυσικά η τεχνολογία δεν βοηθά τις επιχειρήσεις μόνο στο θέμα των προϊόντων ή των υπηρεσιών.

Ακόμα, και η εξέλιξη – βελτιστοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας οφείλεται αποκλειστικά στην τεχνολογική ανάπτυξη. **Οι νέες τεχνολογίες** είναι απαραίτητες για μία σύγχρονη επιχείρηση καθώς βελτιώνουν τόσο την απόδοση της παραγωγής όσο και την απόδοσή της σε όλους τους υπόλοιπους τομείς.

Η **θετική πλευρά** της εξέλιξης της παραγωγικής διαδικασίας είναι πως η παραγωγή έγινε γρηγορότερη, αποδοτικότερη, ευκολότερη και σε χαμηλότερο κόστος.

Η **αρνητική πλευρά** όμως, είναι πως οι επιχειρήσεις αναγκάστηκαν να προχωρήσουν σε μείωση του εργατικού τους δυναμικού, με αποτέλεσμα πολλοί άνθρωποι να μείνουν άνεργοι, καθώς τα μηχανήματα αντικατέστησαν το έργο τους. Τέλος, να μην ξεχάσουμε ότι η τεχνολογία αποτελεί και για κάποιες επιχειρήσεις το ίδιο τους το αντικείμενο, καθώς υπάρχουν επιχειρήσεις που ασχολούνται αποκλειστικά με την δημιουργία νέων τεχνολογιών.

Συνοψίζοντας, ο ρόλος της τεχνολογίας στη σύγχρονη επιχειρηματικότητα είναι καθοριστικός και πολυδιάστατος. Η τεχνολογία δίνει νέα προϊόντα στις επιχειρήσεις, κρατώντας ζωντανή την αγορά και τη ζήτηση αγαθών, βοηθάει στην εξέλιξη τους (ιδιαίτερα της παραγωγικής διαδικασίας) και για πολλές επιχειρήσεις αποτελεί το ίδιο τους το αντικείμενο.

Αναφέραμε πριν ότι η τεχνολογία βοηθάει τους καταναλωτές να καλύψουν τις νέες τους ανάγκες (όπως π.χ. με την εξέλιξη των κινητών τηλεφώνων).

Η ορθότερη τοποθέτηση όμως είναι πως **«η τεχνολογία δεν καλύπτει ανάγκες αλλά δημιουργεί»**. Οι καταναλωτές συμβαδίζουν με την εξέλιξή της (στις περισσότερες περιπτώσεις) και όχι η τεχνολογία με τις ανάγκες τους. Οι νέες ανάγκες των καταναλωτών οι οποίες προκύπτουν στο πέρασμα των ετών, είναι αποτέλεσμα της ραγδαίας εξέλιξης της τεχνολογίας. Η τεχνολογία ευθύνεται για την δημιουργία νέων αναγκών (νέο, πιο σύγχρονο κινητό, νέο αυτοκίνητο, λάπτοπ, κτλ) και όχι ο καταναλωτής. Ο καταναλωτής απλά ακολουθεί πιστά την εξέλιξή της και την δύναμη της μάζας.

3.3 Νέες Τεχνολογίες

Αφού πρώτα μιλήσαμε για τον ορισμό της τεχνολογίας και έπειτα για τη συμβολή της τεχνολογίας στην επιχειρηματικότητα, τώρα θα αναφερθούμε στις νέες τεχνολογίες (των τελευταίων ετών), καθώς και για το πώς οι νέες τεχνολογίες μπορούν να αλλάξουν πλήρως τη ζωή του σύγχρονου ανθρώπου.

Ήδη στο πιο πάνω κεφάλαιο εξηγήσαμε πως η τεχνολογία είναι σε θέση να δημιουργεί συνεχώς νέες καταναλωτικές ανάγκες και τάσεις στην αγορά.

