μ/π[4]

Μετατρέποντας τα προβλήματα σε ευκαιρίες. Μια ιστορία εξωστρέφειας και επιχειρηματικότητας

4.1 Εισαγωγή

4.2 Ανάλυση

4.3 Κυρίως σενάριο

4.4 Δραστηριότητες

4.5 Παραρτήματα

4.6 Ενδεικτική βιβλιογραφία

Οδηγός διδασκαλίας

Σύνοψη

Εκπαιδευτικοί στόχοι

Θεματολογία συζήτησης

Βιβλιογραφία

1 2 3 μ/π 4 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15

Συγγραφέας κεφαλαίου

Κακούρης Ανδρέας, Λέκτορας, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

4.1 μ/π [Εισαγωγή]

Η εταιρεία Optocore ιδρύθηκε το 2009 στην Αθήνα. Η ενασχόληση όμως των ιδρυτικών μελών της με την παραγωγή των ημιαγωγών ξεκινάει μερικά χρόνια πριν. Ιδρυτής της εταιρείας που σήμερα δραστηριοποιείται σε τρεις ηπείρους είναι ένας νέος άνθρωπος τριανταεπτά ετών, ο Δρακούλης (Δάκης) Πουλαντζάς. Η εταιρεία μέσα σε λίγα χρόνια λειτουργίας έχει καταφέρει να καινοτομεί παγκοσμίως δραστηριοποιούμενη στους ημιαγωγούς με εμπλουτισμό φωσφόρου. Ο κλάδος του φωτισμού είναι τεράστιος και αποτελεί μια παγκόσμια αγορά.

Ιστορική Αναδρομή - Κρίσεις και ευκαιρίες

Στις αρχές του προηγούμενου αιώνα, στα δύσκολα προπολεμικά χρόνια, ο Δρακούλης Ν. Πουλαντζάς, παππούς του ιδρυτή της Optocore, άνοιξε στην άνυδρη περιοχή της Μάνης, μία μεγάλη χερσόνησο στο νοτιότερο άκρο της ηπειρωτικής Ευρώπης, ένα μαγαζί πώλησης τροφίμων. Η ιστορική, αλλά φτωχή περιοχή της Μάνης, καθώς και τα δύσκολα μεταπολεμικά χρόνια ανάγκασαν τον Δρακούλη Ν. Πουλαντζά να επεκτείνει τις δραστηριότητές του με εμπορικές συναλλαγές σε όλη την νότια Ελλάδα μετεξελίσσοντας σιγά σιγά το μαγαζί σε μια εύρωστη επιχείρηση γενικού εμπορίου. Ο πρώτος του γιος Νίκος Δ. Πουλαντζάς σπούδασε τα μεταπολεμικά χρόνια στην Γερμανία και εξελίχθηκε με τα χρόνια σε ένα διακεκριμένο ανώτατο τραπεζικό στέλεχος επιτρέποντας στην οικογένειά του να υιοθετήσει έναν εξωστρεφή και κοσμοπολίτικο τρόπο ζωής. Μία απότομη και μη οικειοθελή αλλαγή καριέρας ανάγκασε τον Νίκο Δ. Πουλαντζά να στραφεί στην επιχειρηματικότητα. Η κρίση και πάλι μετατράπηκε σε ευκαιρία, καθώς διέπρεψε τελικά στον κλάδο της κλωστοϋφαντουργίας όπου ήκμαζε στην Ελλάδα. Ίδρυσε πολλές εταιρείες οι οποίες δραστηριοποιούνταν κυρίως στο κλάδο της κλωστοϋφαντουργίας και εμπορίας βάμβακος. Ενήργησε επίσης ως Liaison και Buying Office, για μεγάλες εταιρείες του εξωτερικού όπως: Adidas, Nike, Reebok κ.α.. Τέλος, ανέλαβε με εταιρεία του την εμπορική διαχείριση σε πρώτες ύλες πολλών Κλωστοϋφαντουργικών Μονάδων, πετυχαίνοντας πωλήσεις άνω των 150.000.000 ευρώ, με εξαγωγές από την Αμερική μέχρι την Αυστραλία.

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Στα μέσα του 1990 - αφού ολοκλήρωσε τις σπουδές του σε Οικονομικά και Διοίκηση Επιχειρήσεων στο Λονδίνο και εξειδικεύτηκε σε ασφάλειες και επενδύσεις και έχοντας κερδίσει κάποια σχετική εργασιακή εμπειρία - επέστρεψε από το εξωτερικό ο Δάκης Πουλαντζάς, πρώτος γιος του Νίκου Δ. Πουλαντζά. Ολοκλήρωσε την στρατιωτική του θητεία και λίγο πριν το 2000 ανέλαβε τις οικογενειακές επιχειρήσεις.

Προς τα τέλη της δεκαετίας του 1990 όμως, ο κλάδος της Κλωστοϋφαντουργίας - ένας παραδοσιακός κλάδος στην Ελλάδα που τόνωνε πάντα το εμπορικό της ισοζύγιο - άρχισε να σταδιακά να φθίνει. Τα μερίδια αγοράς συνέχισαν να μικραίνουν, τα περιθώρια κέρδους να συμπιέζονται ασφυκτικά και ο ανταγωνισμός να γίνεται αδυσώπητος. Μεγάλα παραδοσιακά ονόματα και τρανταχτές επιχειρήσεις του χώρου άρχισαν να βάζουν λουκέτο. Καθώς η Ελλάδα, αλλά και η Ευρώπη γενικότερα άρχισε να χάνει το συγκριτικό πλεονέκτημα με την πλειοψηφία των παραγωγών να μετακομίζουν στην Ασία, η όποια δραστηριοποίηση στον κλάδο ήταν πλέον θέμα επιβίωσης. Για όσους παρακολουθούσαν τις διεθνείς εξελίξεις ήταν ξεκάθαρο ότι η κλωστοϋφαντουργία, τουλάχιστον στην Ελλάδα έφθανε στο τέλος της. Ο Δάκης Πουλαντζάς βρέθηκε σε μία δύσκολη κατάσταση. Μπορούσε είτε να περιμένει να περάσει η κρίση ελπίζοντας ότι θα επιστρέψουν οι καλές μέρες στην αγορά, είτε να αρκεστεί στις δάφνες της προηγούμενης γενιάς καθώς όλα αυτά τα χρόνια είχε γίνει συνετή οικονομική διαχείριση. Ο ίδιος, τρίτη πλέον εμπορική γενιά, αποφάσισε να "ψαχτεί".

Ψάχνοντας για ευκαιρίες

Ο Δάκης Πουλαντζάς έχοντας από μικρός μία έφεση προς τις νέες τεχνολογίες προσπάθησε να ανιχνεύσει τι επιχειρηματικές ευκαιρίες θα δημιουργηθούν από τις τεχνολογικές εξελίξεις των τελευταίων χρόνων. Στην Ελλάδα οι τομείς επικοινωνίας, λογισμικού και τηλεπικοινωνιών ήταν ήδη σχετικά ανεπτυγμένες κάνοντας την πρόσβαση δύσκολη σε νέους μικρούς παίκτες. Με όπλο τα αγγλικά και με μια διεθνή κουλτούρα που απέκτησε κατά την διάρκεια των σπουδών του άρχισε τα αλλεπάλληλα ταξίδια προσπαθώντας ν' αξιοποιήσει παλιές γνωριμίες, αλλά και να κάνει

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

καινούργιες. Σιγά σιγά στις προσπάθειες αυτές ήρθε αρωγός ο μικρότερος αδελφός του Κυριάκος και μαζί άρχισαν να επισκέπτονται εμπορικές εκθέσεις, διεθνή συνέδρια και μονάδες παραγωγής στο εξωτερικό. Πολλές από τις πρώτες τους προσπάθειες δεν ήταν επιτυχείς. Είτε από υπερβολικό ενθουσιασμό, είτε από απειρία, δεν μπόρεσαν να ολοκληρώσουν κάποιες επικερδείς συμφωνίες ή έστω συνεργασίες με κάποια διάρκεια.

