Το περιβάλλον και η επιχειρηματικότητα. Δημόσιες Πολιτικές για τη στήριξη της επιχειρηματικής δράσης: Ένα γενικό πλαίσιο

Σκοπός του κεφαλαίου

Προσδοκώμενα αποτελέσματα

Έννοιες – κλειδιά

4.1 Εισαγωγή

4.2 Από τους κλασικούς στον Marx: Ο επιχειρηματίας ως καπιταλιστής

4.3 Ο επιχειρηματίας στην αμερικανική θεσμική σχολή: Από τον καπιταλιστή-κοινωνικό παράσιτο (Veblen) στο διαχωρισμό ιδιοκτησίας και ελέγχου (Berle & Means)

4.4 Η νεοκλασική σχολή: ο επιχειρηματίας ως διαχειριστής

4.5 Schumpeter: Ο επιχειρηματίας-καινοτόμος ως το αντίθετο του διαχειριστή

Μελέτη περίπτωσης

Σύνοψη

Βιβλιογραφία

Συγγραφέας κεφαλαίου

Γεώργιος Τσομπάνογλου, Αν. Καθηγητής, Τμήμα Κοινωνιολογίας

Σκοπός του κεφαλαίου

Βασικός στόχος του κεφαλαίου αυτού είναι η εισαγωγή στα βασικά θέματα που αφορούν τη πορεία και εξέλιξη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Πιο συγκεκριμένα, στο κεφάλαιο αυτό θα προσπαθήσουμε να δώσουμε μια σύντομη εικόνα για την έννοια, τα βασικά στοιχεία, την διαχρονική ανάλυση και τις κυριότερες δραστηριότητες της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Περαιτέρω θα εξετάσουμε, τους βασικούς άξονες, τα κοινωνικό-οικονομικά αποτελέσματα και τις επιπτώσεις από την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, όπως στην ανταγωνιστικότητα, στην παραγωγική διαδικασία, και στην αποτελεσματικότητα.

Προσδοκώμενα αποτελέσματα

Μετά το τέλος του κεφαλαίου αυτού θα έχετε τη δυνατότητα να:

- Κατανοήσετε τα βασικά σημεία, χαρακτηριστικά και τα αποτελέσματα για την ανάπτυξη και εξέλιξη της Ελληνικής επιχειρηματικότητας
- Γνωρίσετε το πλαίσιο δράσης της Ελληνικής επιχειρηματικότητας διαχρονικά και διασυγκριτικά
- Γνωρίσετε το βασικό πλαίσιο και τις κοινωνικό-οικονομικές επιπτώσεις από την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα
- Κατανοήσετε την σημασία και τις επιπτώσεις της επιχειρηματικότητας στην παραγωγική διαδικασία και στις μορφές των επιχειρήσεων
- Κατανοήσετε τις δυνατότητες και τις προοπτικές ανάπτυξης της Ελληνικής επιχειρηματικότητας

Έννοιες-κλειδιά

- Ανταγωνιστικότητα
- Κοινωνικές επιπτώσεις επιχειρηματικότητας
- Αποτελεσματικότητα
- Οικονομικές επιπτώσεις επιχειρηματικότητας
- Δια-χρονική ανάλυση επιχειρηματικότητας
- Δια-συγκριτική ανάλυση επιχειρηματικότητας
- Ανάπτυξη

4.1 • *Εισαγωγή*

Τα τελευταία χρόνια έχουν παρατηρηθεί σημαντικές αλλαγές στις περιφερειακές αναπτυξιακές πολιτικές των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αυτές οι αλλαγές αφορούν κυρίως στις διάφορες αναθεωρήσεις της περιφερειακής πολιτικής, στην αναθεώρηση των Διαρθρωτικών Ταμείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε.), στην ενδυνάμωση των περιφερειακών αναπτυξιακών πολιτικών, στην στρατηγική για την απασχόληση, και στις διαδικασίες παγκοσμιοποίησης και τεχνολογικών αλλαγών. Στα πλαίσια αυτών των εξελίξεων, η Ε.Ε. προσπαθεί να διασφαλίσει μια οικονομικά αποδοτική και περιβαλλοντολογικά βιώσιμη περιφέρεια και να δώσει το έναυσμα για μια οικονομική διαφοροποίηση καθώς και για μία ολοκληρωμένη ανάπτυξη. Οι πρόσφατες και οι μελλοντικές εξελίξεις στην περιφερειακή πολιτική και συγκεκριμένα η μείωση στα μέτρα στήριξης της αγοράς δεν αναμένονται να επηρεάσουν εξίσου όλες τις Ευρωπαϊκές περιοχές. Οι πιο κεντρικές περιφέρειες και οι περισσότερο ανεπτυγμένες περιοχές οι οποίες χαρακτηρίζονται από μία σχετική γειτνίαση με τις αγορές προϊόντων και εισροών και από μια διαφοροποιημένη οικονομική βάση, δεν μπορούν πράγματι να συνδεθούν με μία ενδεχόμενη σημαντική αναπτυξιακή πτώση ή υποβάθμιση. Αντιθέτως, οι πιο απομακρυσμένες περιφέρειες που χαρακτηρίζονται από πληθυσμιακή εγκατάλειψη, ανεπαρκείς υποδομές και υψηλού βαθμού εξάρτηση από την γεωργία έχουν την τάση να εκδηλώνουν σημαντικές μεταρρυθμίσεις (Tsobanoglou στο Tsobanoglou, 2010). Η υπανάπτυξη των μειονεκτικών περιοχών προσδιορίζεται από διάφορες ενδείξεις ενώ προκαλεί μία σειρά σοβαρών προβλημάτων. Στις συγκεκριμένες περιοχές, η ανάγκη για οικονομική διαφοροποίηση και ολοκληρωμένη ανάπτυξη είναι ακόμη πιο έντονη αφού η αγροτική μεταρρύθμιση αναμένεται να διαφοροποιήσει τις ευκαιρίες απασχόλησης στην περιφέρεια και τον γεωργικό τομέα. Αφετέρου, νέες ευκαιρίες παρουσιάζονται συμπεριλαμβανομένης της αυξημένης ζήτησης για ψυχαγωγικές δραστηριότητες και για ποιοτικά προϊόντα του κλάδου μεταποίησης τροφίμων (Barbosa et al, στο Τσομπάνογλου, 2008).

Οι παραδοσιακές προσεγγίσεις όσον αφορά στην ανάπτυξη των μειονεκτικών Ευρωπαϊκών περιοχών της υπαίθρου έχουν επικεντρωθεί στην έρευνα/ανάλυση των βασικών περιβαλλοντολογικών και οικονομικών αδυναμιών ή περιορισμών. Αυτό επιτεύχθηκε με την ανακάλυψη εκείνων των παραγόντων που οδηγούν στην απομόνωση και ταυτόχρονα παρέχουν τα συμβατικά εργαλεία ανάπτυξης (Τσομπάνογλου, 2007: Tsobanoglou, 2010). Η δημιουργία ανταγωνιστικών επιχειρήσεων, ιδιαίτερα στον

δευτερογενή και στον τριτογενή τομέα αποτελεί τεκμηριωμένη λύση στα προκαλούμενα από την αναμενόμενη αγροτική μεταρρύθμιση προβλήματα οργάνωσης. Η κινητοποίηση των τοπικών πόρων έτσι ώστε να ενισχυθεί το συγκριτικό πλεονέκτημα, η τοπική επιχειρηματικότητα και η καινοτομία αποτελούν αναπτυξιακές στρατηγικές οι οποίες απαιτούν λεπτομερή εξέταση (Llambi, στο Τσομπάνογλου, 2007: Tsobanoglou, 2010). Τα τελευταία χρόνια, οι παράγοντες που ενισχύουν ή αποδυναμώνουν την επιχειρηματικότητα στην περιφέρεια έχουν αναλυθεί πολύ προσεκτικά μεταξύ άλλων (Llambi, στο Τσομπάνογλου, 2007: Jack & Anderson, 2002). Η επιστημονική έρευνα για την επιχειρηματικότητα στην ελληνική περιφέρεια θεωρείται σχετικά ελλιπής, συνεπώς μία βαθύτερη γνώση των διαδικασιών που την προάγουν ή την παρεμποδίζουν μπορεί να βοηθήσει.

4.2 • *Περιφερειακή καινοτόμος επιχειρηματικότητα για το περιβάλλον*

Η περιφέρεια μπορεί να προσφέρει ένα καινοτόμο επιχειρηματικό περιβάλλον μέσα στο οποίο οι επιχειρηματίες μπορούν να αναπτυχθούν αλλά και να έρθουν αντιμέτωποι με πολύ σοβαρές δυσκολίες. Ο Camagni (1991 : 1995) χρησιμοποίησε τον όρο καινοτόμο περιβάλλον για να περιγράψει τις περιοχές που διαθέτουν ένα περιβάλλον το οποίο συμβάλλει στην καινοτομία και χαρακτηρίζονται από το στοιχείο της τοπικής επιχειρηματικότητας. Όταν το επίπεδο της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας είναι υψηλό τότε δίνεται σημαντική ώθηση στην τοπική ανάπτυξη. Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του φυσικού, κοινωνικού και οικονομικού περιβάλλοντος της περιφέρειας θεωρούνται κυρίαρχοι παράγοντες δημιουργίας ευκαιριών για τοπική επιχειρηματικότητα και την καινοτομία αλλά και εμποδίων και αδυναμιών για την ανάπτυξη της τοπικής επιχειρηματικότητας. Η περιφέρεια και η επιχειρηματική διαδικασία διαμορφώνουν ένα πυκνό, πολύπλοκο και δυναμικό δίκτυο αμοιβαίων επιρροών. Θα εστιάσουμε στα χαρακτηριστικά γνωρίσματα της περιφέρειας που επιδρούν στην επιχειρηματική διαδικασία σε τρεις ομάδες: τους παράγοντες που διαμορφώνονται από το φυσικό περιβάλλον, τις κοινωνικές και τις οικονομικές δομές.

• Το φυσικό περιβάλλον

Τρία βασικά χαρακτηριστικά του φυσικού περιβάλλοντος επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την επιχειρηματικότητα: α) η χωροταξία β) οι φυσικοί πόροι και γ) το τοπίο. Η χωροταξία αναφέρεται στην απόσταση από τις αγορές και στην πρόσβαση στους καταναλωτές, στους προμηθευτές, στις πηγές πληροφόρησης και στους οργανισμούς και θεσμούς (Tsobanoglou στο

Tsobanoglou, 2010). Η απόσταση και η γειτνίαση με μεγάλα αστικά κέντρα επηρεάζει το κόστος μεταφοράς των εισροών/ εκροών και ταυτόχρονα έχει επιπτώσεις στην διάδοση των πληροφοριών και στην διάχυση των εργαλείων πολιτικής. Αυτό αποτελεί βασικό μειονέκτημα αφού παρεμποδίζει την λειτουργία των οικονομιών κλίμακας και την διάχυση νέων μορφών τεχνολογίας, συντελεί σε μη ανταγωνιστικό κόστος μεταβίβασης, και τέλος περιορίζει τις μετακινήσεις του εργατικού δυναμικού. Όλα τα ανωτέρω πλήττουν τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ μειονεκτικών περιοχών της υπαίθρου και των αστικών περιοχών καθώς και την ισορροπία μεταξύ παράδοσης, εκσυγχρονισμού και μετανάστευσης (Ruoss and Thompson,1999). Η απομόνωση μίας περιοχής επιδρά όχι μόνο σε διαφορετικές πλευρές της καινοτομίας αλλά και στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων καθώς και στην δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Ο Tsobanoglou στο Tsobanoglou, 2010, υποστηρίζει ότι οι πιο προσιτές περιοχές διαθέτουν οικονομικά, φυσικά και θεσμικά χαρακτηριστικά τα οποία διευκολύνουν την επιχειρηματική συμπεριφορά. Η ύπαρξη σημαντικών φυσικών πόρων, το κλίμα και το έδαφος σε συνδυασμό με το γενικότερο τοπίο της περιοχής επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα προσφέροντας ευκαιρίες για την περιβαλλοντολογικά ορθή χρήση αυτών των πόρων. Η απόσταση και η απομόνωση μπορεί να έχουν ευνοήσει την διατήρηση του περιβάλλοντος, μοναδικών τοπίων και βασικών παραδοσιακών μεθόδων παραγωγής αλλά όμως και την εγκατάλειψη.

Το κοινωνικό περιβάλλον

Το κοινωνικό κεφάλαιο, οι δομές διοίκησης καθώς και η πολιτιστική κληρονομιά θεωρούνται σημαντικοί κοινωνικοί παράγοντες οι οποίοι ασκούν αλλεπάλληλες επιρροές στην επιχειρηματικότητα. Η σύγχρονη εκδοχή του κοινωνικού κεφαλαίου αναφέρεται στα ποιοτικά χαρακτηριστικά της τοπικής κοινωνίας και επικεντρώνεται σε συγκεκριμένες κοινωνικές αξίες και κανόνες που ενισχύουν την συναδελφική συμπεριφορά, τα δίκτυα συνεργασίας και την πολιτική δραστηριότητα (Commins και Meredith, 2002: Coleman, 1988: Noya και Clarence, 2007: OECD, 1999: Fukuyama, 1995). Το κοινωνικό κεφάλαιο παρέχει επίσης έναν αρκετά χρήσιμο όρο για εκείνες τις πτυχές της κοινωνίας οι οποίες ενώ είναι δύσκολο να μετρηθούν, θεωρούνται καθοριστικοί παράγοντες της μακροχρόνιας οικονομικής επιτυχίας (Temple, 2001, Tsobanoglou στο Tsobanoglou 2010). Επίσης, οι Knack και Keefer (1997) χρησιμοποίησαν δείκτες εμπιστοσύνης και κανόνων πολιτικής αγωγής προκειμένου να απεικονίσουν δείκτες κοινωνικού κεφαλαίου σε ένα δείγμα είκοσι εννέα οικονομιών. Τα αποτελέσματά τους δείχνουν ότι αυτές οι διαστάσεις κοινωνικού κεφαλαίου είναι πιο ισχυρές σε χώρες με υψηλότερα και ισοκατανεμημένα εισοδήματα και με επίσημους θεσμούς που προστατεύουν την περιουσία και τα ιδοκτησιακά δικαιώματα. Οι Cooke και Wills (1999) υποστηρίζουν ότι για

ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό επιχορηγούμενων επιχειρήσεων στην Δανία, την Ιρλανδία και την Ουαλία η συσσώρευση κοινωνικού κεφαλαίου συνδεότανε με αυξημένη γνώση, καινοτομία και αποδοτικότητα της επιχείρησης.