Η τεχνολογία όμως πέρα από ικανοποίηση των «εγωιστικών» αναγκών (ανάγκες που δεν είναι ζωτικής σημασίας η ικανοποίησή τους από τον άνθρωπο – δεν είναι ανάγκες επιβίωσης), συμβάλλει και στην κάλυψη σημαντικών αναγκών. Π.χ. η ιατρική επιστήμη συνεχώς εξελίσσεται και προοδεύει, και κατά ένα πολύ μεγάλο ποσοστό, η εξέλιξή της αυτή οφείλεται στις **νέες τεχνολογίες** που σχετίζονται με την ιατρική.

Πέρα από την ιατρική, η ανθρωπότητα κατάφερε να πλησιάσει τον πιο μακρινό (γνωστό) πλανήτη του ηλιακού μας συστήματος, τον Πλούτωνα (Ιούλιος του 2015 – New Horizons) και το επίτευγμα αυτό οφείλεται στις νέες τεχνολογίες επίσης.

Γενικότερα, παρατηρούμε ότι η δύναμη των νέων τεχνολογιών είναι τόσο ισχυρή που μπορεί να εξελίξει σε μεγάλο βαθμό την ανθρωπότητα, καθώς βοηθάει στην πρόοδο όλων των επιστημών.

Φυσικά, οι νέες τεχνολογίες, δε θα μπορούσαν να ήταν απύσυχες από τον επιχειρηματικό τομέα.

Το IBM, πριν από μερικά χρόνια (2013) ανακοίνωσε 5 νέες τεχνολογίες που είναι ικανές να αλλάξουν τον κόσμο. Οι τεχνολογίες αυτές έχουν άμεση σχέση με την αγορά, τις επιχειρήσεις και τη δημιουργία νέων αναγκών στο μέλλον.

Παραδείγματος χάρι, σε μερικά χρόνια, νέες τεχνολογίες θα μας δίνουν τη δυνατότητα όχι μόνο να ψωνίζουμε ρούχα μέσω του υπολογιστή (που αυτό συμβαίνει χρόνια τώρα) αλλά να αισθανόμαστε και την ποιότητα του ρούχου που θέλουμε να αγοράσουμε, ακουμπώντας την οθόνη.

Ή νέες, έξυπνες συσκευές μπορεί να είναι σε θέση να επεξεργάζονται διάφορους ήχους του περιβάλλοντος και να τους ερμηνεύουν. Έτσι, κάποια συσκευή στο

μέλλον, θα είναι σε θέση να ενημερώνει τους γονείς, γιατί κλαίει το μωρό τους (αν πεινάει, αν διψάει, αν νυστάζει, κτλ).

Ακόμα, και αν είσαι άρρωστος θα μπορούν να σε ενημερώσουν οι συσκευές των επόμενων χρόνων, αρκεί την επόμενη φορά που θα φτερνιστείς, να το κάνεις κοντά στην οθόνη του κινητού σου.

Διαπιστώνουμε λοιπόν, τόσο ρίχνοντας μια ματιά γύρω μας (και παρατηρώντας τις τεχνολογικές αλλαγές στα προϊόντα) όσο και διαβάζοντας για τις νέες τεχνολογίες που περιμένουμε μέσα στα επόμενα χρόνια, πως η ραγδαία τεχνολογική πρόοδος κρατάει τις επιχειρήσεις σε εγρήγορση.

Κλάδοι επιχειρήσεων, οι οποίοι έχουν άμεση σχέση με την τεχνολογία (όπως καταστήματα κινητών συσκευών, ηλεκτρονικών υπολογιστών, Tablet, φωτογραφικών μηχανών, κτλ) πρέπει να είναι συνεχώς ενημερωμένοι για τα νέα προϊόντα που αναμένονται να φτάσουν στα ράφια τους.