Προσπαθώντας να διαφοροποιηθούν και έχοντας και οι ίδιοι υιοθετήσει στην προσωπική τους ζωή μία πιο εναλλακτική και οικολογική αντίληψη αποφάσισαν τελικά να εξερευνήσουν το πράσινο επιχειρείν. Διαβάζοντας περί τεχνολογίας και συνεχίζοντας τα ταξίδια και τις επαφές, η πρόκληση που κέντρισε τελικά το ενδιαφέρον τους ήταν ο φωτισμός. Αυτό έγινε όταν ενημερώθηκαν για τον ενεργειακό φωτισμό με τεχνολογία ημιαγωγών (Led) και κυρίως όταν πληροφορήθηκαν ότι η τελευταία πραγματικά σημαντική τεχνολογική ανακάλυψη στον τομέα του φωτισμού ήταν η ανακάλυψη της λάμπας πυράκτωσης του Thomas Edison στα τέλη του 19^{ου} αιώνα. Από τότε ο συγκεκριμένος κλάδος δεν είχε κάνει πραγματικές τεχνολογικές επαναστάσεις.

Μετά το 2000, με τη σύμφωνη γνώμη όλης της οικογένειας, αποφάσισαν να επενδύσουν κάποια κεφάλαια σε ένα εργοστάσιο παραγωγής ημιαγωγών στην μακρινή Ταιβάν. Σκοπός η ανάπτυξη προϊόντων ενεργειακού φωτισμού. Το όραμα της εταιρείας ήταν και παραμένει να προσφέρει λύσεις μιας καινοτόμου τεχνολογίας σε μία από τις μεγαλύτερες και πιο απαιτητικές αγορές του κόσμου, την αγορά του φωτισμού.

4.2 *μ/π [Ανάλυση]*

Τι είναι τα LED *(*LED it be light);

Στα ελληνικά γνωστοί ως Δίοδοι Εκπομπής Φωτός τα Led είναι ημιαγωγοί οι οποίοι εκπέμπουν φωτεινή ακτινοβολία στενού φάσματος όταν τους παρέχονται μία ηλεκτρική τάση κατά τη φορά ορθής πόλωσης (forward-biased). Στα σχετικά προϊόντα συγκαταλέγονται τα Led Chip και τα Led PCB (ημιτελείς λύσεις και ολοκληρωμένα συστήματα Led).

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Συγκριτικά με τις παραδοσιακές λάμπες πυράκτωσης έχουν αρκετά υψηλότερο αρχικό κόστος. Προσφέρουν όμως πολύ καλύτερη απόδοση και παράγουν περισσότερο φως ανά watt. Εκεί που οι λαμπτήρες πυράκτωσης διαρκούν 1000 με 2000 ώρες και οι λαμπτήρες φωτισμού 10000 έως 15000 ώρες, οι λάμπες LED μπορούν να διαρκέσουν 35 με 40000 ώρες. Επίσης παρουσιάζουν και άλλα πλεονεκτήματα όπως για παράδειγμα δεν περιέχουν υδράργυρο όπως οι λάμπες φθορισμού και μπορούν να τοποθετηθούν σε πινάκες αποτύπωσης καθώς έχουν μικρό μέγεθος και έχουν μεγάλη αντοχή σε κραδασμούς.

Ο κλάδος του φωτισμού

Για να συνειδητοποιήσει κάποιος το μέγεθος της αγοράς φωτισμού, αρκεί να σκεφτεί όχι μόνο τις λάμπες που υπάρχουν μέσα σε ένα σπίτι, αλλά και τις λάμπες που υπάρχουν στους δρόμους, στα δημόσια κτίρια, στα αυτοκίνητα, στα ψυγεία, σε αισθητήρες, σε καλλιέργεια φυτών και σε πληθώρα άλλων συσκευών και εφαρμογών.

Ό κλάδος του φωτισμού (Lighting Business), παρότι δεν συγκεντρώνει τα φώτα της δημοσιότητας είναι μία από τις μεγαλύτερες αγορές στον πλανήτη. Με τον σημερινό ρυθμό ανάπτυξης των κοινωνιών και την συνεχιζόμενη αστικοποίηση σε όλες πλέον τις ηπείρους, οι πόλεις καταναλώνουν περίπου το 70% της παγκόσμιας παραγωγής ενέργειας. Ο φωτισμός ειδικότερα αντιπροσωπεύει περίπου το 20% της παγκόσμιας κατανάλωσης ρεύματος. Η μετάβαση σε τεχνολογία Led μπορεί να προσφέρει σημαντικές εξοικονομήσεις, έχει υπολογιστεί ένα 40% κατά μέσο όρο. Οι εξοικονομήσεις αυτές μπορούν να οδηγήσουν σε μείωση του κόστους ρεύματος πολλών δις δολαρίων ή και σε μείωση 70.000.000 τόνους CO2. Επιπλέον οικονομία επιτυγχάνεται από τον περιορισμό της ανάγκης κατασκευής ή ανακατασκευής σταθμών παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας.

Η διεθνής εταιρεία συμβούλων McKinsey έχει επενδύσει ιδιαίτερα στην έρευνα της συγκεκριμένης αγοράς και προβλέπει έσοδα στον κλάδο εμπορίας φωτισμού της τάξεως των 110 δισεκατομμυρίων ευρώ, συγκρίσιμο μέγεθος δηλαδή με αυτό της παγκόσμιας αγοράς τηλεόρασης.

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Οι μεγάλες τάσεις (megatrends) που οδηγούν αυτή την ανάπτυξη είναι αφενός η αστικοποίηση, αφετέρου οι ανησυχίες για την κλιματική αλλαγή λόγω των εκπομπών του διοξειδίου του άνθρακα (CO2). Καθώς τα νομοθετικά πλαίσια σε όλο και περισσότερες χώρες δίνουν μεγάλη έμφαση στην εξοικονόμηση ενέργειας, η αγορά του φωτισμού έχει συγκεντρώσει μεγάλη προσοχή. Παρόλα αυτά είναι δύσκολο να μελετήσει κάποιος την συγκεκριμένη αγορά, καθώς είμαι κερματισμένη ανάμεσα σε δέκα διαφορετικές εφαρμογές και έξι διαφορετικές τεχνολογίες. Πιο συγκεκριμένα η αγορά των LED αναμένεται να μεγαλώνει τα επόμενα χρόνια κατά 30% ανά έτος, ενώ το κόστος αγοράς των αντίστοιχων προϊόντων θα μειώνεται ανάλογα, μέχρι να κυριαρχήσει, όπως δείχνουν οι μελέτες, στο 60% της όλης αγοράς φωτισμού μέσα στα επόμενα πέντε με έξι χρόνια.

Πέρα από τις γενικές ανάγκες φωτισμού (μερίδιο 75% της αγοράς), οι τεχνολογίες LED χρησιμοποιούνται και στην αυτοκινητοβιομηχανία καθώς και σε άλλες οικιακές χρήσεις, όπως τηλεοράσεις, οθόνες υπολογιστών κτλ. Η τεχνολογική βάση των LED μέσω ημιαγωγών αλλάζει τελείως την εφοδιαστική αλυσίδα με πολλές νέες δυναμικές επιχειρήσεις να ιδρύονται στην Ασία. Η Ασία είναι ήδη η μεγαλύτερη αγορά φωτισμού (με έσοδα γενικού φωτισμού με έσοδα 20 δισεκατομμύρια ευρώ για γενικό φωτισμό και 1,5 δισεκατομμύριο ευρώ για την αγορά των LED αντίστοιχα). Η Κίνα είναι η χώρα που οδηγεί την αγορά της Ασίας και προβλέπεται ότι μέχρι το 2016 η εσωτερική της αγορά για ανάγκες γενικού φωτισμού θα φτάσει τα 13 δισεκατομμύρια ευρώ, δηλαδή 41% της Ασίας και 17% της παγκόσμιας αγοράς.