Το κοινωνικό κεφάλαιο συνδέεται άμεσα τόσο με την λειτουργία της επιχείρησης όσο και με την ποιότητα της τοπικής αυτοδιοίκησης. Η συγκέντρωση βιομηχανικών κλάδων, η δικτύωση και η επικοινωνία δια μέσου άτυπων καναλιών καθώς και οι διασυνδέσεις μεταξύ επιχειρήσεων και θεσμών συμβάλλουν σε εμπιστοσύνη στην ανταλλαγή πληροφοριών και στην δόμηση του κοινωνικού κεφαλαίου (OECD, 2001: Τσομπάνογλου, στο Τσομπάνογλου, 2007). Ο Putnam (1993) ανέφερε ότι το κοινωνικό κεφάλαιο είναι μία αναγκαία προϋπόθεση όταν ερευνώνται οι συνθήκες για την εγκατάσταση αποδοτικών και αντιπροσωπευτικών κρατικών θεσμών. Πολύ συχνά, οι λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές της περιφέρειας είναι διαποτισμένες από τις πολιτιστικές παραδόσεις στις οποίες η κοινωνική εμπιστοσύνη, οι κανόνες αλληλεγγύης (δηλαδή η προθυμία των ανθρώπων να εργασθούν προς όφελος των άλλων), τα δίκτυα συνεργασίας και η εμπλοκή στην αυτοδιοίκηση, μπορεί να βρίσκονται στην σκιά λόγω αδυναμίας συγκρότησης τους. Μπορεί να έχουν μετατοπισθεί σε άλλους τόπους εθνικούς η διεθνείς. Ολόκληρες περιοχές της χώρας μας έχουν τέτοιες διασπορικές κοινότητες στην πρωτεύουσα η την συμπρωτεύουσα. Επίσης υπάρχουν υπερπόντιες κοινότητες σε όλο τον κόσμο όπως στη Γερμανία, Σουηδία, Κύπρο, Αγγλία, Αυστραλία, Καναδά, Νότια Αφρική και ΗΠΑ. Αυτές οι κοινότητες μπορούν να αναγνωσθούν ως μέλη των εγχωρίων κοινοτήτων και να αναγνωρισθεί η οικονομική τους σπουδαιότητα στην επιχειρηματική δράση στις κοινότητες αυτές. Δηλαδή εδώ έχουμε μια ανταλλαγή σχέσεων που πέρα από τα εμβάσματα, που είναι σημαντικά, έχει και σημαντική επίπτωση στον σχηματισμό τοπικού φυσικού κεφαλαίου με τη μορφή ξενοδοχείων, κατοικιών, εμβασμάτων, χορηγιών και δωρεών. Γενικά το κοινωνικό κεφάλαιο με τις σύνθετες μορφές του ως πολιτιστικού, εκπαιδευτικού, έχει και την φυσική του διάσταση ως φυσικό κεφάλαιο. Οι διασπορικές κοινότητες διαδραματίζουν ρόλο ενισχύοντας το σχηματισμό του τοπικού κοινωνικού κεφαλαίου με άδηλο τρόπο τις περισσότερες φορές. Η διερεύνηση αυτών των δικτύων μπορεί να αποδώσει τα μέγιστα σε πολιτικές που στοχεύουν στην βιώσιμη και ενδογενή επιχειρηματικότητα. Σε μια τέτοια σχέση δεν θα ήταν σωστό να μην αναφερθεί και το ανθρώπινο κεφάλαιο που επιστρέφει στον τόπο προέλευσης και που πολλές φορές έρχεται σε σύγκρουση με κυρίαρχες τοπικές δυνάμεις. Εδώ πρέπει να επισημανθεί ο ρόλος των υπερ-τοπικών διοικήσεων (ΟΤΑ, δήμοι, περιφέρειες, εκπαιδευτικά ιδρύματα) στην ρύθμιση αυτών των σχέσεων. Αυτή η περιοχή δεν έχει γίνει αντιληπτή από τις αναπτυξιακές διοικήσεις της χώρας οι οποίες δεν έχουν αναπτύξει ικανότητες πρόβλεψης δράσης (pro-active policy).

Σύμφωνα με τον Goodwin (1998) η τοπική διοίκηση στις περιοχές της περιφέρειας μπορεί να περιγραφεί ως ένα πολύπλοκο σύνολο θεσμών και πρωταγωνιστών που συγκεντρώνονται από την τοπική αυτοδιοίκηση, τις κυβερνητικές αρχές και φορείς και τους μη κυβερνητικούς οργανισμούς ως εξής: α) ένα πλέγμα ορίων και ευθυνών για την αποτελεσματική αντιμετώπιση κοινωνικών και οικονομικών ζητημάτων, β) τις σχέσεις δύναμης-εξουσίας μεταξύ θεσμών που εμπλέκονται σε συλλογική δράση γ) τις αυτόνομες πτυχές δικτύων μεταξύ κλάδων και γ) την υλοποίηση στόχων που έχουν ήδη τεθεί χωρίς την παρέμβαση από άμεση μορφή εξουσίας.

Η έννοια της διακυβέρνησης υπερβαίνει τις αρμοδιότητες των οργανισμών (ΟΤΑ) μίας περιοχής, διευθετώντας θέματα που σχετίζονται με την ικανότητά της να αντιπροσωπεύει περιοχές και οργανισμούς εκτός των ορίων της συγκεκριμένης περιοχής. Επίσης, αναπτύσσει συνδυαστικές στρατηγικές μεταξύ τοπικών εταίρων, οργανώνει συλλογικές δράσεις και θεμελιώνει συνασπισμούς και συνεταιρισμούς με συγκεκριμένους στόχους. Η υπερ-τοπική διακυβέρνηση, έχοντας την ικανότητα γενικού σχεδιασμού και κατανοώντας τα συγκριτικά πλεονεκτήματα των εκάστοτε περιοχών θέτει τις βάσεις για τον εθνικό καταμερισμό εργασίας και την σχέση του με τον Ευρωπαϊκό και αυτόν της ευρύτερης περιοχής της ΝΑ Ευρώπης, των Βαλκανίων, της Μαύρης Θάλασσας, Μεσογείου κτλ, κτλ. Η θέση αυτή (στον καταμερισμό εργασίας) βοηθά στην ανταγωνιστικότητα και την βιώσιμη επιχειρηματικότητα. Στηρίζει φυσικά και εκπαιδευτικές πολιτικές για την ανάδειξη τοπικών αναγκών σε ανταγωνιστικότητα. Εάν δεν υπάρξει υπερ-τοπικός μηχανισμός διεύθυνσης (steering) είναι πολύ δύσκολο οι διάφορες περιοχές να καταφέρουν από μόνες τους να συνεργασθούν και να γίνουν ανταγωνιστικές.

Οι κυρίαρχες γενικές προτάσεις για ανάγκη προώθησης της «εξωστρέφειας» και γενικά των εξαγωγών στην χώρα μας στηρίζεται μεταξύ άλλων και στην εκτίμηση ότι η εσωτερική αγορά στην Ελλάδα είναι μικρή, παραβλέποντας οργανωτικές διαστάσεις που ενισχύουν την τοπική επιχειρηματικότητα όπως είναι οι τοπικές δικτυώσεις (clusters) (Rosenfeld, 2002). Παραβλέπουν επίσης το γεγονός ότι η Ελληνική αγορά πρέπει να αναγνωρίσει ότι το μέγεθος της, σημαντικό για οικονομίες κλίμακας, εμπεριέχει, α) τον σημαντικό αριθμό επισκεπτών της χώρας, β) την διεύρυνση της εσωτερικής αγοράς με την ανάπτυξη πολιτικής υποκατάστασης εισαγωγών και γ) την ανάπτυξη των πολιτιστικών και οικονομικών σχέσεων με τις ελληνικές διασπορικές κοινότητες, στην Ευρώπη (Γερμανία και Αγγλία), Αμερική και Αυστραλία για εξαγωγές τροφίμων και άλλων 'πολιτιστικών προϊόντων'. Οι τοπικές δικτυώσεις επιφέρουν μια σημαντική μείωση του κόστους της επιχειρησιακής επιμόρφωσης των επιχειρήσεων όπου ασύμμετρες σχέσεις επηρεάζουν δραματικά τις λειτουργίες της αγοράς. Μηχανισμοί συνεργασίας βοηθούν στην συσσώρευση κοινωνικών συνδέσμων με κοινούς πολιτιστικούς κώδικες

Οι τοπικές αρχές, αντιπροσωπεύοντας την έννοια των νέων συσσωρευμένων δυνάμεων σε τοπικό επίπεδο, αποτελούν ένα από τα βασικά στοιχεία αυτού που μέχρι πρότινος έχει αναλυθεί ως «θεσμική ικανότητα» (Healy, 1997), «θεσμική πυκνότητα» (Amin, 1999), ή «μη εμπορεύσιμη αλληλεξάρτηση» (Storper, 1997). Ο τελευταίος όρος υποδηλώνει την αντίληψη ότι οι δραστηριότητες μίας επιχείρησης δεν αναλαμβάνονται ατομικά αλλά στοχεύουν στην δημιουργία άτυπων και επίσημων δικτύων πληροφόρησης, στην διαμόρφωση σχέσεων δια μέσου τοπικών αγορών εργασίας και στην διατύπωση κοινών κανόνων και συμπεριφορών για την ανάπτυξη υποδομών και την κατανόηση των διαδικασιών συσσώρευσης γνώσης και των clusters (Keeble et al, 1999 : Rosenfeld, 2002). Η έννοια της θεσμικής ικανότητας εκφράζεται με την οργάνωση σε τοπικό επίπεδο εταιρικών συμπράξεων (local partnerships) όπως έχει προωθήσει το πρόγραμμα Τοπική Ανάπτυξη της Απασχόλησης του ΟΟΣΑ (Local Economic Employment Development (LEED), (OECD, 1996) το οποίο και αναπτύχθηκε δυναμικά στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Αυτού του είδους οι τοπικές δυνάμεις δίνουν ώθηση στην επιχειρηματικότητα δημιουργώντας ένα επιχειρηματικό περιβάλλον το οποίο ευνοεί την καινοτομία και αμβλύνει τα εμπόδια τα οποία είναι και διοικητικής φύσεως. Κατ' αρχήν μειώνει το κόστος των συναλλαγών με την ομογενοποίηση και κοινωνικοποίηση του χώρου.

Τοπικοί επιχειρηματίες αλλά και επενδυτές πρέπει να λειτουργούν σε ένα περιβάλλον με ρυθμίσεις που εφαρμόζονται και δίκτυα που επιτρέπουν την σύνδεση με τις εσωτερικές αλλά και εξωτερικές αγορές. Αντιθέτως, η απουσία τέτοιων ρυθμίσεων μπορεί να καταστρέψει την επιχειρηματικότητα και τις επενδύσεις. Όπου ένα ισχυρό πλαίσιο κανονισμών υφίσταται, και λειτουργεί σε όλα τα επίπεδα οι διοικητικοί φορείς προωθούν την εθνική αναπτυξιακή διαδικασία. Υπό το πρίσμα της περιφερειακής ανάπτυξης των επιχειρήσεων, οι θεσμικοί συντελεστές μπορούν με οργανωμένες διοικήσεις, οι οποίες εάν έχουν δυνατή σύνδεση με εσωτερικές οργανωτικές δυναμικές (τοπικά επιχειρηματικά δίκτυα) μπορεί να αναδείξουν τους μοναδικούς περιφερειακούς παράγοντες που θεμελιώνουν τις επιχειρηματικές ευκαιρίες (niche περιοχές) (Τσομπάνογλου στο Τσομπάνογλου, 2007). Η οργανωτική βάση αυτής της πολιτιστικής «κεφαλαιοποίησης» σε περιφέρειες, όπου οι περιοχές είναι εμβληματικές πολιτιστικά, σε περιφερειακό, εθνικό αλλά και διεθνές επίπεδο, όπως στις περιπτώσεις της Ρόδου, Κερκύρας, Ολυμπίας, Δελφών, Μετεώρων, Επιδαύρου, Αθήνας, Μυστρά, Αγίου Όρους, οδήγησε στην τεκμηρίωση και αναγνώρισή τους ως Μνημείων της Παγκόσμιας Κληρονομιάς. Η τοπική ηγεσία στο μέτρο που έχει εταιρικό χαρακτήρα (partnership based) σε μια περιφέρεια έχει την δυνατότητα να προωθήσει και συγκροτήσει συνθήκες για ενδογενή ανάπτυξη και επιχειρηματικότητα όπως στην η περίπτωση της Ιρλανδίας (OECD, 2006).