Ακόμα, και επιχειρήσεις που δεν έχουν ως αντικείμενο την πώληση αγαθών που σχετίζονται με την τεχνολογία, επηρεάζονται άμεσα από τις νέες τεχνολογίες, τόσο επειδή αλλάζουν τα δεδομένα στην παραγωγική διαδικασία (νέες τεχνολογίες την εξελίσσουν) όσο και επειδή οι νέες τεχνολογίες είναι ικανές να αλλάξουν τον τρόπο λειτουργίας τους, την ποιότητά τους και την απόδοσή τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Στα παραπάνω κεφάλαια (1,2,3), παρουσιάσαμε και αναλύσαμε την **επιχειρηματικότητα**, την **καινοτομία** και τις **νέες τεχνολογίες**.

Εξηγήσαμε γιατί καθεμιά από αυτές τις έννοιες είναι σημαντική για τον σύγχρονο άνθρωπο και πως επηρεάζουν τη ζωή του, αλλά τώρα ήρθε η ώρα για το τελικό συμπέρασμα, που σχετίζεται με το πώς αυτές οι έννοιες είναι άμεσα συνδεδεμένες μεταξύ τους.

Το πρώτο, προφανές συμπέρασμα, είναι πως η σύγχρονη οικονομία βασίζεται κατά κύριο λόγο σε αυτές τις τρεις έννοιες. Αυτές οι τρεις έννοιες αποτελούν τους πυλώνες της σύγχρονης οικονομίας. Ο σημερινός επιχειρηματίας, η σημερινή επιχείρηση, δεν θα μπορούσαν να υπάρχουν χωρίς αυτές.

Η **επιχειρηματικότητα** είναι η αρχή, η μέση και το τέλος της επιχείρησης και της ζωής του ανθρώπου ως επιχειρηματία. Χωρίς αυτήν, δεν υπάρχει επιχείρηση.

Η **καινοτομία** είναι το «συστατικό» που θα κάνει τη διαφορά. Η συνταγή της επιτυχίας. Το έναυσμα για μια πετυχημένη επιχειρηματική σταδιοδρομία.

Είναι η λύση σε επιχειρηματικά προβλήματα και η απάντηση σε οικονομικά αδιέξοδα. Είναι η εισαγωγή του νέου, του φρέσκου, του καινούριου στην αγορά.

Οι **νέες τεχνολογίες** αποτελούν την υποστήριξη, την δύναμη, το γρανάζι και την εξέλιξη και είναι απαραίτητες για την σύγχρονη επιχειρηματικότητα.

Το δεύτερο συμπέρασμα είναι πως οι έννοιες αυτές αλληλοεξαρτώνται.

Η καινοτομία αποτελεί το κλειδί για την επιτυχημένη επιχειρηματικότητα, αλλά και η επιχειρηματικότητα είναι ο λόγος που υπάρχει η καινοτομία (επιχειρηματική καινοτομία). Οι νέες τεχνολογίες χρειάζονται την καινοτομία για να θεωρούνται «νέες», αλλά και η καινοτομία πολλές φορές για να εφαρμοστεί, χρειάζεται τις νέες τεχνολογίες. Η δε σύγχρονη επιχειρηματικότητα χρειάζεται τις νέες τεχνολογίες για να επιβιώσει αλλά και οι νέες τεχνολογίες, υπάρχουν κατά κύριο λόγο εξαιτίας της επιχειρηματικότητας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ:

Βικιπαιδεία, Δ. Μπουραντάς (Καθηγητής Οικονομίας), Μέτρον, Υπiρι (Πανεπιστήμιο Πειραιά), Εγχειρίδιο του Όσλο, Peter Drucker, Εφημερίδα Καθημερινή (άρθρο), Οικονομικό Λεξικό Γεώργιου Αγαπητού, Andy Neely and Jasper Hii (Innovation and business performance 1998), el.wikipedia, iefimerida (ηλεκτρονική σελίδα), toxrima.gr (άρθρο), skai.gr (άρθρο), Ινστιτούτο Επικοινωνίας, 2006, Πάντειο Πανεπιστήμιο & QED Εταιρία Ερευνών, «Καινοτομία και Ελληνικός Επιχειρηματικός Χώρος, Έρευνα, Αθήνα, Καραγιάννης Α. (1996) «Επιχειρηματικότητα και Καινοτομίες», Πανεπιστημίου Πειραιώς