4.3 *μ/π [Κύριο σενάριο]*

Νέες Προκλήσεις - Μεγαλώνοντας μαζί με τους πελάτες

Το μεγαλύτερο πρόβλημα στην αρχή για την Optocore ήταν να πειστούν οι πελάτες για τα αποτελέσματα της τεχνολογίας. Όταν για παραπάνω από 100 χρόνια, χρησιμοποιούνται συγκεκριμένες τεχνολογίες φωτισμού, από συγκεκριμένες εταιρείες, όλη η αλυσίδα των αποφάσεων, ξεκινώντας από τους μελετητές, τους ηλεκτρολόγους αλλά και τους κατασκευαστές, οι οποίοι είναι ενδιάμεσοι μέχρι τον τελικό πελάτη, γίνεται δυσκίνητη. Οι

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

προκλήσεις που έπρεπε να αντιμετωπιστούν ήταν πολλές δεδομένου ότι κάθε κλάδος της βιομηχανίας, έχει διαφορετικές απαιτήσεις αλλά και περιορισμούς στην υλοποίηση των projects.

Παράλληλα η ελληνική αγορά από την αρχή φάνηκε ότι λόγω μεγέθους δεν μπορούσε να προσφέρει επαρκή μερίδια αγοράς για να εξασφαλίσουν την βιωσιμότητα της επιχείρησης και να τροφοδοτήσουν την περαιτέρω ανάπτυξή της. κυρίως. Πέρα από το μέγεθος, τα δομικά χαρακτηριστικά της συγκεκριμένης αγοράς είναι σύνθετα. Τα νέα είδη φωτισμού ναι μεν είναι μία πολύ καλή επένδυση με σχετικά γρήγορη απόσβεση, αλλά παρόλα αυτά σε μαζική κλίμακα παραμένει μία σημαντική επένδυση και τα εργαλεία ρευστότητας για την χρηματοδότησή της περιορισμένα. Ο ιδιωτικός τομέας έπρεπε να "εκπαιδευτεί" στο νέο προϊόν και η είσοδος σε έργα του δημοσίου τομέα και δεν ήταν ιδιαίτερα εύκολη και απαιτούσε τεράστια κεφαλαιακή επάρκεια λόγω των καθυστερήσεων πληρωμών.

Αυτή η κατάσταση οδήγησε την Optocore στο ν' αναζητήσει λύσεις στο εξωτερικό. Η εταιρεία άλλωστε ιδρύθηκε εξαρχής για να είναι διεθνής. Η Optocore σήμερα έχει σαν παραγωγική βάση την Ταϊβάν, ενώ η εμπορική διαχείριση των προϊόντων σε όλο τον κόσμο γίνεται από την Ελλάδα είτε με απευθείας παραγγελίες και πωλήσεις είτε σε συνεργασία με αντιπροσώπους σε διάφορες χώρες.

Η Optocore επένδυσε, δυσανάλογα για το μέγεθός της κεφάλαια, στην έρευνα εφαρμογών και κυρίως φρόντισε να εμπλέξει, χωρίς επιπλέον κόστος, τους δυνητικούς της πελάτες σε αυτή την διαδικασία. Προσέγγισε υποψήφιους μεγάλους πελάτες και μελετώντας τις ειδικές τους ανάγκες τους έπεισε ότι μπορούσε να παράγει εξειδικευμένα προϊόντα. Συχνά προσέφεραν ολόκληρες μελέτες βιωσιμότητας εντελώς δωρεάν. Οι ίδιοι οι ιδρυτές, όντας υπεύθυνοι για ότι κατασκευάζεται από το πρώτο στάδιο μέχρι και το τελικό προϊόν, δούλευαν παράλληλα το εμπορικό και το βιομηχανικό κομμάτι. Μπορούσαν έτσι να λαμβάνουν και να προσφέρουν ταυτόχρονη ενημέρωση και στις δύο πλευρές. Με αυτή την πρακτική τους δόθηκε η δυνατότητα και η ευελιξία να προσαρμόζονται σε νέες απαιτήσεις πολύ πιο γρήγορα από τις μεγάλες εταιρείες που δραστηριοποιούνται στη βιομηχανία του φωτισμού. Οι πελάτες με την σειρά τους είδαν την εταιρεία περισσότερο σαν συνεργάτη που συζητούσε τις πιθανές λύσεις μαζί τους,

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

παρά σαν προμηθευτή κάποιων standard προϊόντων. Αυτή η καθημερινή επαφή με τους υποψήφιους πελάτες και η συνεχή βελτίωση των προϊόντων υπήρξε καθοριστική για τα πρώτα χρόνια της εταιρείας. Σ' έναν τομέα που τα τελευταία χρόνια η τεχνολογία αναπτύσσεται ταχύτατα η Optocore κατάφερε ν' αναπτύξει ικανή τεχνογνωσία ώστε να μπορεί να την χρησιμοποιήσει στο μέλλον ως συγκριτικό πλεονέκτημα.

Ένα κρίσιμο συμπέρασμα μέσα από την έρευνα και την καθημερινή ενημέρωση της αγοράς ήταν ότι είναι σημαντικό όταν κατασκευάζεται ένα προϊόν να μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε πολλές εναλλακτικές μορφές. Παράγοντας λίγα προϊόντα, ευέλικτα όμως στις χρήσεις τους, κερδίζεις στην παραγωγή ενώ και τα κόστη μειώνονται σημαντικά, με αποτέλεσμα το τελικό προϊόν να είναι πολύ πιο ανταγωνιστικό στον καταναλωτή χρήστη. Αυτό απαιτεί επιπλέον έρευνα ενώ παράλληλα χρειάζονται μεγάλες επενδύσεις σε RnD (Έρευνα και Ανάπτυξη). Η εταιρεία συνεργάστηκε συστηματικά με πανεπιστήμια στην Ευρώπη και στην Αμερική προσκειμένου να εξελίξει περαιτέρω τα προϊόντα της όχι μόνο τεχνολογικά, αλλά και σχεδιαστικά.

Ικανοποιώντας κάποιες μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις, χρησιμοποίησε τα πρώτα επιτυχή έργα και την αξιοπιστία του ονόματος των πρώτων πελατών για να προσεγγίσει άλλους πελάτες. Παράλληλα, προμήθευσε χορηγικά τον φωτισμό σε κάποια δημόσια έργα υψηλής αναγνωρισιμότητας σε Αμερική και Γερμανία προκειμένου να προσελκύσει δημοσιότητα σε νέες αγορές. Για παράδειγμα η περίφημη γέφυρα Golden Gate του Σαν Φραντσίσκο και το μουσείο της BMW στην Γερμανία φωτίζονται με προιόντα της Optocore.

Η εταιρεία σήμερα έχει αποκτήσει, σε σύντομο χρονικό διάστημα, μια ισχυρή πελατειακή βάση, με εταιρείες όπως: Coca-Cola, Shell, BP, Group Thyssen και έχοντας ολοκληρώσει projects σε όλο τον κόσμο, επικοινωνεί ως σκοπό την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών στον τομέα της ενέργειας και της εξοικονόμησης μέσω ψηφιακού ελέγχου, στοχοποιώντας συγκεκριμένες αγορές και βιομηχανικές χρήσεις για την αντικατάσταση υπαρχόντων και ηλεκτροβόρων φωτιστικών λύσεων. Με κέντρο την Ελλάδα δραστηριοποιείται σε ένα μεγάλο κομμάτι της Ευρώπης, στην Ρωσία, στην Αμερική, στην Κίνα, στην Ινδονησία, στην Ινδία, στην Ιαπωνία και σε πολλές άλλες χώρες σε διαφορετικά projects.