Η διαδικασία αξιοποίησης τοπικών δυνατοτήτων έχει περιορισθεί στην χρήση τοπικής προστιθέμενης αξίας χρησιμοποιώντας τοπικές ποικιλίες, τοπικές πρώτες ύλες, ειδικές περιβαλλοντικές συνθήκες ή ακόμη και

εισροές ανθρώπινου δυναμικού και γνώσης. Ο τοπικός πολιτισμός αποτελεί μια κατ' εξοχή δυναμική περιοχή που με την οργάνωση του εθελοντισμού και την ενεργοποίηση της νεολαίας μέσω του αθλητισμού μπορεί να επιφέρει τοπική ανάπτυξη καινοτομίας και επιχειρηματικότητας. Η κοινωνικοποίηση που επιφέρει ο αθλητισμός κινητοποιεί την κοινότητα και μπορεί να αποτελέσει ένα σημαντικό πόλο τοπικής ανάπτυξης, όπως μπορεί ένα εμβληματικό μουσείο, η ανάδειξη της τοπικής κουζίνας, της τοπικής ιστορίας, τα μνημεία της φύσης και του ανθρώπινου πολιτισμού. Έχει υπογραμμισθεί ότι μία πιθανή αναπτυξιακή στρατηγική για απομακρυσμένες περιοχές βρίσκεται στην προαγωγή της τοπικής κουζίνας αλλά και την φυσική τους τεκμηρίωση (αρχεία, μουσεία, βιβλιοθήκες), σε υποδομές εκπαίδευσης πολιτισμού σε συνδυασμό με την οργάνωση και προώθηση πολιτιστικών δρώμενων όπως τα Φεστιβάλ κτλ. Το πολιτιστικό κεφάλαιο χρειάζεται να γίνει κατανοητό ότι συμβάλει στην ανάπτυξη στρατηγικής στα πλαίσια της ευρύτερης αγοράς ποιοτικών προϊόντων με ευδιάκριτη εδαφική, τοπική ή περιφερειακή ταυτότητα. Η προώθηση λοιπόν ενός τέτοιου προϊόντος μπορεί να επιτευχθεί δια μέσου της προώθησης περιφερειακών εικόνων πολιτισμού. Συσχετίζοντας τα προϊόντα με τις πολιτιστικές αγορές ή τις τοπικές εικόνες, όπως είναι οι πολιτιστικές παραδόσεις και γενικότερα η πολιτιστική κληρονομιά, αυξάνεται η αξία του προϊόντος επειδή οι καταναλωτές εξομοιώνουν συγκεκριμένες περιοχές με συγκεκριμένα προϊόντα. Φυσικά, θα πρέπει κανείς να γνωρίζει ότι οι ορισμοί του «τοπικού» θα πρέπει να δράσουν προς αστικά και μητροπολιτικά κέντρα προωθώντας την περιοχή όχι μόνο προς την διασπορική τους κοινότητα στην πρωτεύουσα αλλά και σε ένα ευρύτερο καταναλωτικό πλαίσιο με εθνικά πολιτιστικά χαρακτηριστικά. Το ίδιο φυσικά ισχύει και στην περίπτωση τέτοιων προϊόντων που εξάγονται σε χώρες προέλευσης τουριστών. Αυτό βέβαια δεν είναι έχει γίνει υλοποιήσιμος στόχος στην χώρα μας δεδομένου ότι η επιχειρηματικότητα στον αγροτικό τομέα δεν έχει αναπτυχθεί και συνδεθεί με τον τουριστικό τομέα στην χώρα μας. Αυτοί οι δύο στρατηγικοί τομείς επιχειρηματικής δράσης δυστυχώς δεν συνεργάσθηκαν για πολλούς και διαφόρους λόγους οδηγώντας στην ατροφία των συνεταιρισμών και στις μαζικές εισαγωγές τροφίμων πολλά από τα οποία στηρίζονται σε ελληνικές πρώτες ύλες, όπως οι χυμοί φρούτων, ελαιολάδου και ανθέων. Στην Ελλάδα, η πρόσφατη στροφή προς την βιολογική καλλιέργεια έχει προσφέρει ευκαιρίες για επιχειρηματική δραστηριότητα στην εσωτερική αγορά σε ένα δύσκολο οικονομικό περιβάλλον όπου οι εισαγωγές κυριαρχούν.

Το οικονομικό περιβάλλον

Οι επενδύσεις στις υποδομές, η ύπαρξη και η λειτουργία επιχειρηματικών δικτύων καθώς και το επίπεδο τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας που έχουν αναπτυχθεί σε μία συγκεκριμένη περιοχή αποτελούν ορισμένους παράγοντες οι οποίοι επιδρούν στην

επιχειρηματικότητα και οι οποίοι συνδέονται σε μεγάλο βαθμό με την οικονομική δραστηριότητα μιας περιοχής. Στις απομακρυσμένες περιοχές, η απομόνωση και κατ' επέκταση τα υψηλά κόστη μεταφοράς και μεταβίβασης έχουν παραδοσιακά επιβάλλει σημαντικούς φραγμούς στην εγκατάσταση ανταγωνιστικών επιχειρήσεων, διότι περιορίζεται η πρόσβαση όχι μόνο στους προμηθευτές αλλά και στους καταναλωτές και στις νέες αγορές (Tsobanoglou στο Tsobanoglou, 2010). Οι επιχειρήσεις λοιπόν που εγκαθίστανται σε αυτές τις περιοχές είναι λιγότερο ανταγωνιστικές συγκριτικά με τις αντίστοιχες των ημιαστικών ή αστικών περιοχών. Η υποδομή λοιπόν μπορεί να επηρεάσει την οικονομική αποδοτικότητα με τρεις τρόπους: 1) επεκτείνοντας την κλίμακα στη χρήση των υπαρχόντων πόρων, 2) προσελκύοντας πρόσθετους πόρους στις περιοχές της υπαίθρου και 3) καθιστώντας τις υπάρχουσες δραστηριότητες πιο παραγωγικές (Tsobanoglou στο Tsobanoglou, 2010). Ένα ικανοποιητικό επίπεδο φυσικών υποδομών μπορεί να προσελκύει νέες επιχειρήσεις ενώ το διευρυμένο επίπεδο οικονομικής δραστηριότητας μπορεί να προσφέρει ευκαιρίες απασχόλησης και να αυξήσει το περιφερειακό προϊόν. Οι επιχειρηματίες της περιφέρειας θεωρούν τις επενδύσεις στις φυσικές υποδομές ως ένα αναγκαίο χαρακτηριστικό γνώρισμα και μία ουσιαστική ανάγκη για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Φυσικά η βελτίωση της οργάνωσης των αναπτυξιακών πολιτικών και η αποκέντρωση της διαδικασίας λήψης των αποφάσεων αποτελεί για την χώρα μας ένα ευαίσθητο σημείο δείχνοντας το γεγονός ότι η τοπική επιχειρηματικότητα και η περιφερειακή πολιτική δεν είναι πάντα σε διάφανη σχέση. Ένα καλό μεταφορικό δίκτυο μπορεί να εκθέσει τις τοπικές οικονομίες των μειονεκτικών περιοχών σε πιέσεις από την εξωτερική αγορά. Βέβαια στην χώρα μας η δομή της αγοράς και ο ισχυρός ρόλος του εμπορευματικού κεφαλαίου (Kay, 1985 Ch. 5) κατάφερε να αποτρέψει την δημιουργία εύρωστων αγροτικών συνεταιρισμών διατηρώντας την στρατηγική του σχέση με τις τοπικές αγορές καταναλωτικών προϊόντων. Έτσι δημιουργήθηκε ένα περιβάλλον το οποίο δεν μπορεί να επιφέρει μείωση του κόστους διατροφής και σχετική ανάπτυξη της απασχόλησης στις αντίστοιχες συνεταιριστικές βιομηχανίες τροφίμων οι οποίες έχουν περιορίσει το μερίδιο τους στην εγχώρια αγορά. Εδώ η σύνδεση των παραγωγικών δικτύων της περιφέρειας με τις αστικές αγορές είναι αδύνατη σαν αποτέλεσμα ενός σύνθετου πλέγματος σχέσεων όπου τα εμπορικά δίκτυα των εισαγωγέων κατέχουν δεσπόζουσα θέση στην τροφοδοσία των πόλεων στη χώρα μας.

Ένα δίκτυο επιχειρήσεων αποτελεί μία δομή όπου ένας αριθμός κόμβων συνδέονται μεταξύ τους με συγκεκριμένες γραμμές. Τόσο οι γραμμές όσο και οι κόμβοι διαθέτουν πόρους, γνώσεις ως συνέπεια πολύπλοκων αλληλεπιδράσεων, προσαρμογών και επενδύσεων μεταξύ επιχειρήσεων. Επίσης, η επιχειρηματική δικτύωση είναι μία κοινωνική δομή η οποία υφίσταται μόνο εφόσον το άτομο κατανοεί και χρησιμοποιεί ένα δίκτυο (Woolcock, 1978: Castells, 2000: Chell & Baines, 2000). Άλλοι ορισμοί για τα επιχειρηματικά δίκτυα και την δικτύωση τείνουν να δώσουν έμφαση στο

ζήτημα των σχέσεων που δημιουργούνται μεταξύ των επιχειρήσεων. Υπό αυτό το πρίσμα, τα επιχειρηματικά δίκτυα ορίζονται ως 'ένα ολοκληρωμένο και συνδυασμένο σύνολο οικονομικών και μη-οικονομικών σχέσεων ενσωματωμένο μέσα στις επιχειρήσεις, μεταξύ επιχειρήσεων και εκτός αυτών' (Yeung, 1994). Τα δίκτυα και ό, τι τα περιβάλλει (πόροι, δράσεις, εργαλεία στήριξης) είναι χρήσιμα όταν πρόκειται να ιδρυθούν νέες επιχειρήσεις και συνεπώς τα κοινωνικά δίκτυα υποκινούν την επιχειρηματικότητα.

Οι άτυπες επιχειρηματικές αλληλεπιδράσεις βασίζονται στην αμοιβαία εμπιστοσύνη, στην φιλία και στις οικογενειακές σχέσεις. Όλα αυτά συγκροτούν το κοινωνικό κεφάλαιο (Woolcock, 1998: Putnam, 1993, 2000: Fukuyama, 2002). Το κεφάλαιο αυτό σχηματίζεται και χάριν της ενσωματωμένης σε ένα κοινωνικό πλαίσιο επιχειρηματικότητας η οποία διοχετεύεται, διευκολύνεται, περιορίζεται ή παρεμποδίζεται από την θέση που κατέχουν τα άτομα στα κοινωνικά δίκτυα (Woolcock, 1998 : Putnam, 1993) . Τα προσωπικά δίκτυα θεωρούνται κεντρικοί δίοδοι για την απόκτηση πρόσβασης σε πληροφορίες χρήσιμες, αποκλειστικές και ανεκτίμητης αξίας (Granovetter, 1974: 1983). Με την διατήρηση των προσωπικών σχέσεων, η εμπιστοσύνη μετατρέπεται σε απτό περιουσιακό στοιχείο (Kalantaridis, 1996). Το οικογενειακό δίκτυο είναι ένα ιδιόμορφο παράδειγμα κοινωνικού δικτύου που έχει μεγάλη βαρύτητα για την περιφέρεια αφού προσφέρει ηθική συμπαράσταση ενώ συχνά προμηθεύει την επιχείρηση με οικονομικούς πόρους και με εργατικό δυναμικό.

Είναι γνωστό ότι οι επιχειρήσεις μπορούν να ξεπεράσουν κάποια από τα μειονεκτήματά τους με το να προσεγγίζουν και να χρησιμοποιούν εξωγενείς πόρους σε ένα επιχειρηματικό δίκτυο (Hanves και Senneseth, 2001). Αυτό αφορά κυρίως στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις που αποτελούν την κύρια μορφή επιχείρησης στις μειονεκτικές και περιφερειακές περιοχές. Ένας αριθμός μελετών υποδεικνύουν ότι οι μικρού μεγέθους επιχειρήσεις με υψηλό βαθμό δικτύωσης εκτοπίζουν άλλες (Ostagaard και Birley, 1996) και επίσης διευκολύνουν την ανάπτυξη καινοτομιών (Freel, 2000). Η δικτύωση μπορεί να συμβάλλει στην επιβίωση των επιχειρήσεων και να διατηρήσει τους μακροχρόνιους στόχους των. Οι Hanves και Senneseth (2001) υποστηρίζουν ότι η δικτύωση δεν συνδέεται με την υψηλή αύξηση στην απασχόληση ή στις συνολικές πωλήσεις αλλά επηρεάζει το βαθμό γεωγραφικής επέκτασης για τις αγορές της επιχείρησης.

Στις επιχειρήσεις της περιφέρειας, ένα άλλο σημαντικό χαρακτηριστικό γνώρισμα των δικτύων αναφέρεται στην χωρική επέκταση της εμβέλειας των αγορών τους. Η ορολογία των κάθετων και οριζόντιων δικτύων είναι τυπική στην οργάνωση των επιχειρήσεων. Κάθετη δικτύωση σημαίνει την δικτύωση με επιχειρήσεις σε διαφορετικό στάδιο της αλυσίδας παραγωγής-διακίνησης-διάθεσης, ενώ οριζόντια δικτύωση σημαίνει την δικτύωση με