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Οι απειλές

Οι ιδρυτές και ιδιοκτήτες της εταιρείας προσπαθούν να σχεδιάσουν την επόμενη μέρα. Βλέπουν ότι στο άμεσο μέλλον θα δεχθούν πιέσεις στο στρατηγικό τους μείγμα. Από την μία οι μεγάλες πολυεθνικές του χώρου με τεράστιες δυνατότητες και υποδομές προσαρμόζονται στα νέα δεδομένα. Θα είναι δύσκολο για την Optocore να ανταγωνιστεί στο μέλλον τις μεγάλες εταιρείες που επενδύουν εκατοντάδες εκατομμύρια ευρώ πάνω στην έρευνα κάθε χρόνο.

Από την άλλη έχουν εμφανιστεί πολλοί μικροί παραγωγοί, κυρίως από Κίνα, που παράγουν ναι μεν χαμηλής ποιότητας, αλλά και πολύ χαμηλού κόστους υποκατάστατα προϊόντα. Όσον αφορά τους πολλούς νέους μικρούς παραγωγούς της Κίνας αυτοί στοχεύουν στην λιανική πώληση και πετυχαίνουν οικονομίες κλίμακες που μειώνουν σημαντικά το μοναδιαίο κόστος. Όσον αφορά την ποιότητα είναι σαφώς υποδεέστερη, αλλά ο απλός καθημερινός άνθρωπος δίνει μεγάλη σημασία στην τιμή, καθώς η αγορά ακόμα και των φτηνότερων LED είναι σημαντικά ακριβότερη από τις λάμπες παραδοσιακού φωτισμού. Έτσι κι αλλιώς από την αρχή στόχος της εταιρείας δεν ήταν οι λιανικές πωλήσεις σε καταναλωτές απλής καθημερινής χρήσης, αλλά σε μεγάλες εταιρείες και οργανισμούς. Οι ιδρυτές κατάλαβαν νωρίς ότι μία εταιρεία για να καταφέρει να εδραιωθεί στην βιομηχανία του φωτισμού δεν αρκεί να παράγει προϊόντα σε χαμηλό κόστος, αλλά η ποιότητα τους θα πρέπει να πληροί όλες τις προδιαγραφές και τις πιστοποιήσεις που απαιτούνται.

Το επόμενα Διλήμματα

Έχοντας συνειδητοποιήσει ότι η αγορά αλλάζει ραγδαίως, η Optocore σχεδιάζει τα επόμενα βήματα της. Προσπαθεί να αναλύσει τα στρατηγικά της πλεονεκτήματα και να τα αξιοποιήσει στο ευρύτερο επιχειρησιακό περιβάλλον.

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η εταιρεία μπορεί να επενδύσει στην μάρκα και να αναπτύξει στρατηγικές branding. Να δοκιμάσει να αναπτύξει την λιανική πώληση με την δημιουργία ενός επώνυμου προϊόντος υψηλής ποιότητας σε πολύ στοχευμένα κοινά (niche markets). Από την άλλη η εταιρεία θα μπορούσε να εγκαταλείψει τελείως την λιανική πώληση, και να επικεντρωθεί μόνο στις πωλήσεις σε εταιρείες και οργανισμούς (B2B), αλλά και σε κρατικούς φορείς (B2G). Μία περαιτέρω εξειδίκευση θα μπορούσε να γίνει σε ειδικές εφαρμογές φωτισμού όπως μεγάλα ψυγεία ή υπόγεια τούνελ. Όσον αφορά τα τούνελ συγκεκριμένα, έχει υπολογιστεί ότι στο μέλλον - ειδικά για τα αστικά κέντρα, αλλά και αλλού - η χρήση τους θα είναι εκτεταμένη. Το περιοδικό The Economist σε ανάλυσή του παρουσιάζει το έτος 2014 ως τη χρονιά όπου θα κατασκευαστούν τα μεγαλύτερα τούνελ στην ιστορία. Τα τούνελ απαιτούν συνεχή και εξειδικευμένο φωτισμό.

Μία άλλη εναλλακτική που μελετά η Optocore είναι η μετατροπή της από μία εταιρεία παραγωγής LED σε μια εταιρεία ενέργειας. Ως εταιρεία ενέργειας ορίζει όχι μόνο μία εταιρεία που παράγει ενέργεια, αλλά και μια εταιρεία που εξοικονομεί ενέργεια. Η εταιρεία, εκμεταλλευόμενη την ειδική τεχνογνωσία που έχει αναπτύξει, έχει παρουσιάσει στους πελάτες της μελέτες φωτιστικής προσομοίωσης και ενεργειακής απόσβεσης. Αξιοποιώντας το μοντέλο ESCO, παρέχει ένα ολοκληρωμένο πακέτο που ξεκινάει από τον σχεδιασμό του προϊόντος, τις απαραίτητες πιστοποιήσεις αλλά και την εξασφάλιση της χρηματοδότησης του συγκεκριμένου project, είτε είναι σε επίπεδο δημόσιας, είτε σε επίπεδο ιδιωτικής πρωτοβουλίας.

Το μοντέλο ESCO (Energy Saving Company) βασίζεται στην δημιουργία εταιρειών οι οποίες ουσιαστικά παντρεύουν δύο εταιρικές οντότητες. Την πρώτη που προσφέρει εξοικονόμηση ενέργειας και την δεύτερη που καρπώνεται τα οφέλη της εξοικονόμησης. Οι εταιρείες ESCO ξεκίνησαν σιγά σιγά ως ένα νέο μοντέλο οικονομικής δραστηριότητας μετά την ενεργειακή κρίση στην δεκαετία του 1970. Αρχικά, οι πρώτες δημιουργήθηκαν ως θυγατρικές μεγάλων εταιρειών. Μετά το 2000 όμως και την πτώση της εταιρείας ENRON πολλές τέτοιες νέες ανεξάρτητες επιχειρήσεις ιδρύθηκαν. Μια εταιρεία ενεργειακών υπηρεσιών τύπου ESCO είναι μια εμπορική επιχείρηση που παρέχει ένα ευρύ φάσμα ολοκληρωμένων λύσεων ενέργειας, συμπεριλαμβανομένων του σχεδιασμού και της υλοποίησης των έργων εξοικονόμησης ενέργειας, την ενεργειακή υποδομή ακόμα και μέσω outsourcing, την παραγωγή

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ηλεκτρικής ενέργειας και του ενεργειακού εφοδιασμού, καθώς και τη διαχείριση των επενδυτικών κινδύνων. Για παράδειγμα, στόχος μπορεί να είναι να μειωθεί το κόστος ολιστικής ενέργειας ενός κτιρίου. Στην συνέχεια σε συνεργασία με μεγάλα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα ή οργανισμούς αναλαμβάνουν την επένδυση και με ειδική συμφωνία επωφελούνται από την εξοικονόμηση ενέργειας.

Η ενέργεια πλέον είναι ένα εμπορεύσιμο αγαθό. Το φως ειδικότερα είναι ένα αντικείμενο που μας επηρεάζει όλους. Είναι μια τεράστια αγορά που μεγαλώνει συνεχώς. Από την μία η ακόρεστη δίψα για ενέργεια σε όλα τα σημεία του πλανήτη όπου αναπτύσσεται ανθρώπινη δραστηριότητα και από την άλλη η αυξανόμενη ευαισθητοποίηση των πολιτών για μια πιο χρηστή και οικολογική διαχείριση όλων των διαθέσιμων πηγών δημιουργούν μία νέα αγορά. Οι προκλήσεις είναι πολλές και τα πεδία δράσης ανοιχτά.

4.4 *μ/π [Δραστηριότητες]*

1. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά του νέου επιτυχημένου επιχειρηματία; Ποιες είναι οι δυσκολίες για μία ελληνική εταιρεία να γίνει διεθνής;

2. Πως αξιολογείτε την πορεία της Optocore ως νέας εταιρείας. Τι έκανε σωστά και τι θα μπορούσε να είχε κάνει διαφορετικά;

3. Θα πρέπει η εταιρεία να επιμείνει στις λιανικές πωλήσεις; Τι πρέπει να κάνει προκειμένου να παραμείνει ανταγωνιστική; Πως θα μπορούσε να αυξήσει τις διεθνείς της πωλήσεις περαιτέρω;

4. Πως μπορεί η εταιρεία να διαφοροποιηθεί από μεγάλες παραδοσιακές εταιρείες φωτισμού (Philips, Osram κτλ.) ώστε να γίνει αναγνωρίσιμη διεθνώς; Μπορεί να σχεδιάσει ένα παγκόσμιο πλάνο προβολής;

5. Ποιά θα είναι τα προβλήματα και οι προκλήσεις εάν η Optocore αποφασίσει να μετεξελιχθεί σε μία εταιρεία εξοικονόμησης ενέργειας;

6. Η τεχνολογία μπορεί ν' ανοίξει νέους κλάδους δραστηριότητας, αλλά και να εξαφανίσει υφιστάμενους. Με αφορμή τον κλάδο του φωτισμού σκεφτείτε ποιοί νέοι κλάδοι θα εμφανιστούν στο μέλλον και ποιοι υφιστάμενοι πιθανώς θα εξαφανιστούν. Πως μπορεί κανείς να προβλέψει

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

την επιρροή της εξέλιξης της τεχνολογίας και τις εφαρμογές της στην δουλειά του;

4.5	*μ/π [Παραρτήματα]*

Δεν είναι διαθέσιμα

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

4.6 μ/π [Ενδεικτική βιβλιογραφία]

Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία

- Αυλωνίτης Γ., Λυμπερόπουλος Κ. και Τζαναβάρας Β. (2010) «Σύγχρονες Στρατηγικές Μάρκετινγκ για Διεθνείς Αγορές», Εκδόσεις Rosili
- Πανηγυράκης Γ. (2013) «Διεθνές Μάρκετινγκ», Εκδόσεις Σταμούλη
- Sandhusen, Richard L. (1999) «Διεθνές Μάρκετινγκ», Εκδόσεις Κλειδάριθμος

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

- Bruce R. Barringer and Duane Ireland (*2011)* «*Entrepreneurship: Successfully Lunching New Ventures*» *4th Edition),* Prentice Hall
- Barringer John, (2009) «Preparing Effective Business Plans: An Entrepreneurial Approach», , International Edition, Pearson
- McKinsey & Company (2012) «Lighting the way: Perspectives on the global lighting market. Second edition» (Updated Second Edition)
- US DEPARTMENT OF ENERGY (January 2012) «Energy Savings Potential of Solid-State Lighting in General Illumination Applications»
- US DEPARTMENT OF ENERGY (December 2013) «Hammer Testing Findings for Solid-State Lighting Luminaires»
- US DEPARTMENT OF ENERGY (February 2012, Updated August 2012) «Life-Cycle Assessment of Energy and Environmental Impacts of LED Lighting Products Part I: Review of the Life-Cycle Energy Consumption of Incand escent, Compact Fluorescent, and LED Lamps».

μ/π[4]

Οδηγός διδασκαλίας για την μελέτη περίπτωσης

Σύνοψη

Ο κλάδος του φωτισμού (Lighting Business), παρότι δεν συγκεντρώνει τα φώτα της δημοσιότητας είναι μία από τις μεγαλύτερες αγορές στον πλανήτη. Παρόλα αυτά σαν κλάδος δεν είχε μέχρι πρόσφατα να επιδείξει καινοτομίες που θα οδηγούσαν σε δομικές αλλαγές παραδειγμάτων των προϊόντων και των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στην αγορά του φωτισμού. Πρόσφατες τεχνολογικές εξελίξεις, αλλά και κοινωνικές και πολιτικές τάσεις σε θέματα εξοικονόμησης ενέργειας καθιστούν την συγκεκριμένη οικονομική δραστηριότητα σε μία από τις πλέον αναπτυξιακές. Είναι εφικτό για μία οικογενειακή επιχείρηση που δραστηριοποιείται στην Ελλάδα σε έναν άλλο οικονομικό κλάδο υπό παρακμή να αδράξει την ευκαιρία; Ο Δρακούλης (Δάκης) Πουλαντζάς ένας νέος άνθρωπος που ανέλαβε από τον πατέρα του την διαχείριση ενός ομίλου εταιρειών στον κλάδο της κλωστοϋφαντουργίας ίδρυσε την εταιρεία Optocore. Η εταιρεία μέσα σε λίγα χρόνια λειτουργίας έχει καταφέρει να καινοτομεί παγκοσμίως δραστηριοποιούμενη στους ημιαγωγούς με εμπλουτισμό φωσφόρου. Πλέον μετά από κάποια χρόνια επιτυχίας η εταιρεία αντιμετωπίζει νέες προκλήσεις και εξετάζει την προοπτική της μετατροπής της από μία εταιρεία παραγωγής LED σε μια εταιρεία ενέργειας. Η Optocore καλείται να απαντήσει σε διλήμματα και να αναλάβει ενδεχομένως νέα ρίσκα.

Εκπαιδευτικοί στόχοι

Μέσα από την συγκεκριμένη μελέτη περίπτωσης επιδιώκεται να επιτευχθούν οι παρακάτω εκπαιδευτικοί στόχοι.

1) Να γίνει κατανοητή στους εκπαιδευόμενους η σύνθετη διαδικασία της επιχειρηματικότητας.

2) Να εμπεδώσουν την πρακτική σημασία της καινοτομίας, αλλά και την ανάγκη εξωστρέφειας όταν κινείσαι σε μικρές αγορές.

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

3) Να ενημερωθούν για την δυνατότητα καινοτομίας σε όλους τους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας.

4) Να αντιληφθούν την σημασία της εξέλιξης στις μικρομεσαίες οικογενειακές επιχειρήσεις.

5) Να εξερευνήσουν συμπεριφορές και νοοτροπίες που ευνοούν προοπτικές ανάπτυξης μέσω καινοτομίας και επιχειρηματικότητας.

6) Να κατανοήσουν την έννοια των οικονομικών κύκλων. Μέσω της ανόδου και της πτώσης συγκεκριμένων οικονομικών κλάδων να κάνουν βίωμα την ανάγκη ανάλυσης του εξωτερικού περιβάλλοντος και της συνεχούς ενημέρωσης.

Θεματολογία συζήτησης

Θέματα που εξετάζονται περιλαμβάνουν: διοίκηση για την καλύτερη αξιοποίηση της πρωτοβουλίας, ιδεών και προτάσεων του ανθρώπινου δυναμικού, ανάπτυξη δημιουργικότητας και τεχνικές διαχείρισης καινοτομίας και η σύνδεση τους με τη στρατηγική της επιχείρησης, αξιολόγηση ευκαιριών για καινοτομία σε ένα διεθνές περιβάλλον και αποτίμηση της καινοτομίας.