επιχειρήσεις στο ίδιο στάδιο της παραγωγής. Η χωροταξική διάσταση των όρων κάθετο και οριζόντιο δίκτυο πρωτοεμφανίστηκε στον Murdoch (2000). Με τον όρο «κάθετα δίκτυα» εννοούνται εκείνα τα οποία συσχετίζουν περιοχές της υπαίθρου στον αγρο-διατροφικό τομέα ενώ ο όρος «οριζόντια δίκτυα» αναφέρεται σε αυτά που συσχετίζουν περιοχές της υπαίθρου με διαδικασίες οικονομικής αλλαγής πιο γενικές και μη-αγροτικού χαρακτήρα. Βασιζόμενοι στην άποψη του Murdoch (2000) ότι δηλαδή η έννοια του δικτύου μπορεί να προσφέρει ένα νέο υπόδειγμα για την περιφερειακή και αγροτική ανάπτυξη, οι Kneafsey κ.α (2001) επαναπροσδιόρισαν τον ανωτέρω ορισμό και τον προσάρμοσαν σε ένα πλαίσιο οικονομίας πολιτισμού αποδίδοντάς του έναν χωροταξικό χαρακτήρα. Σύμφωνα λοιπόν με τους Kneafsey κ.α., (2001), τα κάθετα δίκτυα επιτρέπουν στις τοπικές επιχειρήσεις να δημιουργήσουν συμμαχίες με προμηθευτές, διανομείς, λιανικούς πωλητές, θεσμούς και εξωτερικά εγκατεστημένους καταναλωτές, ενώ θεωρούνται εξαιρετικής σημασίας για την μακροχρόνια ευημερία των περιφερειών. Εδώ έγκειται η σημασία των συνεταιριστικών επιχειρήσεων οι οποίες δημιουργούν τα δικά τους δίκτυα διακίνησης των προϊόντων τους μειώνοντας το όφελος των παραγωγών και των τελικών καταναλωτών. Τα προϊόντα αναφέρονται στις παραγωγικές δυνατότητες της περιοχής, τα παραδοσιακά αλλά και τα νέα που μπορεί να αναπτυχθούν. Τα οριζόντια δίκτυα παρέχουν διασυνδέσεις με τοπικούς παραγωγούς, θεσμούς και καταναλωτές ενισχύοντας την τοπική επιχειρηματικότητα σε μια συνέργια μεταξύ παραγωγής, διακίνησης και διάθεσης. Η ανάπτυξη αυτών των σταδίων στην παραγωγική διαδικασία επιφέρει οικονομίες κλίμακας στις συνεταιριστικές επιχειρήσεις στον στρατηγικό τομέα διατροφής Τα δίκτυα αγαθών αποτελούν μία ιδιόμορφη παραλλαγή των επιχειρηματικών δικτύων, επικεντρώνοντας το ενδιαφέρον τους σε ιστούς αλληλεξάρτησης που υφίστανται μεταξύ διαφορετικών φορέων (O'Neil και Whatmore, 2000). Τα δίκτυα αγαθών ενσωματώνουν κάθετες και οριζόντιες διαστάσεις της κίνησης αγαθών αντιμετωπίζοντας επιτυχώς προβλήματα που συνδέονται με αλυσίδες διανομής και προμήθειες όσο ποιο ενιαίο είναι το εταιρικό δίκτυο τόσο μεγαλύτερο το όφελος των τοπικών συνεταιρισμών (Murdoch, 2000). Οι αγροτο-βιομηχανικοί συνεταιρισμοί θεωρούνται ως οι κατ' εξοχήν επιχειρηματικές μορφές οργάνωσης που επιφέρουν μια πλήρη οικονομική σύνδεση παραγωγής, μεταποίησης, εμπορίας, διάθεσης, οργάνωση της κατανάλωσης, χρηματοδότησης και παροχής εκπαίδευσης σε όλα τα επαγγέλματα αυτής της διαδικασίας (Μπιρλιράκης στο Τσομπάνογλου, 2007; Μπιρλιράκης, στο Τσομπάνογλου, 2008). Η σύνδεση παραγωγής με την αγορά, και οι ενώσεις καταναλωτών οι οποίοι συνεταιρίζονται σε μέλη υπερ-αγορών (supermarket) αποτελεί την βιώσιμη λύση για βελτίωση της ανταγωνιστικότητας στην χώρα μας.

Είναι κοινά αποδεκτό ότι οι Τεχνολογίες Πληροφορικής & Επικοινωνιών (Info-communication) διαδραματίζουν έναν βασικό ρόλο στην στήριξη Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων σε μειονεκτικές περιοχές. Ο Storper (1997) διακρίνει τρεις βασικές νέες ικανότητες του σύγχρονου καπιταλισμού άμεσα

ή έμμεσα συνδεόμενες με την ανάπτυξη στις τεχνολογίες επικοινωνιών. Η πρώτη αφορά στην επαναστατική πρόοδο της παραγωγικής διαδικασίας καθώς και των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών επιτρέποντας μία μεγάλη διεύρυνση της λειτουργίας και του ελέγχου των επιχειρήσεων, των αγορών και των θεσμών. Η δεύτερη αναφέρεται στην επέκταση και στην κοινωνική διορατικότητα υπό την λογική των σχέσεων αγοράς ενώ διευκολύνεται από τις αλματώδεις τεχνολογικές εξελίξεις ιδιαίτερα από τις χαμηλότερες τιμές στις τηλεπικοινωνίες. Η τρίτη συνδυάζει τις συνέπειες των προηγούμενων δύο και αναφέρεται στην διεύρυνση των σύγχρονων οργανωτικών μεθόδων, των γραφειοκρατικών κανόνων και των επικοινωνιακών διαδικασιών καθώς επίσης και σε πρόσθετες πτυχές της οικονομικής και μη-οικονομικής ζωής. Οι Richardson και Gillespie (2000) εισηγήθηκαν ότι σε πολλές περιοχές της περιφέρειας, χαμηλότερα επίπεδα κινητικότητας και εκτίμησης των εναλλακτικών λύσεων έχουν καθιερώσει έναν περιορισμένο χώρο εμπορίας που χαρακτηρίζεται από υψηλότερα επίπεδα προστασίας συγκριτικά με τις περισσότερο ανταγωνιστικές και αστικές περιοχές. Η στρατηγική κίνηση προς την Κοινωνία της Πληροφορίας με σκοπό να αναπτυχθεί η «περιοχή που μαθαίνει» (Σταύρου στο Τσομπάνογλου, 2007 και Σταύρου στο Τσομπάνογλου, 2008) θα περιορίσει βαθμιαία τα όρια των τοπικών αγορών και θα εκθέσει την οικονομική δραστηριότητα σε μεγαλύτερο εξωτερικό ανταγωνισμό (Grimes, 2000 : 2001). Συνεπώς, οι γνωστικές ικανότητες των περιοχών της υπαίθρου θα αυξηθούν αφού θα βελτιωθεί η πρόσβαση στις σχετικές πληροφορίες (Σταύρου στο Τσομπάνογλου, 2007). Εδώ πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι η περιορισμένη κλίμακα δραστηριότητας των τοπικών αγορών εξαναγκάζει τους επιχειρηματίες της περιφέρειας να αναπτύσσουν καινοτόμα προϊόντα προκειμένου να ανταγωνιστούν τους ομόλογούς τους στις αστικές περιοχές (Smallbone κ. α., 1999). Το συγκριτικό τους πλεονέκτημα είναι πάντοτε η πολιτιστική σύνδεση με την μικρή πολιτιστική αγορά και τους επισκέπτες αυτής. Εδώ οι ψηφιακές τεχνολογίες έχουν μια μεγάλη δυνατότητα να βοηθήσουν σε αυτή την *δύναμη της προβολής της ταυτότητας του τόπου* όλα μαζί τα προϊόντα του τόπου. Οι τεχνολογίες επικοινωνιών κατέχουν λοιπόν ένα κεντρικό ρόλο στην επιχειρηματική διαδικασία. Η υιοθέτηση αυτών από τις μικρές επιχειρήσεις της περιφέρειας εξαρτάται από πολλούς παράγοντες που έχουν σχέση με την περιοχή. Πάντως διασυνδέσεις με εκπαιδευτικά ιδρύματα είναι πολύ σημαντικές καθώς και η δημιουργία συστάδων επιχειρήσεων (clusters) (Rosenfeld, 2002 και Σταύρου στο Τσομπάνογλου, 2007).

Πρόσφατα αποτελέσματα επιστημονικών ερευνών υπογραμμίζουν την σπουδαιότητα της κατάλληλης χρήσης καινοτομιών ΤΠΕ για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας σε περιοχές της περιφέρειας. Οι μικρού μεγέθους επιχειρηματίες αναπτύσσοντας βασικές αρμοδιότητες σε συνεργασία με άλλες μικρές επιχειρήσεις για να σχεδιασθούν προϊόντα τα οποία θα ανταποκρίνονται στις προτιμήσεις των πελατών μπορούν να ανταγωνιστούν τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις ιδιαίτερα αν σχηματισθεί ένα cluster. Αυτό βοηθά στην βελτίωση των δεξιοτήτων, στις υποδομές, την

μείωση του κόστους των επενδύσεων και στο μέγεθος των επιχειρήσεων βελτιώνοντας την ανάπτυξη των εσωτερικών και εξωτερικών δικτύων.

4.3 • *Πλαίσιο ανάλυσης της επιχειρηματικότητας της περιφέρειας*

Παρά την σπουδαιότητα που αποδίδεται στον ορισμό της επιχειρηματικότητας, επιστημονικές προσπάθειες για να προσδιοριστεί η επιχειρηματικότητα της περιφέρειας και του περιβάλλοντος και να καθορισθούν οι παράγοντες εκείνοι που την επηρεάζουν αποτελούν μία αρκετά δύσκολη ενέργεια. Αυτό οφείλεται κυρίως σε μία σειρά από θέματα τα οποία σχετίζονται κυρίως με τις διαφοροποιημένες δυνάμεις και τις επιρροές που ασκεί η περιφερειοποίηση ως επιχειρηματικό περιβάλλον. Ο Hoy (1983) τόνισε ότι η δημόσια εικόνα ενός επιχειρηματία της περιφέρειας είναι αυτή κάποιου ο οποίος είναι ανεξάρτητος, ριψοκίνδυνος, αισιόδοξος, εργάζεται σκληρά, έχει αυτοπεποίθηση, θέτει συγκεκριμένους στόχους και εφαρμόζει καινοτομίες. Η επιχειρηματικότητα της περιφέρειας πρέπει να συνδυάζει στοιχεία καινοτομίας και δημιουργίας που αναμένονται να επιδράσουν την ευρύτερη κοινότητα όπου η επιχειρηματική δραστηριότητα λαμβάνει χώρα. Η επιστημονική έρευνα επίσης θα πρέπει να δώσει έμφαση στον τόπο σαν πολιτιστικό κεφάλαιο και να απευθυνθεί σε αποκλεισμένους της περιοχής (Ray, 1999; 2000). Υπό αυτό το πρίσμα, ο επιχειρηματίας της περιφέρειας και της υπαίθρου είναι κάποιος ο οποίος ζει στην περιφέρεια και η διαφορά μεταξύ αυτού και ενός επιχειρηματία σε αστικό και κεντρικό τόπο αναφέρεται στις επιδράσεις και συνέπειες του συγκεκριμένου περιβάλλοντος στην επιχειρηματική διαδικασία.

Το στάδιο της σύλληψης αφορά στις δραστηριότητες που οδηγούν τον επιχειρηματία να διακρίνει μία υπάρχουσα οικονομική ευκαιρία ή να δημιουργήσει μία εντελώς νέα. Το στάδιο της ίδρυσης της επιχείρησης σκιαγραφεί την απόφαση να επεξεργασθεί ο επιχειρηματίας την ευκαιρία που του παρουσιάζεται και να την υλοποιήσει. Ο επιχειρηματίας αξιολογεί την αποδοτικότητα της επιχείρησής του συγκρίνοντας τα επιτεύγματά του με τους προσωπικούς του σκοπούς και στόχους. Είναι πραγματικά αξιοσημείωτο το γεγονός ότι οι συμβατικοί επιχειρηματικοί στόχοι και οι συμβατικοί δείκτες μέτρησης της αποδοτικότητας βρίσκονται πολλές φορές στην τελευταία θέση των επιχειρηματικών επιδιώξεων (Greenbank, 2001). Για τις μειονεκτικές περιοχές, η βασική αιτία αυτού εναπόκειται στο ότι η εγκατάσταση μίας νέας επιχείρησης είναι ο μοναδικός τρόπος με τον οποίο προσφέρεται απασχόληση στα μέλη του οικογενειακού περιβάλλοντος του επιχειρηματία, Επίσης θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ο συνεχώς αυξανόμενος αριθμός των επιχειρηματιών της περιφέρειας που επιλέγουν να ακολουθήσουν έναν τρόπο ζωής ο οποίος τους επιτρέπει όχι μόνο να

επιβιώσουν αλλά και να αντλήσουν προσωπική ικανοποίηση από τις επιχειρήσεις τους.

Η επιτυχημένη ολοκλήρωση του κάθε σταδίου εξαρτάται από τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των επιχειρηματιών καθώς και από το φυσικό, κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον στα πλαίσια του οποίου η επιχειρηματική διαδικασία πραγματοποιείται. Αυτό συμβαίνει κατά έναν δυναμικό τρόπο όπου τα επιχειρηματικά χαρακτηριστικά διαμορφώνονται από το εξωτερικό περιβάλλον και ταυτόχρονα επιδρούν σε αυτό. Τα κύρια χαρακτηριστικά του επιχειρηματία μπορεί να είναι τα ακόλουθα.

Πίνακας 4.1 : Χαρακτηριστικά του επιχειρηματία

Γνώση . Ο επιχειρηματίας είναι ικανός στην ταυτοποίηση και ιδιοποίηση γνώσης που είναι *σχετική.* Είναι προσανατολισμένοι στο να αναγνωρίζουν ευκαιρίες οι οποίες είναι σημαντικές για την προσωπική, επαγγελματική και επιχειρηματικές τους δραστηριότητες

Δεξιότητες . Ο επιχειρηματίας έχει επιχειρηματικές δεξιότητες, συμπεριλαμβάνοντας και την στρατηγική σκέψη, αυτό-εμπιστοσύνη και την ικανότητα να ασχολείται με προκλήσεις και αβεβαιότητες. Ιδιαίτερα ο επιχειρηματίας χρειάζεται να κυριαρχήσει της ικανότητας της συνεργασίας για την επιτυχία με άλλους –μια ειδική ικανότητα διαφορετική από τις άλλες βασικές και ανώτερες δεξιότητες που απαιτούνται σε ένα εργασιακό περιβάλλον. Η δεξιότητα του συνεργάζεσθε για την επιτυχία εμπεριέχει την ικανότητα της λήψης με επιτυχία των ακολούθων δράσεων: (α) σχεδιάζοντας, οργανώνοντας , επικοινωνώντας, (β) ανάπτυξη προγράμματος (project development), εφαρμογή, (γ) συγκρότηση ομάδας (team building), απόδοση και επιβράβευση επιτυχίας (rewarding of success), (δ) αναγνώριση και προληπτικός (proactive) προσανατολισμός για την αλλαγή και καινοτομία, και (ε) εκτίμηση κινδύνου και εγγυοδοσία (risk assessment and warranting).

Στάση Αξίων (Attitudes). 'Ενας επιχειρηματίας χρησιμοποιεί πρωτοβουλίες, μια θετική προσέγγιση στο πρόσωπο μιας θετικής η αντίξοης αλλαγής, και μιας προσαρμοστικότητας στην μάθηση (και απομάθησης (unlearning) από καταστάσεις ζωής μέσα και έξω από το περιβάλλον εργασίας.

Πηγή : Green, 2007

Για κάθε στάδιο ξεχωριστά ενώ το άνω τμήμα αντικατοπτρίζει τις επιρροές της περιφέρειας και της υπαίθρου ως επιχειρηματικό περιβάλλον. Η ικανότητα να συλλαμβάνει μια οικονομική ευκαιρία η οποία ενδεχομένως να προκαλέσει την ίδρυση μίας νέας επιχείρησης επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από τα χαρακτηριστικά του συσσωρευμένου κοινωνικού κεφαλαίου.