Οι σπουδαστές καλούνται να αναπτύξουν μια κριτική εκτίμηση των βασικών εννοιών της επίδραση της τεχνολογίας και της καινοτομίας καθώς και την διοίκηση αλλαγών. Οι απαντήσεις που παρατίθενται στη συνέχεια είναι ενδεικτικές και ανοιχτές σε εμπλουτισμό. Η όλη μελέτη περίπτωσης βασίζεται απόλυτα σε ρεαλιστικά στοιχεία από πρωτογενή έρευνα και όπως κάθε αληθινή επιχείρηση είναι δυναμική και σε εξέλιξη. Συνεπώς δεν υπάρχουν σωστές και λάθος αλλά καλές και κακές απαντήσεις. Άλλωστε τα γνωστικά αντικείμενα της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας δεν διέπονται από απόλυτους επιστημονικούς κανόνες άμεσα επαληθεύσιμους. Η βιβλιογραφία των τελευταίων είκοσι χρόνων είναι ιδιαίτερα χρήσιμη αλλά μέσα από διαδραστικές διαλέξεις, ομαδικές συζητήσεις και έρευνα ο οδηγός σπουδών δύναται να εμπλουτιστεί. Ο εκπαιδευτής θα πρέπει να κατευθύνει τους εκπαιδευόμενους, στηριζόμενος στον οδηγό και στην σύγχρονη

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

βιβλιογραφία να φανταστούν τον εαυτό τους στη θέση του επιχειρηματία και να προτείνουν οι ίδιοι τις λύσεις που νομίζουν ότι αρμόζει στην περίπτωση.

Ερωτήσεις και Απαντήσεις

Απάντηση στο ερώτημα 1:

Καινοτομία είναι η διαδικασία μετατροπής μιας εφεύρεσης ή ανακάλυψης σε προϊόν που θα διατεθεί στην αγορά ή σε μία νέα διαδικασία παραγωγής η οποία οδηγεί σε βελτιώσεις στην παραγωγή του προϊόντος ή της υπηρεσίας με κύρια αποτελέσματα τη μείωση του κόστους παραγωγής, την αύξηση της παραγωγικότητας και τη μείωση του χρόνου παραγωγής μίας μονάδας προϊόντος. Μία εφεύρεση ή ανακάλυψη δεν θεωρείται καινοτομία εάν δεν εμπεριέχει την επιτυχημένη εμπορική της εκμετάλλευση.

Το 1957 ο Robert Solow (Ρόμπερτ Σόλοου) σε μια ανάλυση των παραγόντων που επηρεάζουν το εθνικό εισόδημα των ΗΠΑ έδειξε ότι αυτό επηρεαζόταν πολύ περισσότερο από τη νέα τεχνολογία παραγωγής παρά από παράγοντες όπως το κεφάλαιο και η εργασία. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με τον κυρίαρχο ρόλο που κατέχει η νέα τεχνολογία στην κερδοφορία των επιχειρήσεων, έστρεψε μεγάλο μέρος του ενδιαφέροντος της οικονομικής επιστήμης στην ανάλυση του τρόπου με τον οποίο δημιουργείται νέα τεχνολογία παραγωγής, καθώς και του τρόπου με τον οποίο οι επιχειρήσεις υιοθετούν καινοτομίες. Ο διάσημος αυστριακός οικονομολόγος Joseph Schumpeter ήταν από τους πρώτους που ερεύνησε την έννοια της καινοτομίας και τη διέκρινε από την έννοια της εφεύρεσης. Πιο συγκεκριμένα τώρα, χώρισε τη διαδικασία της καινοτομίας σε τρία βασικά μέρη.

Το πρώτο μέρος περιλαμβάνει τη βασική έρευνα (που συνήθως πραγματοποιείται σε πανεπιστήμια ή σε ανάλογα ερευνητικά εργαστήρια). Το αποτέλεσμα της βασικής έρευνας είναι η εφεύρεση. Ως εφεύρεση ορίζεται η νέα ιδέα ή το νέο σχέδιο που μπορεί να οδηγήσει σε ένα νέο προϊόν ή σε μια βελτίωση σε ένα ήδη υπάρχον προϊόν. Το δεύτερο μέρος περιλαμβάνει την εφαρμοσμένη έρευνα. Στο στάδιο αυτό, η εφεύρεση μετατρέπεται σε ένα νέο προϊόν ή σε μια νέα διαδικασία παραγωγής, τα οποία μπορούν να διατεθούν στην αγορά. Ουσιαστικά, στο στάδιο αυτό

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

δημιουργείται η καινοτομία. Αυτή ουσιαστικά περιλαμβάνει τη διαδικασία μετατροπής μιας επιτυχημένης ιδέας σε ένα νέο προϊόν ή σε μια νέα διαδικασία παραγωγής. Το τρίτο στάδιο περιλαμβάνει τη διάχυση της καινοτομίας στις υπόλοιπες επιχειρήσεις. Με άλλα λόγια οι υπόλοιπες επιχειρήσεις αντιγράφουν το επιτυχημένο προϊόν ή την επιτυχημένη διαδικασία παραγωγής που επιτεύχθηκε με τη χρήση της καινοτομίας. Δεν είναι εύκολη η μετατροπή μιας εφεύρεσης σε καινοτομία και επίσης πολλές φορές δεν είναι εύκολη η χρήση της καινοτομίας από τους ανταγωνιστές. Η διαδικασία μετάβασης από τη βασική στην εφαρμοσμένη έρευνα –από την εφεύρεση στην καινοτομία– περιλαμβάνει όλα εκείνα τα βήματα που θα μετατρέψουν τη νέα ιδέα σε επιτυχημένο προϊόν. Δεν είναι σίγουρο ότι όλες οι εφευρέσεις μπορούν να γίνουν επιτυχημένες καινοτομίες, ενώ από την άλλη δεν είναι σίγουρο ότι όλες οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις καινοτομίες.

Παράλληλα, η μετατροπή της εφεύρεσης σε καινοτομία περιλαμβάνει την εξέταση μιας σειράς παραγόντων που σχετίζονται κυρίως με την αγορά στην οποία δραστηριοποιείται η επιχείρηση καθώς και με τη θέση της επιχείρησης στη συγκεκριμένη αγορά. Οι παράγοντες αυτοί περιλαμβάνουν κυρίως: τα ειδικά χαρακτηριστικά της εφεύρεσης και το κατά πόσο αυτά μπορούν να διατηρηθούν κατά τη διαδικασία μαζικής παραγωγής του προϊόντος ή μαζικής χρήσης της νέας τεχνολογίας παραγωγής, τη ζήτηση των καταναλωτών τόσο για το προϊόν όσο και για τα ανταγωνιστικά του, τα υποκατάστατα προϊόντα των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων και το μέγεθος της αγοράς. Η προσεκτική εξέταση των παραπάνω παραγόντων μπορεί να δείξει αν μια επιτυχημένη εφεύρεση μπορεί να μετατραπεί σε εξίσου επιτυχημένη καινοτομία. Για παράδειγμα, αν η εφεύρεση δεν μπορεί να διατηρήσει τα βασικά χαρακτηριστικά της κατά τη μαζική διαδικασία παραγωγής του νέου προϊόντος, είναι σίγουρο πως δεν θα είναι προς όφελος της επιχείρησης η προώθηση μιας τέτοιας διαδικασίας. Παράλληλα, αν η ζήτηση για το νέο προϊόν προβλέπεται ότι θα είναι πολύ μεγάλη ενώ ο ανταγωνισμός από παρόμοια προϊόντα θα είναι μικρός, τότε η επιχείρηση έχει ένα σημαντικό κίνητρο για να προωθήσει την καινοτομία. Πράγματι, η καινοτομία μπορεί να πάρει διάφορες μορφές. Οι δύο κυριότερες μορφές σχετίζονται με τις επιθετικές και τις αμυντικές καινοτομίες ενώ ακολουθούν οι μιμητικές και οι εξαρτημένες καινοτομίες.

Επιχειρηματικότητα είναι η προσεκτική ανάλυση (πως, από ποιον και με τι επιπτώσεις) της διαδικασίας ανακάλυψης ευκαιριών, της αξιολόγησης και

της αξιοποίησης τους. Ο όρος «επιχειρηματικότητα» περιλαμβάνει το σύνολο των δραστηριοτήτων που στοχεύουν στη διάθεση στην αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών και εμπεριέχει αβεβαιότητα για το τελικό αποτέλεσμα της προσπάθειας του επιχειρηματία. Οι πόροι είναι τα μέσα που απαιτείται να χρησιμοποιηθούν, ώστε η ιδέα του επιχειρηματία να μη μείνει μόνο σκέψη, αλλά να γίνει πράξη.

Απάντηση στο ερώτημα 2:

Επιχειρηματική ευκαιρία είναι η δυνατότητα του επιχειρηματία να ικανοποιήσει μια νέα ανάγκη που εμφανίζεται στην αγορά. Απαιτείται ο δημιουργικός συνδυασμός πόρων ή ικανοτήτων, ώστε να παραχθεί ένα καλύτερο προϊόν, που θα καλύπτει τη νέα ανάγκη της αγοράς. Η ουσία της διαδικασίας εντοπισμού επιχειρηματικών ευκαιριών επικεντρώνεται στον προσδιορισμό μιας ανάγκης της αγοράς. Το παιχνίδι του εντοπισμού αυτού (δηλ. του προσδιορισμού της ανάγκης, σε συνδυασμό με τον προσδιορισμό της λύσης) είναι σύνθετο, γιατί οι ανάγκες μπορεί να είναι άγνωστες, όπως και ο τρόπος κάλυψής τους. Όσο η ανάγκη και η λύση είναι άγνωστες και ο επιχειρηματίας έχει προσδιορίσει μια ανάγκη και έχει βρει τη λύση, τόσο είναι βέβαιο πως θα έχει μια επιτυχημένη επιχειρηματική προσπάθεια.

Υπάρχουν διαφορετικές μορφές επιχειρηματικών ευκαιριών βάσει της λύσης που προτείνουν και της ανάγκης που ικανοποιούν: τα «όνειρα», την «επίλυση ενός προβλήματος», τη «μεταφορά της τεχνολογίας», και τη «δημιουργία της επιχείρησης».

Η «επιχειρηματική ευκαιρία» θα αξιοποιηθεί ανάλογα με τον βαθμό εγρήγορσης και αντίδρασης του επιχειρηματία στη νέα πληροφορία, τη γνώση και τις πληροφορίες που κατέχουν ορισμένοι επιχειρηματίες και το γεγονός ότι δεν τις έχουν οι άλλοι την ίδια στιγμή, την τυχαία ανακάλυψη αλλά και την ανακάλυψη που προέρχεται από συνειδητή έρευνα, τα επιχειρηματικά δίκτυα, και τα προσωπικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία.

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Ο βαθμός κινδύνου που είναι πρόθυμος να αναλάβει ο επιχειρηματίας, είτε στο στάδιο σχεδιασμού της επένδυσης είτε σε εκείνο της υλοποίησής της είναι ένας καθοριστικός παράγοντας.

Κάθε επιχειρηματική ευκαιρία δεν γίνεται αντιληπτή από όλους τους επιχειρηματίες, γιατί δεν έχουν όλοι την ίδια πληροφόρηση την ίδια στιγμή. Η γνώση που βοηθά στην αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών έχει να κάνει και με την προηγούμενη γνώση που έχουν οι επιχειρηματίες για την αγορά γενικότερα. Οι πηγές για νέες ευκαιρίες προέρχονται από την ανάλυση της αγοράς σχετικά με τους πελάτες, τους ανταγωνιστές και τους προμηθευτές σε συνδυασμό με το περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργεί η επιχείρηση.

Η αναγνώριση της ευκαιρίας είναι το στάδιο όπου οι επιχειρηματίες συνειδητοποιούν κάποια νέα ανάγκη και επιχειρούν να την παντρέψουν με ορισμένους παραγωγικούς πόρους. Κατόπιν στο στάδιο της ανάπτυξης οι επιχειρηματίες προσδιορίζουν με λεπτομερή τρόπο τη νέα ανάγκη, βεβαιώνονται αν υπάρχουν παρόμοια προϊόντα που την καλύπτουν και καθορίζουν τους πιθανούς καταναλωτές στους οποίους θα απευθύνεται το νέο προϊόν. Τέλος το στάδιο της αξιολόγησης περιλαμβάνει αφενός τα επιθυμητά αναμενόμενα κέρδη και την επιθυμητή απόδοση αφετέρου το κατά πόσο η ιδέα είναι κατάλληλη για τους ίδιους. Τα κριτήρια αυτά δεν είναι ίδια για όλους τους επιχειρηματίες και η ίδια ιδέα μπορεί να απορριφθεί ή να αναληφθεί από έναν επιχειρηματία, ανάλογα με τα κριτήρια που έχει θέσει ο καθένας.

Υπάρχει ένα ερώτημα που παρόλη την έρευνα και την πλούσια βιβλιογραφία τα τελευταία χρόνια ακόμα δεν φαίνεται να έχει απαντηθεί πλήρως. Είναι η επιχειρηματικότητα ένα έμφυτο ταλέντο ή είναι κάτι που μαθαίνεται. Αναμφίβολα κάποιες αρχές και τεχνικές της επιχειρηματικότητας μπορούν να διδαχτούν, αλλά σε μεγάλο βαθμό επίσης η επιχειρηματική δράση επηρεάζεται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τα προσωπικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία. Τι είδους άνθρωποι γίνονται επιχειρηματίες; Γιατί το κάνουν; Ποιό είναι το κίνητρό τους; Πως παίρνουν τις αποφάσεις τους;

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Οι έρευνες δείχνουν ότι πολλοί πετυχημένοι επιχειρηματίες διακατέχονται από την ανάγκη επίτευξης υψηλών στόχων, η οποία μας εξηγεί ότι ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει προσωπική ευθύνη για τις αποφάσεις που παίρνει καθώς και ένα μετρημένο επίπεδο κινδύνου που βασίζεται στην ικανότητά του να τον διαχειριστεί χωρίς να τον αφήνει στην τύχη. Επίσης από ένα αίσθημα αυτοπεποίθησης όπου ο επιχειρηματίας νοιώθει πως μπορεί στα πλαίσια των δραστηριοτήτων που έχει αναλάβει να ελέγχει τα πάντα και να μην επηρεάζεται από την πιθανότητα ύπαρξης «δυσμενών συνθηκών».

Πολλοί συνδέουν την επιχειρηματικότητα με την δημιουργικότητα. Τον μη συμβιβασμό δηλαδή με μια συγκεκριμένη και «τυποποιημένη» διαδικασία. Με μια συνεχή αναζήτηση αλλαγής. Άλλα προσωπικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία είναι η ανάγκη για ανεξαρτησία και αυτονομία» καθώς επίσης και η σχέση του με το ρίσκο και τάση ανάληψης κινδύνου.

Μεγάλοι κοινωνιολόγοι και ψυχολόγοι έχουν ασχοληθεί με το ζήτημα και οι περισσότεροι καταλήγουν ότι οι παράγοντες που επηρεάζουν το μυαλό του επίδοξου επιχειρηματία είναι κατά κύριο λόγο επίκτητοι και πολύ λιγότερο έμφυτοι.