Τα προσωπικά γνωρίσματα, τα κοινωνικά δίκτυα, η προηγούμενη γνώση (Ardichvili κ.α., 2003), το κοινωνικό κεφάλαιο καθώς και ο πολιτιστικός χαρακτήρας της κοινότητας (Putnam, 1993: Putnam, 2000) αποτελούν βασική προϋπόθεση για την επιτυχημένη αναγνώριση ευκαιριών.

Εάν ο επιχειρηματίας αποφασίσει καταρχήν να επεξεργασθεί και να εκτελέσει την ευκαιρία που του παρουσιάζεται και στην συνέχεια να την υλοποιήσει, τότε ένα ή περισσότερα χαρακτηριστικά του μπορούν να θεωρηθούν εξαιρετικής σημασίας. Κατά την διάρκεια του συγκεκριμένου σταδίου, ο επιχειρηματίας θα πρέπει να χαρακτηρίζεται από ελεγχόμενη ριψοκίνδυνη συμπεριφορά και διάθεση να αναλάβει κίνδυνο και ρίσκο, από ικανότητα για εφαρμογή καινοτομιών, από ικανότητα να συνδυάζει τους διάφορους συντελεστές παραγωγής, άμεση λήψη αποφάσεων, διοικητικές, οργανωτικές και εποπτικές ικανότητες. (Βλέπε κύρια χαρακτηριστικά επιχειρηματιών Πίνακας 4.1).

Στο τρίτο και τελευταίο στάδιο, τα πιο βασικά επιχειρηματικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα είναι αυτά τα οποία επιτρέπουν στον ιδιοκτήτη να ελέγχει, να προσδιορίζει και να αξιολογεί την αποδοτικότητα της επιχείρησής αναφορικά με τους στόχους του. Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι κατά την διάρκεια των διαφορετικών φάσεων της επιχειρηματικότητας τόσο η προσωπικότητα του επιχειρηματία όσο και οι προσωπικές του σχέσεις υπόκεινται μεταβολές ως αποτέλεσμα της γνωσιακής επεξεργασίας (Littunen, 2000). Αφετέρου, τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά μπορούν να αναγκάσουν τον επιχειρηματία να αναθεωρήσει την άποψη του για την αποδοτικότητα της επιχείρησής του και να επαναπροσδιορίσει τους επιχειρηματικούς τους σκοπούς. Κάθε στάδιο της επιχειρηματικής διαδικασίας επηρεάζεται από την εδαφολογία και το περιβάλλον (φυσικό και πολιτιστικό) της περιοχής. Εδώ θα πρέπει να λεχθεί η σημασία καταγραφής γης σε εθνικό επίπεδο (κτηματολόγιο) για την εγκατάσταση μιας επιχείρησης. Για την λειτουργία, επέκταση δράσης και τις γενικές λειτουργίες μιας επιχείρησης απαιτείται συνεργασία μεταξύ συχνά διαφορετικών υπηρεσιών που πολλές φορές έχουν αλληλοεπικαλύπτομενες ευθύνες αλλά και δεν βρίσκονται κοντά στην περιφέρεια. Το ζητούμενο είναι η οργάνωση των αδειοδοτήσεων και επιδοτήσεων με ένα ενιαίο σύστημα υπηρεσιών μίας στάσης (*one stop shop* και *mainstreaming*).

4.4 • *Η έρευνα στην επιχειρηματικότητα σήμερα και ο ρόλος της κοινωνικής οικονομίας*

Είναι σπουδαίο να ληφθεί μία προληπτική (pro-active) τοποθέτηση για να καθιερωθεί μια διευρυμένη (plural) θεώρηση/προσέγγιση στην επιχειρηματική κοινότητα. Οι συγχωνεύσεις, μετακινήσεις, μετατοπίσεις, κινητικότητες, το κεφαλαίο και η εργασία στην νέα οικονομία δημιουργούν μεγάλες αλλαγές (dislocations). Για το λόγο αυτό πρέπει να συμπεριλάβουμε τις διαφορετικές μορφές κοινωνικής και οικονομικής οργάνωσης, οι οποίες θα ήταν ικανές να δείξουν τις δικές τους δυνατότητες στην πραγματοποίηση των στόχων, το μοίρασμα των αποτελεσμάτων και στις πρακτικές εφαρμογές πρωτοβουλιών.

Θα πρέπει επίσης, οι οικονομικές δράσεις να ανταποκρίνονται στις κοινωνικές και τοπικές ανάγκες και προσδοκίες. Οι τοπικές και κοινωνικές ανάγκες δημιουργούν αλληλέγγυες μορφές παραγωγής και υπηρεσιών, οι οποίες δημιουργούν την δομή για τις κοινωνικο-οικονομικές και καπιταλιστικές επιχειρήσεις. Συνάμα κινητοποιούνται υλικές και ανθρώπινες δυνάμεις πηγές συνθέτοντας νέες δυναμικές συνοχής.

Η φύση αυτών των υπηρεσιών έχει πάρει την μορφή οργάνωσης υπηρεσιών κοινωνικής βοήθειας, αλληλεγγύης, συνοχής για την κοινότητα αλλά όμως έχει και στενή επιχειρηματική βάση. Πολλές φορές η δημιουργία τέτοιων οργανισμών κοινωνικής οικονομίας οφείλεται στην αντίληψη ότι απουσιάζουν βασικές υπηρεσίες και αγαθά. Ότι υπάρχει ελλιπής πρόσβαση στην απασχόληση και στο εισόδημα λόγω της αδύνατης δημόσιας πολιτικής προς το γενικό καλό, την αδυναμία των δημόσιων υπηρεσιών και των «νομικών» υποδομών να ανταποκριθούν στην κοινωνική ανάγκη για αγαθά και υπηρεσίες. Οι συγκρούσεις συμφερόντων αλλά και αξιών βραχυκυκλώνουν την ανταλλαγή των αγαθών και υπηρεσιών στον δημόσιο αλλά και τον ιδιωτικό τομέα λόγω αδυναμίας λειτουργίας του ανταγωνισμού στην αγορά ενώ ο ιδιωτικός τομέας ξεκάθαρα δεν έχει ενδιαφέρον στο να επενδύσει σε περιοχές με χαμηλό κέρδος, όπου

οι μη έχοντες αποτελούν και την δυναμική περιοχή της ζήτησης αυτών των υπηρεσιών. Εδώ λοιπόν σημασία έχει η αναγνώριση και συγκρότηση της σφαίρας του γενικού συμφέροντος όπου η μη κερδοσκοπική αγορά και η κοινωνική επιχειρηματικότητα κυριαρχούν. Ο τομέας της υγείας και της ασφάλισης εργασίας, απαραίτητος όρος διασφάλισης της ανταγωνιστικότητας στην εργασία και την διατήρηση της έμμισθης σχέσης, αποτελεί βασική απόδειξη λειτουργίας συστήματος γενικού συμφέροντος.

Αυτό το σημαντικό μέρος κοινωνικο-οικονομικής δραστηριότητας σημαίνει ότι οι οργανισμοί της κοινωνικής οικονομίας λαμβάνουν ένα διαρκή αυξανόμενο ρόλο στην δομή παροχής αγαθών και υπηρεσιών και συνεισφέρουν στη μείωση ανισορροπιών μεταξύ κοινωνικών ομάδων και βελτίωση στην άνιση κατανομή πόρων μεταξύ τοπικών κοινοτήτων.

Οι οργανισμοί κοινωνικής οικονομίας επιτελούν μία σύνθετη λειτουργία απαραίτητη για την κοινωνική συνοχή, την λειτουργία του πολιτεύματος μέσω της προώθησης απασχολησιμότητας και καταπολέμησης της παραοικονομίας.

Η ενθάρρυνση της «κοινωνικής συνοχής» συντελείται μέσω της καταπολέμησης των διαφορετικών μορφών κοινωνικού αποκλεισμού και της ενσωμάτωσης ατόμων από το κοινωνικό περιθώριο, φτωχούς, μειονότητες, νέους, παιδιά κ.α.

Η προώθηση «οικονομικής συνοχής» μέσω της ανάπτυξης /επέκτασης της μισθωτής σχέσης, της ενίσχυσης της ασφαλιστικής εισφοράς, της μείωσης του ποσοστού φτώχειας σε περιοχές και πληθυσμούς σε κρίση γίνεται με την καθιέρωση της κοινωνικής οικονομίας.

Η ενθάρρυνση μιας περιβαλλοντικής συμμετοχής για τους πολίτες με την καταπολέμηση των αρνητικών επιπτώσεων της έλλειψης των καθολικών γενικών κοινωνικών προγραμμάτων και τον συντονισμό μεταφοράς των κυβερνητικών λειτουργιών ο οποίος θα τονώσει νέες μορφές διακυβέρνησης που συνάδει με τα συμφέροντα των τοπικών κοινοτήτων, αποτελεί κεντρική πλατφόρμα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

Αυτή η σύνθετη λειτουργία παρέχει μία εισφορά που αναμένεται να είναι σημαντική/πολύτιμη στην μάχη κατά του κοινωνικού αποκλεισμού δημιουργώντας μία ανοιχτή κοινωνία, μία συμμετοχική τοπική δημοκρατία. Επιφέρει την πρόσβαση και την παγιοποίηση ικανοτήτων και δυνατοτήτων σε προσωπικούς και κοινοτικούς σκοπούς και επίπεδα.

Ενίσχυση και σταθεροποίηση μιας προνομιούχας σχέσης μεταξύ κοινωνικής οικονομίας και τοπικής ανάπτυξης. Είναι γνωστό ότι οι οργανισμοί κοινωνικής οικονομίας, επηρεάζουν την τοπική κοινότητα γιατί αρθρώνουν κυρίως τοπικές ανάγκες και τις εκφράζουν υλοποιώντας τες σε δράσεις που καλύπτουν πάγιες ανάγκες. Αυτή η διαδικασία έρχεται να βοηθήσει την διαδικασία περιφερειακής αποκέντρωσης της διοίκησης, μία διαδικασία κεντρική της Ευρωπαϊκής Ολοκλήρωσης. Αυτές οι πολιτικές (αποκέντρωσης) δημιούργησαν ένα κίνητρο για είδη συμβάσεων για συλλογική δράση, το οποίο δεν υπόκειται σε απαιτήσεις της «αγοράς» την στιγμή που τονώνει, ενισχύει τις διακυμάνσεις των δημόσιων επενδύσεων με βάση τα εθνικά κριτήρια τοπικής ανάπτυξης, που στηρίζονται στην αυξανόμενη επιβεβαίωση των τοπικών συλλογικοτήτων και πολιτικών τοπικής ενδυνάμωσης.

Ο περιορισμός των γενικών κοινωνικών επιδοτήσεων και η μεταφορά των κεντρικών διοικητικών λειτουργιών σε τοπικό επίπεδο ανοίγει νέες ευκαιρίες, οι οποίες στοχεύουν στην αντιμετώπιση/εστίαση των τοπικών κοινωνικών προβλημάτων , οι οποίες παράλληλα ανοίγουν τον «επίσημο» χώρο σε οργανισμούς κοινωνικής οικονομίας.

Η γνώση των τοπικών συνθηκών προβλημάτων/ομάδων αντιπροσωπεύει το συγκριτικό πλεονέκτημα αυτών των οργανισμών, πράγμα που επιτρέπει στα πλαίσια της Ε.Ε. μία καλύτερη προσέγγιση στην τοπική συνέργια για υποστήριξη των ταμείων κοινωνικής συνοχής (αγροτικό/περιφερειακό, κοινωνικό) μιας και διευκολύνει και την χρηματοδοτική σχέση αυτών των δράσεων.

Οι αστικές κοινωνικές υπηρεσίες, οι δράσεις οικολογίας, αστικής ανανέωσης, πολιτισμού, εκπαίδευσης, τουρισμού, αναψυχής, αγροτικών συνεταιρισμών, η διανομή προϊόντων σε αγροτικό και αστικό χώρο που συνδέουν αγροτικές περιοχές με αστικές

αποτελούν κομμάτια του σκηνικού μιας βιώσιμης επιχειρηματικότητας.

Βασικές αρχές της κοινωνικής οικονομίας εμπεριέχουν το σημαντικό γεγονός ότι λόγω της σύνθεσης τους και του πολυπαραγοντισμού που αντιπροσωπεύουν, το στοιχείο της «βιωσιμότητας» στην θεματική της τοπικής ανάπτυξης και των θεμάτων των κοινωνικών δικαιωμάτων του πολίτη αποτελεί κεντρικό σημείο. Αυτές οι βασικές αρχές/αξίες περιλαμβάνουν τα ακόλουθα:

1. Διαφάνεια και ορατότητα- αναγνωρισημότητα. Η κοινωνική οικονομία πρέπει να είναι μέρος της ατζέντας των εθνικών και υπερεθνικών θεσμών και να αποτελεί μέρος των σχεδίων τους.
2. Ταυτότητα-τοπικός πολιτισμός και θεσμικός συλλογικής επιβίωσης. Η μοναδικότητα της κοινωνικής οικονομίας είναι ότι μπορεί να απαντά άμεσα στις κοινωνικές ανάγκες λόγω του τοπικού πολιτισμού.
3. Πρόσβαση στην γνώση.

Οι οργανισμοί έχουν ελλείψεις σε τεχνικά θέματα. Οι διαφοροποιήσεις των οργανώσεων και των μορφών που παίρνουν οι οργανισμοί κοινωνικής οικονομίας δεν θα πρέπει να τις εμποδίσει στην ενδυνάμωση της ταυτότητας του τομέα αυτού. Φυσικά η δημόσια διοίκηση πρέπει πάντα να δρα θετικά για την κοινωνική ενσωμάτωση (inclusion) στηρίζοντας τα διαδραστικά και βοηθητικά δίκτυα που υπάρχουν σε όλα τα επίπεδα και κυρίως στο τοπικό.

Ιδιαίτερα στον τομέα ενεργοποίησης οικονομικών πόρων η αναγνώριση της σημασίας ρύθμισης που θα τονώσει την επισημοποίηση των άτυπων ή υποδόριων οικονομικών δραστηριοτήτων, πρέπει να δώσει ώθηση στην τοπική αποταμιευτική πίστη, συνεταιριστικές τράπεζες (credit unions, coop banks). Οι τράπεζες αυτές θα πρέπει να τύχουν τουλάχιστον της ίδιας προστασίας με την ένταξή τους στο ταμείο εγγυοδοσίας

Η λειτουργία εταιρικών συμφωνιών μεταξύ εταιριών της κοινωνικής οικονομίας δεδομένου ότι η δύναμη αυτών των εταιριών βρίσκεται στην ιδιαίτερα σύνθετη δομή του κοινωνικού κεφαλαίου, η οποία απαντά στη σχέση με τις αντικειμενικές κοινωνικές ανάγκες της τοπικής κοινωνίας σε συνδυασμό με την ενεργοποίηση τεχνικών και

διαχειριστικών ικανοτήτων επιφέρει μια κοινωνική ισορροπία απαραίτητη για την τοπική ανάπτυξη.

Όλα αυτά εμπεριέχουν την *κύρια καινοτομία αυτής της δράσης* που μέσω της συμμετοχής επιβεβαιώνει τον πολίτη στηρίζοντας την θέση του μέσω της σχέσης κοινωνικής οικονομίας και τοπικής ανάπτυξης.

Η διοίκηση του τόπου είναι καθοριστική μιας και συγκεντρώνει ατομικές και κοινωνικές προσπάθειες, την προώθηση της απασχόλησης, την κοινωνική και οικονομική συνοχή, η οποία λαμβάνει χώρα από την διάδραση των διαφορετικών τοπικών εταιριών, (ΟΟΣΑ, 1996).

Η κοινωνική οικονομία σε τοπική διάσταση αποτελεί τον καταλύτη των κοινωνικών αλλαγών.

Είναι προφανές ότι για γίνει κατανοητός ο ευρύς ορισμός της επιχειρηματικότητας, η επιστημονική έρευνα δεν θα πρέπει να θεωρεί τον επιχειρηματία της περιφέρειας και του περιβάλλοντος σε απομόνωση αλλά να εξετάσει το ευρύτερο οικονομικό, κοινωνικό και θεσμικό πλαίσιο μέσα στο οποίο πραγματοποιείται η επιχειρηματική διαδικασία. Η ουσιαστική αντίληψη όλης αυτής της διαδικασίας θα επιτρέψει τον αποδοτικό σχεδιασμό καθώς και την επιτυχημένη υλοποίηση ανταγωνιστικών επιχειρηματικών αναπτυξιακών πολιτικών στην περιφέρεια.

Η κατανόηση της επιχειρηματικής διαδικασίας

Αρκετοί ερευνητές προσπάθησαν να αναλύσουν την επιχειρηματικότητα της περιφέρειας χρησιμοποιώντας έναν μεγάλο αριθμό θεωρητικών πλαισίων έρευνας αντλούμενων από διάφορες επιστήμες όπως η Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων, τα Οικονομικά, η Κοινωνιολογία Οργάνωσης και η Ανθρωπογεωγραφία. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι σύγχρονες προσεγγίσεις δηλαδή η «Η Θεωρία Δικτύων» και η «Οικονομία Πολιτισμού» στην Οικονομική Γεωγραφία καθώς επίσης και η Κοινωνιολογία των Επιχειρήσεων και της εργασίας.

Η Θεωρία Δικτύων προσπαθεί να αντιληφθεί τις οικονομικές δομές ως απόρροια εκείνων των ενεργειών που αφορούν στη διαμόρφωση και στη διατήρηση των σχέσεων ισχύος-εξουσίας. Κάτω από αυτό το πρίσμα, η συγκεκριμένη θεωρία προσπαθεί καταρχήν να γεφυρώσει την μίκρο-μάκρο

δυαρχία με το να επικεντρώνεται σε ανομοιογενή σύνολα σχέσεων (Murdorch, 2000). Οι Lockie και Kitto (2000) υποστηρίζουν ότι η Θεωρία Δικτύων αποτελεί ένα χρήσιμο θεωρητικό πλαίσιο για την κατανόηση της επιχειρηματικής διαδικασίας σε μειονεκτικές περιοχές απευθύνοντας στην επιχειρηματική έρευνα τις πιο σχετικές ερωτήσεις όπως το ποιος είναι ικανός να προωθήσει στρατηγικές ή πρακτικές, τι τεχνολογίες χρησιμοποιεί και τι μορφές θεσμών συγκροτεί. Ο επιχειρηματίας είναι ένας πρωταγωνιστής ο οποίος διαθέτει πληροφορίες και προσπαθεί να δημιουργήσει δίκτυα σε μια περιοχή.

Η προσέγγιση που σχετίζεται με την οικονομία του πολιτισμού δίνει ιδιαίτερη έμφαση σε καθαρά τοπικής υπόστασης πόρους, δίκτυα και συνεργασίες, στον τοπικό χαρακτήρα του κοινωνιο-οικονομικού ελέγχου καθώς και στην κοινωνική συνοχή. Ο όρος «πολιτισμός» αναφέρεται σε ένα σύνολο πόρων που θεωρούνται διαθέσιμοι για τον κοινωνικό και οικονομικό έλεγχο (Ray, 1998). Ο όρος «οικονομία» υποδηλώνει την ικανότητα να δημιουργούνται και να πραγματοποιούνται σχέσεις μεταξύ των πόρων, της παραγωγικής διαδικασίας και της κατανάλωσης με σκοπό την δημιουργία επιχειρήσεων (Ray, 1999). Εκτός από την απόδοση τοπικής ταυτότητας σε προϊόντα, οι τοποθεσίες οι ίδιες μπορούν να αποκτήσουν και έναν «εμπορευματικό» χαρακτήρα (Marsden κ.α., 1993) το οποίο φέρεται ως τοπόσημο (branding). Οι επιχειρηματίες της περιφέρειας μπορούν να εμπορευθούν την εικόνα της υπαίθρου με πολλούς τρόπους. Μπορούν να αναδείξουν την παραδοσιακή ιστορική η λαογραφική ταυτότητα, με ανάπτυξη μουσείων, φεστιβάλ προϊόντων, μουσικής αναδεικνύοντας τον τρόπο ζωής σε αυτές τις περιοχές, είτε αναπαράγοντας προβιομηχανικά αγαθά, υπηρεσίες και ψυχαγωγικές δραστηριότητες σε μια προσπάθεια αναπαράστασης άλλων εποχών (Mitchel, 1998 : Barbosa στο Τσομπάνογλου, 2007). Λαμβάνοντας υπόψη ότι τα τοπία είναι πολυδιάστατα ιστορικά, δυναμικά και ανομοιογενή τότε μπορούμε να συμπεράνουμε ότι η αξιοποίηση τους μπορεί να είναι σύνθετη και για όλες τις εποχές με μεγάλο φάσμα ευκαιριών για όλους στην κοινότητα αλλά και τους έχοντας κοινά ενδιαφέροντα για την περιοχή (Ray, 2000).

Η θεωρία διάρθρωσης (structuration) του Giddens' έχει χρησιμοποιηθεί ως το θεωρητικό πλαίσιο που αναλύει και αναπτύσσει την έννοια της επιχειρηματικότητας Σύμφωνα λοιπόν με τον Giddens, η επιχειρηματικότητα αποτελεί μία κοινωνική και οικονομική διαδικασία ενστρωμάτωσης (embeddedness), μία διαδικασία δηλαδή αντλούμενη από το κοινωνικό πλαίσιο το οποίο διαπλάθει τα επιχειρηματικά αποτελέσματα (Jack και Anderson, 2002). Επίσης, ο Giddens (1984) αναφέρει ότι οι δομές αποτελούν προϊόντα κοινωνικών συστημάτων και ταυτόχρονα τους αποδίδει μια καθοριστική θέση μέσα στην κοινωνική δράση. Οι μηχανισμοί ενστρωμάτωσης επιτρέπουν στους ερευνητές να συνδέσουν την διάρθρωση και τον φορέα με μία δυναμική σχέση η οποία με την σειρά της θα διευκολύνει την διερεύνηση του πως οι κοινωνικές επιρροές

διαμορφώνουν τον επιχειρηματικό φορέα καθώς και του πώς ο φορέας επαναπροσδιορίζει και αναπτύσσει δομές. Με τον τρόπο αυτό, η έννοια της ενστρωμάτωσης αναγνωρίζοντας την μορφή, το βάθος, την έκταση των δεσμών ενός ατόμου με το ευρύτερο περιβάλλον του καθώς και την αντιστοιχία του με το κοινωνικό κεφάλαιο και την αμοιβαία εμπιστοσύνη (Portes και Landholt, 1996) μετατρέπεται σε έναν παράγοντα προσδιορισμού της επιχειρηματικής διαδικασίας γενικά (Dacin κ.α., 1999) ή πιο ειδικά αυτής στην περιφέρεια (Nygård και Storstad 1998; Sage,2003).

Το κοινό σημείο αναφοράς λοιπόν όλων των ανωτέρω θεωρητικών προσεγγίσεων θα πρέπει να διερευνηθεί περαιτέρω προκειμένου να αποφευχθεί πρωτίστως η απομόνωση του επιχειρηματία και ταυτόχρονα να υιοθετηθεί μία ολιστική άποψη αναφορικά με τις επιχειρηματικές διαδικασίες. Τα θεωρητικά πλαίσια που έχουν ήδη αναλυθεί τονίζουν την αναγκαιότητα να ληφθεί σοβαρά υπόψη το περιβάλλον στο οποίο η επιχειρηματική διαδικασία υλοποιείται καθώς επίσης και οι μηχανισμοί βάσει των οποίων οι επιχειρηματίες αλληλεπιδρούν με το ευρύτερο περιβάλλον. Η περιφέρεια μπορεί να θεωρηθεί ως ένας δυναμικός επιχειρηματικός πόρος ενώ η τοπική επιχειρηματικότητα πρέπει να θεωρηθεί σαν ένα σύνολο τοπικό. Η θεωρία της ενστρωμάτωσης φαίνεται να είναι όχι μόνο μία ουσιώδης έννοια αλλά και ένας καθοδηγητικός μηχανισμός.

Κοινό χαρακτηριστικό γνώρισμα των θεωρητικών προσεγγίσεων που έχουν ήδη αναφερθεί βρίσκεται στην αναγκαιότητα να διερευνηθεί το ευρύ φάσμα των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων καθώς και εκείνων των στόχων που απέχουν πολύ από την οικονομική λογική και την μεγιστοποίηση του κέρδους. Αυτό οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι το μεγάλο εύρος των επιχειρηματικών σκοπών δεν διευκολύνεται αλλά ούτε όμως γίνεται κατανοητό από τις απόψεις που βρίσκονται βαθιά ριζωμένες στην οικονομική λογική και στην μεγιστοποίηση του κέρδους. Η επιχειρηματική δραστηριότητα έχει όπως όλες οι δράσεις επιπτώσεις στην κοινότητα και το περιβάλλον. Σημασία έχει να αναγνωρίσουμε ότι η ανάπτυξη πάντα είναι κοινωνική και η βελτίωση ενός μέρους σε μια κοινότητα θα πρέπει να μοιράζεται για το γενικό καλό.

Μια ολοκληρωμένη επιχειρηματική πολιτική

Οι προαναφερόμενοι παράγοντες και οι διαδικασίες που υλοποιούνται στην περιφέρεια θα πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπόψη σε οποιαδήποτε προσπάθεια σχεδιασμού μίας ολοκληρωμένης επιχειρηματικής πολιτικής. Ο Storper (1997) τονίζει ότι η οικονομική δραστηριότητα βασίζεται στην πραγματική αναγκαιότητα να συντονισθούν οι ενέργειες ενός ατόμου με τις ενέργειες άλλων ατόμων. Υπό αυτό το πρίσμα, ο συντονισμός μεταξύ των ατόμων παρουσιάζεται ως το κεντρικό πρόβλημα της οικονομικής ζωής και

αποτελεί τον βασικό στόχο πολιτικής. Η τοπική και η υπερ-τοπική πολιτική θα πρέπει να προσπαθήσουν ώστε να εξασφαλίσουν τους απαραίτητους μηχανισμούς για τον συντονισμό των ενεργειών σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

Ένα παράδειγμα συντονισμού τοπικών και περιφερειακών δράσεων σε τοπικό και υπερ-τοπικό επίπεδο εμφανίζεται στην σφαίρα της απόδοσης τίτλων πνευματικής ιδιοκτησίας στο χώρο, δηλαδή στην απόκτηση επίσημων πνευματικών δικαιωμάτων για την εμπορευματοποιημένη τοπική κουλτούρα (Ray, 2001). Η οργάνωση και η διαχείριση των συγκρούσεων αποτελούν ένα άλλο ζήτημα στο οποίο όμως δεν έχει δοθεί ιδιαίτερη έμφαση παρά το γεγονός ότι οι συνέπειες αυτού στην επιχειρηματικότητα της υπαίθρου είναι πολύ σημαντικές (Karlsson και Acs, 2002). Η διάχυση της πληροφορίας σε απομακρυσμένες περιοχές είναι ένας στόχος στρατηγικής σε εθνικό επίπεδο. Ένας στόχος μίας ολοκληρωμένης επιχειρηματικής πολιτικής για τις περιφέρειες είναι το ζήτημα της σύνδεσής των προϊόντων τους με τις αστικές αγορές. Το συγκεκριμένο θέμα προκύπτει από την διαφοροποιημένη ικανότητα των περιοχών να υποστηρίζουν βιώσιμες επιχειρηματικές δραστηριότητες. Η εθνική πολιτική λοιπόν οφείλει να ελέγχει και να διασφαλίζει ότι δίνεται η δυνατότητα σε όλες οι περιοχές και σε όλους τους τοπικούς πρωταγωνιστές αυτών να συμμετέχουν στις επιχειρηματικές ευκαιρίες και δραστηριότητες και να επωφελούνται από αυτές.

Η εφαρμογή της Διαρθρωτικών Πολιτικών και οι πρόσφατες τάσεις αποκέντρωσης έχουν συντελέσει στην ενεργή εμπλοκή της τοπικής αυτοδιοίκησης στην αναπτυξιακή διαδικασία των μειονεκτικών περιοχών. Αυτό επιτυγχάνεται με την εγκατάσταση αναπτυξιακών εταιρειών και φορέων διάδοσης πληροφοριών καθώς και με την συμμετοχή σε σχήματα επιχειρηματικής ενίσχυσης. Αυτή η αναδιάρθρωση των τοπικών αρχών συμπίπτει με την ευρύτερη κοινωνική και οικονομική μεταρρύθμιση και παράλληλα εντείνει τις διεκδικήσεις της περιφέρειας (Woods, 1998). Το σημείο έναρξης για τις στρατηγικές οικονομικής ανάπτυξης στις μειονεκτικές περιοχές θα πρέπει να είναι το τοπικό επίπεδο και εν συνεχεία το περιφερειακό και εθνικό επίπεδο. Η αυξανόμενη διαμάχη όσον αφορά στην αναπτυξιακή πολιτική της υπαίθρου υποστηρίζει σθεναρά την ανάγκη για τον σχεδιασμό μίας πολιτικής η οποία είναι περιφερειακά προσανατολισμένη και η οποία είναι προσαρμοσμένη στις εσωτερικές και εξωτερικές συνθήκες των περιοχών της υπαίθρου ή της περιφέρειας (Marsden, 1998). Οι κεντρικοί θεσμοί δεν διαθέτουν ούτε τους πόρους για να διαχειριστούν ευέλικτα προγράμματα στήριξης ούτε την απαραίτητη τοπική τεχνογνωσία και εμπειρία για την κατανόηση συγκεκριμένων εργαλείων στήριξης που απαιτούνται σε κάθε ιδιόμορφη εδαφική περίπτωση. Ένας βασικός στόχος πολιτικής θα μπορούσε να είναι η επίσπευση της στοιχειοθέτησης κοινοτικής ικανότητας (community capacity building) προκειμένου να σχεδιασθούν και να υλοποιηθούν ευέλικτοι

συνδυασμοί μέτρων πολιτικής. Οι συγκεκριμένοι συνδυασμοί πρέπει να βασίζονται σε τοπικές και περιφερειακές πρωτοβουλίες καθώς και στην δυνατότητα του τοπικού πληθυσμού (η εκπαίδευση εδώ έχει ρόλο) να αποσαφηνίζει την στάση του ως προς τις τοπικές εταιρικές συνεργασίες η συμπράξεις και την κοινωνική οικονομία.

4.5 • *Εργαλεία άσκησης επιχειρηματικής πολιτικής*

Η Ελλάδα έχει να επιδείξει μια, μάλλον μακρά, ιστορία ενίσχυσης των επιχειρήσεων με παραδοσιακά εργαλεία στήριξης που σπάνια ξεφεύγουν από τα συνήθη χρηματοοικονομικά εργαλεία των επιδοτήσεων, επιχορηγήσεων και φορολογικών κινήτρων. Οι αναπτυξιακοί νόμοι ήταν το πρώτο πλαίσιο από το οποίο υιοθετήθηκαν γενναίες χρηματοοικονομικές ενισχύσεις σε νέες επιχειρήσεις ή σε επιχειρήσεις που επεκτείνονταν. Το ίδιο έγινε και με την εφαρμογή των πρώτων προγραμμάτων ενίσχυσης των ειδικά για ΜΜΕ, αλλά και των πρώτων προγραμμάτων ενίσχυσης επιχειρήσεων στην περιφέρεια μέσα από διάφορα προγράμματα της Ε.Ε. Η εφαρμογή νέων χρηματοοικονομικών εργαλείων όπως των επιχειρηματικών συμμετοχών και των κεφαλαίων εγγύησης είναι ακόμη στην αρχή. Γνωρίζοντας όμως τον τρόπο με τον οποίο ενεργούν και επιλέγουν πηγές χρηματοδότησης οι ΜΜΕ μπορούμε να προβλέψουμε ότι τέτοια εργαλεία θα πρέπει να λάβουν μορφές τοπικής πίστης, όπως είναι οι συνεταιριστικές τράπεζες στα κράτη μέλη του ΟΟΣΑ και την Κύπρο.

Στην σειρά των εργαλείων που απευθύνονται άμεσα στις επιχειρήσεις, έχει βρεθεί ότι οι ανάγκες των ελληνικών επιχειρήσεων της υπαίθρου είναι πολύ μεγάλες και αρκετά διαφοροποιημένες δείχνοντας την ανάγκη σχεδιασμού και εκτέλεσης αποκεντρωμένης πολιτικής ανάπτυξης των επιχειρήσεων της περιφέρειας.(Skuras κ.α., 2000). Διαφορετικές επιχειρήσεις σε διαφορετικές περιοχές της ελληνικής υπαίθρου έχουν ανάγκη για προσφορά αναπτυξιακών εργαλείων που αφορούν στην προώθηση των προϊόντων, την εισαγωγή πιστοποίησης και ελέγχου ποιότητας, συγκεκριμένη εκπαίδευση σε χρηματοοικονομική διαχείριση και διοίκηση, προσφορά βιοτεχνικών πάρκων και θερμοκοιτίδων επιχειρήσεων (business incubators). Φυσικά το κόστος μεταφορών και επικοινωνίας, ενέργειας αποτελούν σημαντικούς παράγοντες που ρυθμίζουν την ανταγωνιστικότητα μιας περιοχής. Η σειρά των άμεσων παρεμβάσεων στήριξης της επιχειρηματικότητας είναι ουσιαστικά τόσο μεγάλη όσο είναι και τα κατά τόπους προβλήματα που επιζητούν επίλυση. Για τον λόγο αυτό οι τοπικοί

θεσμοί θα πρέπει να έχουν την ευελιξία και ενδυνάμωση στο να σχεδιάζουν και να εκτελούν τα δικά τους στοχοθετημένα προγράμματα. Μια σημαντική παράμετρος εδώ έχει σχέση με το θέμα της περιφερειακής συνοχής το οποίο έχει σχέση με την έννοια της «συνέχειας του εδάφους» (αφορά νησιώτικες περιοχές, και δύσβατες επίσης) η οποία και καθορίζει σε μεγάλο βαθμό την τοπική οικονομία. Αναφέρουμε συγκεκριμένα παραδείγματα και μελέτη περίπτωσης.

Παραδείγματα

Βασικά παραδείγματα επιχειρηματικότητας στο πλαίσιο του κοινωνικού περιβάλλοντος αποτελούν:

- Στην αρχαία Αθήνα οι μέτοικοι που στράφηκαν στην επιχειρηματικότητα και στις επιχειρήσεις με σκοπό την κοινωνική αναγνώριση.
- Στην διάρκεια της τουρκικής κατοχής οι Έλληνες που στράφηκαν στην επιχειρηματικότητα και στις επιχειρήσεις (Συντροφιές-Ύδρας, Συνεταιρισμοί Αμπελακίων, εμπόριο σιτηρών στον Δούναβη, Βιέννη και Βουδαπέστη, εμπόριο καπνού στην Σμύρνη και Αλεξάνδρεια) με σκοπό την οικονομική δύναμη
- Οι πρόσφυγες της Μικράς Ασίας, μετά το 1921, που στράφηκαν στην επιχειρηματικότητα και στις επιχειρήσεις με σκοπό την οικονομική ανεξαρτησία και δύναμη ώστε να αναδειχθούν σε επιφανείς επιχειρηματίες.
- Πολλοί από τους Έλληνες μετανάστες στην Αμερική και Αυστραλία που στράφηκαν στην επιχειρηματικότητα και στις επιχειρήσεις με σκοπό την οικονομική δύναμη και καταξίωση.

Άλλα μέτρα αφορούν στη δημιουργία και στήριξη επιχειρηματικών δικτύων, στην προώθηση και στήριξη της συνέργειας στις επιχειρήσεις, στην διάχυση της πληροφόρησης και στην πρόσβαση σε επιχειρηματική πληροφόρηση και συνεργασία, στην μεταφορά καινοτομίας και τεχνογνωσίας και κυρίως στην πρόσβαση σε κάθετα δίκτυα προώθησης των προϊόντων και υπηρεσιών. Φυσικά, οποιαδήποτε σωστά σχεδιασμένη και εκτελεσμένη ενέργεια στήριξης των επιχειρήσεων σε περιοχές της υπαίθρου είναι ουσιαστικά ενέργεια στήριξης της επιχειρηματικότητας στον συγκεκριμένο τόπο. Για παράδειγμα, μία από τις σημαντικότερες διαδικασίες συσσώρευσης επιχειρηματικού ανθρώπινου κεφαλαίου είναι η απόκτηση επιχειρηματικής εμπειρίας.

Δεν θα πρέπει να ξεχάσουμε και τα εργαλεία άσκησης μακροπρόθεσμης πολιτικής για την βελτίωση του επιχειρηματικού κλίματος στις περιοχές της περιφέρειας. Το σημαντικότερο είναι η εισαγωγή μαθημάτων

επιχειρηματικότητας στην εκπαίδευση αλλά και η βελτίωση του σχεδιασμού της κατάρτισης με βάση τις ανάγκες των επιχειρήσεων για κατάρτιση και όχι με βάση τις δυνατότητες που έχουν οι τοπικοί θεσμοί να προσφέρουν συγκεκριμένου είδους κατάρτιση. Συγχρόνως, θα πρέπει να γίνουν όλες οι ενέργειες για την βελτίωση των προγραμμάτων κατάρτισης που στο παρελθόν δαπάνησαν πολύτιμους πόρους σε μη στοχοθετημένες ενέργειες κατάρτισης νέων της ελληνικής περιφέρειας, μετατρέποντας την διαδικασία της τυπικής εκπαίδευσης και κατάρτισης σε άτυπη διαδικασία μεταβιβαστικών πληρωμών. Η τοπική κοινωνία θα πρέπει να επιβραβεύει τους νέους επιχειρηματίες, να δημιουργεί την εικόνα του νέου επιχειρηματία και να την προωθεί.

Μελέτη περίπτωσης

Οι δημόσιες πολιτικές για την στήριξη και την τόνωση της επιχειρηματικότητας διαδραματίζουν ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη, εξέλιξη και βιωσιμότητα των επιχειρήσεων.

Οι αναπτυγμένες και τεχνολογικά προηγμένες χώρες έχουν εφαρμόσει διάφορα κίνητρα και τεχνικές για την ενίσχυση των επιχειρήσεων και του ανταγωνισμού, ιδιαίτερα των μικρό-μεσαίων επιχειρήσεων, με στόχο την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη. Για παράδειγμα τόσο στις ΗΠΑ από το 1953 όσο και στην Ιαπωνία από το 1963 εφάρμοσαν ειδικές πολιτικές με στόχους:

- Την παροχή οικονομικής βοήθειας και τεχνογνωσίας στις μικρές επιχειρήσεις
- Ανάπτυξη του ελεύθερου ανταγωνισμού
- Ενίσχυση και ανάπτυξη της οικονομίας και ανταγωνιστικότητας
- Επιτάχυνση της αναπτυξιακής διαδικασίας

Επίσης στην Ευρωπαϊκή Ένωση έχει καταρτιστεί προγράμματα για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων με στόχους:

- Την ενίσχυση της δικτύωσης και συνεργασίας των επιχειρήσεων σε Ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο
- Αύξηση της ανταγωνιστικότητας και ανάπτυξης των επιχειρήσεων
- Ανάπτυξη και βελτίωση του επιχειρηματικού και διοικητικού περιβάλλοντος των Ευρωπαϊκών επιχειρήσεων και τη δημιουργίας μιας «επιχειρηματικής Ευρωπαϊκής αγοράς»
- Αύξηση της ανταγωνιστικότητας, παραγωγικότητας και της «εξωστρέφειας» των Ευρωπαϊκών επιχειρήσεων
- Αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού και των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της Ε.Ε. με την ανάπτυξη των νέων καινοτόμων και επιχειρηματικών ιδεών

- Ανάπτυξη των νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και ιδεών με την ανάπτυξη της συμμετοχής των γυναικών και των νέων στις επιχειρηματικές δραστηριότητες

Τέλος στην Ελλάδα υπάρχουν διάφορα προγράμματα, σε συνεργασία με την Ε.Ε., για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων με στόχους:

- Την δημιουργία νέων επιχειρήσεων με την επιχορήγηση χαμηλότοκων δανείων, την παροχή εγγυήσεων και την παροχή φορολογικών κινήτρων
- Παροχή σεμιναρίων, συμβουλών σε θέματα διοίκησης, διαχείρισης, λειτουργίας και ανάπτυξης των επιχειρήσεων
- Δημιουργία εταιριών παροχής κεφαλαίων υψηλού κινδύνου
- Παροχή κινήτρων για την ανάπτυξη της έρευνας και καινοτομίας και συστήματα ποιοτικού ελέγχου στις επιχειρήσεις
- Βοήθεια στις επιχειρήσεις να συμμετέχουν σε δημόσιους διαγωνισμούς και την παροχή πληροφοριών για κοινοτικά θέματα μέσα από τα ειδικά κέντρα παροχής πληροφοριών.

Σύνοψη

Στο κεφάλαιο δώσαμε μια σύντομη εικόνα για την έννοια, τα βασικά στοιχεία, την διαχρονική ανάλυση και τις κυριότερες δραστηριότητες της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Εξετάσουμε τους βασικούς άξονες, τα κοινωνικό-οικονομικά αποτελέσματα και τις επιπτώσεις από την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, όπως στην ανταγωνιστικότητα, στην παραγωγική διαδικασία, και στην αποτελεσματικότητα.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία

- Barbosa, N. Prato, Περιβάλλον και Τουρισμός : Πολιτιστικές Προκλήσεις για τις αγροτικές περιοχές στην Νέα Χιλιετία" *στο* Τσομπάνογλου, Γ. *(2007), Κοινωνική Ανάπτυξη και Κοινοτική Συνοχή: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις,* Παπαζήση, Αθήνα

- Furze, B, & Reid, M., Hollier, C., Δομώντας το κοινωνικό κεφάλαιο και αυξάνοντας τη βιοποικιλότητα. Ο ρόλος των μικρών και lifestyle αγροκτημάτων στη Νοτιοανατολική Victoria, Australia στο Τσομπάνογλου, Γ., (2007), (Επ.) *Κοινωνική Ανάπτυξη και Κοινοτική Συνοχή: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις,* Παπαζήση, Αθήνα

- Llambi, L. & Duarte, M. 'Επιχειρηματικότητα και Οικονομική Ανάπτυξη στην Αγροτική Λατινική Αμερική : Επιπτώσεις της Κρατικής Πολιτικής΄, στο Τσομπάνογλου, Γ., (2007), (Επ.) *Κοινωνική Ανάπτυξη και Κοινοτική Συνοχή: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις,* Παπαζήση, Αθήνα

- Μπιρλιράκης, Β., Mondragon, στο Τσομπάνογλου, Γ., (2007), (Επ.) *Κοινωνική Ανάπτυξη και Κοινοτική Συνοχή: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις,* Παπαζήση, Αθήνα

- Swaminathan, M. 'Κατανοώντας τον 'Ατυπο Τομέα': Μια επισκόπηση', στο Τσομπάνογλου, Γ., (2007), (Επ.) *Κοινωνική Ανάπτυξη και Κοινοτική Συνοχή: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις,* Παπαζήση, Αθήνα

- Σταύρου, Σ. 'Ο Δια-Βίου Προσανατολισμός στην Ε.Ε.. Σύντομη αναφορά σε πολιτικές και συστήματα', στο Τσομπάνογλου, Γ., (2007), (Επ.) *Κοινωνική Ανάπτυξη και Κοινοτική Συνοχή: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις,* Παπαζήση, Αθήνα

- Τσομπάνογλου, Γ., (2007), (Επ.) *Κοινωνική Ανάπτυξη και Κοινοτική Συνοχή: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις,* Παπαζήση, Αθήνα
- Τσομπάνογλου, Γ., "Κοινωνικό Κεφάλαιο και Βιώσιμες Κοινότητες", στο Τσομπάνογλου, Γ., (2007), (Επ.) *Κοινωνική Ανάπτυξη και Κοινοτική Συνοχή: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις,* Παπαζήση, Αθήνα

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

- Aldrich, H. and Zimmer, C. (1986), 'Entrepreneurship through social networks', in Sexton, D.L. and Smilor, R.W (Eds), *The Art and Science of Entrepreneurship*, Ballinger, Cambridge, MA.
- Aldrich, H. E., Reese, P. R. and P. Dubini, (1989), 'Women on the verge of a breakthrough? Networking among entrepreneurs in the United States and Italy', *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 1, pp. 339-356.
- Aldrich, H. E., Rosen, B. and Woodward, W. (1987), 'The impact of social networks on business findings and profit: a longitudinal study', in Churchill, N., Hornaday, J., Krasner, O. and Vesper, K. (Eds), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, Wellesley, MA. Pp. 154-168.
- Amin, A. (1999), 'An institutional perspective on regional development', *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 23, pp.365-378.
- Ardichvili, A., Cardozo, R. and Ray, S. (2003), 'A theory of entrepreneurial opportunity identification and development', *Journal of Business Venturing*, Vol. 18 No. 1, pp. 105-123.
- Barkham, R., Gudgin, G., Hart, M. and Havney, E. (1996), *The Determinants of Small Firm Growth: An Inter-regional Study in the U.K., 1986-90*, Jessic Kingsley, London.
- Baudeau, A. N. (1768), *Avis au people sur son premier besoin, ou petits traits iconomiques*.
- Camagni, R.P. (1991), Innovation Networks: Spatial Perspectives, Belhaven-Pinter, London.
- Camagni, R.P. (1995), 'The concept of innovative milieu and its relevance for public policies in European lagging regions', *Papers in Regional Science*, Vol. 74 No. 4, p.317-340.
- Castells, M.,(2000), Vol. I, The Rise of the Network Society, Oxford, Blackwell

- Chell, E. and Baines, S. (1998), 'Does gender affect business performance? A study of microbusiness in business services in the U.K.', *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 10, pp. 117-135.
- Coleman, J. (1988), Social Capital in the Formation of Human Capital, Americal Journal of Sociology, 94, S95-S120
- Commins, P. and Meredith, D. (2002), *Social Capital*, Conceptual Paper. Deliverable No. 5, AsPIRE QLK5-2000-00783.
- (http://www.sac.ac.uk/management/External/Projects/AspireExternal/AspireDocuments.htm)
- Cooke, P. and Wills, D. (1999), 'Small firms, social capital and the enhancement of business performance through innovation programmes', *Small Business Economics*, Vol. 13, pp.219-234.
- Fox, W. F. and Porca, S. (2001), 'Investing in rural infrastructure', *International Regional Science Review*, Vol. 24, pp. 103-133.
- Freel, M. (2000), 'External linkages and product innovation in small manufacturing firms', *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 12, pp. 245-266.
- Fukuyama, F., (1995), *Trust*, New York, Free Press
- Giddens, A. (1984), *The Construction of Society*, Polity Press, Cambridge.
- Goodwin, M. (1998), 'The governance of rural areas: some emerging research issues and agendas', *Journal of Rural Studies*, Vol. 14 No 1, pp. 5-12.
- Granovetter, M.S. (1974), *Getting a Job*. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Granovetter, M.S. (1985), 'Economic action and social structure: the problem of embeddedness', *American Journal of Sociology*, Vol. 91, pp. 481-510.
- Grant (1985), "Business format franchising: "A System for Growth", *Economist Intelligence Unit*, London.
- Green, L., B., Jones and Miles, I. (2007), "Global Review of Innovation Intelligence and Policy Studies" : EC DG Enterprise and Industry, Brussels
- Greenbank, P. (2001), 'Objective setting in the micro-business', *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 7 No. 3, pp. 108-127.

- Grimes, S. (2000), 'Rural areas in the information society: diminishing distance or increasing learning capacity?', *Regional Studies*, Vol. 16, pp. 13-21.
- Grimes, S. (2001). *IST*, Conceptual Paper. Deliverable No. 2, AsPIRE QLK5-2000-00783. (http://www.sac.ac.uk/management/External/Projects/AspireExternal/AspireDocuments.htm)
- Hakansson, H. and Ford, D. (2000), 'How should companies interact in business networks?', *Journal of Business Research*, Vol. 55, pp. 133-139.
- Havnes, P-A. and Senneseth, K. (2001), 'A panel study of firm growth among SMEs in networks', *Small Business Economics*, Vol. 16, pp. 293-302.
- Healey, P. (1997), *Collaborative Planning: Shaping Places in Fragmented Societies*. McMillan Press Ltd, Basingstoke.
- Hinrichs, C. (2000), 'Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market, *Journal of Rural Studies*, Vol. 16, pp. 295-303.
- .Jack, S. and Anderson, A. (2002), 'The effects of embeddedness on the entrepreneurial process', *Journal of Business Venturing*, Vol. 17, pp. 467-487.
- Johannisson, B. (1995), 'Paradigms and entrepreneurial networks – some methodological challenges', *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 7, pp. 215-231.
- Kalantaridis, C. (1996), 'Local production networks in the global marketplace', *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 2 No. 3, pp. 12-28.
- Karlsson, C. and Acs, Z. (2002), 'Introduction to institutions, entrepreneurship and firm growth: the case of Sweden', *Small Business Economics*, Vol. 19, pp. 63-67.
- Kay, G. (1975), Development & Underdevelopment : A Marxist Analysis, Macmillan, London.
- Keeble, D. and Wilkinson, F. (1998), 'Collective learning and knowledge development in the evolution of regional clusters of high technology SMEs in Europe', *Regional Studies Association*, Vol. 33 No 4, pp. 295-303.
- Kneafsey, M., Ilbery B. and Jenkins, T. (2001), 'Exploring the Dimensions of Culture Economies in Rural West Wales', *Sociologia Ruralis*, Vol. 41 No 3, pp. 298-310.

- Knight, F. (1921), *Risk, Uncertainty and Profit*. New York: Houghton-Mifflin.
- Lasko, T. and Kahila, P. (2001), *Governance*, Conceptual Paper. Deliverable No. 4, AsPIRE QLK5-2000-00783. (http://www.sac.ac.uk/management/External/Projects/AspireExternal/AspireDocuments.htm)
- LesGales, P. (1998), 'Regulations and governance in European cities, *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 22 No 3, pp. 482-505.
- Littunen, H. (2000), 'Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality', *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 6 No 6, pp. 295-309.
- Lockie, D. and Kitto, S. (2000), 'Beyond the farm gate: production-consumption networks and agri-food research', *Sociologia Ruralis*, Vol. 40 No 1, pp. 3-19.
- Lowe, P. and Talbot, H. (2000), 'Policy for small business support in rural areas: a critical assessment of the proposals for the small business service', *Regional Studies*, Vol. 34 No. 5, pp. 479-499.
- Marsden, T. (1998), 'New rural territories: regulating the differential rural space', *Journal of Rural Studies*, Vol. 14 No. 1, pp. 107-117.
- Marsden, T., Murdoch, J., Lowe, P., Munton, R. and Flynn, A. (1993), *Constructing the Countryside*, UCL Press, London.
- Monsted, M. (1995), 'Processes and structures: reflections on methodology', *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 7, pp. 193-213.
- Murdoch, J. (2000), 'Networks – a new paradigm of rural development?', *Journal of Rural Studies*, Vol. 16, pp. 407-419.
- Noya, A., και Clarence, E. (ed.) (2007), *The Social Economy: Building Inclusive Economies*, OECD, Paris
- Nygard, B. and Storstad, O. (1998), 'De-globalisation of food markets? Consumer perceptions of safe food: the case of Norway', *Sociologia Ruralis*, Vol. 38 No. 1, pp. 35-53.
- O'Neill, P. and Whatmore, S. (2000), 'The business of place networks of property, partnership and produce', *Geoforum*, Vol. 31, pp. 121-136.
- OECD (1996) Local Partnerships and Social Innovation : Ireland, OECD, Paris
- OECD (1999), *Social Enterprises*, OECD, Paris

- OECD (1999) *Fostering entrepreneurship*, Paris
- OECD (2006), *The Role of Knowledge in Intensive Activities (KISA) in Innovation*, Paris.
- OECD. (2001), *The Well-being of Nations – The Role of Human and Social Capital*, OECD, Paris.
- OECD, (2010), *SME's, Entrepreneuship and innovation*, Paris
- Ostgaard, T. A. and Birley, S. (1996), 'New venture growth and personal networks', *Journal of Business Research*, Vol. 36, pp. 37-50.
- Portes, A. and Landholt, P. (1996), 'The downside of social capital', *The American Prospect*, Vol. 26, pp. 18-21.
- Putnam, R. D. (1993), *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press, Princeton, NJ.
- Putnam, R. D, (2000) *Bowling Alone : the collapse and revival of American Community*, New York, Simon and Shuster 2000
- Ray, C. (1999), 'Endogenous development in the era of reflexive modernity', *Journal of Rural Studies*, Vol. 15 No. 3, pp. 257-267.
- Ray, C. (2000), 'The EU LEADER programme: rural development laboratory', *Sociologia Ruralis*, Vol. 40 No. 2, pp. 163-171.
- Ray, C. (2002), 'A mode of production for fragile rural economies: the territorial accumulation of forms of capital', *Journal of Rural Studies*, Vol. 18, pp. 225-231.
- Richardson, R. and Gillespie, A. (2000), 'The economic development of peripheral rural areas in the information age', in Wilson, M.I. and Corey, K.E. (Eds), *Information Tectonics*, John Wiley and Sons, Chichester, pp. 199-218.
- Rosenfeld, Stuart, *just clusters*, 2002
- Ruoss, E. and Thompson, D.B.A. (1999), 'Introduction: the Alps and the mountains of Northern Europe', in Price, M. (Editor), *Global Change in the Mountains*, Parthenon Publishing, New York, pp.31-33.
- Sage, C. (2003), 'Social embeddedness and relations of regard: alternative 'good food' networks in south-west Ireland', *Journal of Rural Studies*, Vol. 19 No. 1, pp. 47-60.
- Sanders, J. and V. Nee, (1996), 'Immigrant self-employment: The family as social capital and the value of human capital', *American Sociological Review*, Vol. 61, pp. 231-249.

- Skuras, D., Dimara, E. and Vakrou, A. (2000), 'The day after grant-aid: business development schemes for small rural firms in lagging areas of Greece', *Small Business Economics*, Vol. 14, 125-136.

- Smallbone, D., North, D. and Kalantaridis, C. (1999), 'Adapting to peripherality: a study of small manufacturing firms in northern England', *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 11, pp. 109-127.

- Storper, M. (1997), *Territorial Development in a Global Economy*, Guilford Press, New York.

- Temple, J. (2001), 'Growth effects of education and sλιocial capital in OECD', in J.F. Helliwell (Ed.), *The Contribution of Human and Social Capital to Sustained Economic Growth and Well-being*, International Symposium Report. Human Resources Development, OECD, Paris.

- Tsobanoglou, G., "Rural Development and the role of Cooperatives with an emphasis on Women's Cooperatives", στο Tsobanoglou, G. O. (2010), (Ed.) *Women, Livelihoods and Socio-Economic Growth : Emerging Development Alternatives,* The Women Press, New Delhi, India

- Tsobanoglou, G., (2010), (Ed.) *Women, Livelihoods and Socio-Economic Growth : Emerging Development Alternatives,* The Women Press, New Delhi, India

- Wall, E., Ferrazzi, G. and Schyer, F. (1998), 'Getting the goods on social capital', *Rural Sociology*, Vol. 63 No 2, pp. 300-322.

- Williams, Darrell L. (1998) "Why do entrepreneurs become franchisees? An Empirical Analysis of Organizational Choice", *Journal of Business Venturing*, 14: 103 – 124.

- Woolcock, P. (1998), Social capital and economic development – towards a theoretical synthesis and policy framework. *Theory and Society.*

- Yeung, H. W. (1994), 'Critical reviews of geographical perspectives on business organizations and the organization of production: towards a network approach', *Progress in Human Geography*, Vol. 18 No. 4, pp. 460-490.