Απάντηση στο ερώτημα 3:

Στις μέρες μας είναι πολύ πιο εύκολο για μία τοπική εταιρεία να γίνει διεθνής. Πρώτον με το διαδίκτυο έχει γίνει πολύ φτηνότερη και άμεση η δυνατότητα προβολής και πρόσβασης σε πελάτες. Επίσης, με την παγκοσμιοποίηση αλλά και την χρήση νέων τεχνολογιών η ίδρυση εταιρειών σε άλλες χώρες, αλλά ακόμα και οι απλές εμπορικές συναλλαγές έχουν απλοποιηθεί. Σήμερα μια νέα εταιρεία σε μια μικρή χώρα έχει την δυνατότητα μέσω μίας ιστοσελίδας, της καλής τοποθέτησης στις μηχανές αναζήτησης και της καλής χρήσης των κοινωνικών δικτύων να στήσει ένα παγκόσμιο πλάνο προβολής.

Υπάρχουν πολλοί τρόποι διαφοροποίησης πέρα από την τιμή ανάλογα με την υπηρεσία και το προϊόν που προσφέρεται. Μέσω της εξειδίκευσης μπορεί κανείς να απευθυνθεί σε μία πολύ μικρή και συγκεκριμένη αγορά στόχο. Επίσης, διαφοροποίηση μπορεί να γίνει μέσω του σχεδιασμού branding και της διακριτής εταιρικής ταυτότητας.

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Απάντηση στο ερώτημα 4:

Η εταιρεία εκμεταλλεύτηκε μία νέα αγορά και την πρόλαβε στη γέννησή της. Ο ιδρυτής αντί να καθίσει και να απολαύσει τα έτοιμα έδειξε εγρήγορση, επέλεξε έναν νέο τομέα τεχνολογίας ο οποίος δεν έχει πάρει ακόμα τόση δημοσιότητα και πήρε ένα σημαντικό ρίσκο επενδύοντας σε ένα εργοστάσιο παραγωγής σε μία τρίτη χώρα και σε έναν τομέα δραστηριοποίησης τον οποίο δεν κατείχε. Κλειδί της επιτυχίας τους υπήρξε η εκμετάλλευση της δυνατής επωνυμίας κάποιων πρώτων πελατών τους οποίους προσέγγισαν μέσω της προσφοράς δωρεάν ολόκληρων μελετών βιωσιμότητας. Οι επώνυμοι πελάτες έφεραν και άλλους πελάτες και βοήθησαν στην ανάπτυξη εξειδικευμένων προιόντων.

Η εταιρεία Optocore τώρα δέχεται πιέσεις και από πάνω και από κάτω. Στην πραγματικότητα δεν μπορεί ήδη να ανταγωνιστεί σε κόστος τους φτηνούς κατασκευαστές και στο μέλλον θα δυσκολευτεί να ανταγωνιστεί σε πόρους και σε προβολή τους παραδοσιακούς μεγάλους ομίλους φωτισμού. Προκειμένου να παραμείνει ανταγωνιστική θα πρέπει ή να καταφέρει να καινοτομήσει ξανά μέσω κάποιων νέων προϊόντων ή να διαφοροποιήσει το επιχειρηματικό της μίγμα.

Η μετατροπή της σε εταιρεία ESCO έχει ρίσκο γιατί αυτού του τύπου οι εταιρείες είναι σχετικά νέες και στις περισσότερες αγορές του κόσμου η αγορά της ενέργειας είναι σύνθετη και όχι πλήρως απελευθερωμένη. Ακόμα και η νομική μορφή τους βρίσκεται υπό εξέταση. Επίσης απαιτεί συμμαχίες με τράπεζες ή προσβάσεις σε μεγάλα επενδυτικά σχήματα.

Απάντηση στο ερώτημα 5:

Η επιχειρηματικότητα και ο επιχειρηματίας επηρεάζονται από παράγοντες κοινωνικούς, οικονομικούς και πολιτιστικούς. Αυτοί προσδιορίζουν μια σειρά κανόνων που συγκροτούν τις βασικές αρχές και αξίες της κοινωνίας, μέσα στην οποία δραστηριοποιείται ένας επιχειρηματίας.

Η οικονομία χαρακτηρίζεται από εναλλασσόμενες περιόδους οικονομικής άνθησης και οικονομικής ύφεσης. Στις περιόδους οικονομικής άνθησης ευνοείται η δημιουργία νέων επιχειρήσεων. Αντίθετα, σε περιόδους

οικονομικής ύφεσης παρατηρείται αύξηση των αποτυχιών. Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία από τις χώρες της Ε.Ε. και τις ΗΠΑ, οι νέες επιχειρήσεις είναι σε γενικές γραμμές πιο ευάλωτες από τις ωριμότερες. Είναι δύσκολο να έχουμε βάσιμα στοιχεία για τις επιχειρηματικές αποτυχίες και για αυτό το λόγο βασιζόμαστε σε στοιχεία πτωχεύσεων και διακοπής λειτουργίας των επιχειρήσεων.

Παράλληλα όμως λόγοι κοινωνικοί, πολιτικοί και τεχνολογικοί μπορούν να ευνοήσουν την ανάπτυξη ή και την εξαφάνιση συγκεκριμένων επαγγελματικών κλάδων. Η ιστορία είναι γεμάτη από παραδείγματα επαγγελμάτων που εξαφανίστηκαν. Ποιος χρειάζεται σήμερα τελάληδες ή μαουνιέρηδες; Από την άλλη, κλάδοι ανθηροί σήμερα όπως η κινητή τηλεφωνία, η αγορά λογισμικού, η πράσινη ενέργεια σχεδόν δεν υπήρχαν πριν τριάντα χρόνια.

Η συνεχής έρευνα αγοράς και η εγρήγορση προφυλάσσει έναν επιχειρηματία από μια ενδεχόμενη αποτυχία. Είναι αναγκαίο και ταυτόχρονα πολύ χρήσιμο για έναν επιχειρηματία να θεωρήσει τις περιβαλλοντικές δυνάμεις που τον έχουν επηρεάσει καθώς και τον βαθμό στον οποίο συντελούνται οι αλλαγές οι οποίες πιθανώς να τον επηρεάσουν στο μέλλον.

Οι περισσότεροι επιχειρηματίες ασχολούνται με παράγοντες που είναι στον άμεσο έλεγχο της επιχείρησης όπως η έλλειψη ικανοποιητικής ταμειακής ροής, η στασιμότητα, ο ανταγωνισμός, η κακή διαχείριση, η έλλειψη σχεδιασμού κτλ. Όσο σημαντικοί είναι αυτοί οι παράγοντες εξίσου σημαντική είναι και η ανάλυση του περιβάλλοντος. Οι πολιτικοί, οικονομικοί, κοινωνικοί και τεχνολογικοί παράγοντες (macro-environment) οι οποίοι συνεχώς μεταβάλλονται επηρεάζουν τις εναλλακτικές δυνατότητες δράσης στην αντιμετώπιση των προβλημάτων που θα προκύψουν στην πορεία.

Για να αποφύγουν οι επιχειρηματίες την λεγόμενη μη μετρήσιμη αβεβαιότητα θα πρέπει συνεχώς να ενημερώνονται. Αυτό γίνεται με την έρευνα αγοράς, αλλά και με το συστηματικό διάβασμα, καθώς επίσης και με συζητήσεις αλλά και συμμετοχή σε συναντήσεις ή συνέδρια. Για παράδειγμα ποια προϊόντα θα επηρεάσει η νανοτεχνολογία στο μέλλον;

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Ποιό το μέλλον της έντυπης επικοινωνίας (βιβλία, περιοδικά κτλ.) μετά τα tablets; Πως θα επηρεάσει η σύγχρονη βιοτεχνολογία τα συστήματα υγείας; Ποιες είναι οι πιο σημαντικές τεχνολογικές ανακαλύψεις της χρονιάς; Σημαντικά περιοδικά και πανεπιστήμια κάθε χρόνο δημοσιεύουν ανάλογα στοιχεία και εκθέσεις.

Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΣΠΑ 2007-2013
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης