

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



UNIVERSITY OF  
THESSALY

ΤΜΗΜΑ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ:

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - MBA (MASTER IN BUSINESS  
ADMINISTRATION)

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ:

**ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΩΝ  
ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ  
ΕΛΛΑΔΑ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ  
ΝΟΜΟΥ ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ.**

ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ:

ΧΙΝΟΠΩΡΟΥ ΕΙΡΗΝΗ ΧΡΥΣΟΒΑΛΑΝΤΩ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:

ΣΔΡΟΛΙΑΣ ΛΑΜΠΡΟΣ

ΛΑΡΙΣΑ, 2020

## **ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η συγκεκριμένη μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών του Διατμηματικού ΜΠΣ Πλήρους Φοίτησης του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας στη Διοίκηση Επιχειρήσεων - MBA (Master in Business Administration) έχει συγγραφεί από εμένα προσωπικά και δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό. Η εργασία αυτή έχοντας εκπονηθεί από εμένα, αντιπροσωπεύει τις προσωπικές μου απόψεις επί του θέματος. Οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης διπλωματικής αναφέρονται στο σύνολό τους, δίνοντας πλήρεις αναφορές στους συγγραφείς, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο».

[ΧΙΝΟΠΩΡΟΥ ΕΙΡΗΝΗ ΧΡΥΣΟΒΑΛΑΝΤΩ]

[ΥΠΟΓΡΑΦΗ]

.....

.....

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία ασχολείται με τα προβλήματα και τις προοπτικές που προκύπτουν στις οικογενειακές επιχειρήσεις του νομού Ευρυτανίας κατά την περίοδο της χρηματοπιστωτικής κρίσης. Σύμφωνα με τα δεδομένα που συγκεντρώθηκαν από προσωπική έρευνα σε δείγμα 71 ατόμων μέσω ερωτηματολογίου τα οποία σχετίζονται με οικογενειακές επιχειρήσεις καθώς και μέσω θεωριών και ερευνών από τη διεθνή βιβλιογραφία, προσπαθήσαμε να κατανοήσουμε και να απαντήσουμε τα εξής ερωτήματα:

- Ποια τα βασικά προβλήματα των οικογενειακών επιχειρήσεων κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης;
- Η οικονομική κρίση έχει μόνο αρνητικό αντίκτυπο για μια οικογενειακή επιχείρηση;
- Ποιες μεθόδους και στρατηγικές θα πρέπει να αναπτύξουν οι οικογενειακές μικρομεσαίες επιχειρήσεις με σκοπό την εξέλιξη, την ανταγωνιστικότητα και την επιβιώσή τους;

**Λέξεις κλειδιά: οικογενειακή επιχείρηση, οικονομική κρίση, μικρομεσαίες επιχειρήσεις, επιχειρηματικότητα, προβλήματα, προοπτικές**

## **ABSTRACT**

The dissertation deals with the problems and prospects that arise in family businesses in the prefecture of Evritania during the financial crisis. Based on data collected from personal research on a sample of 71 people through a questionnaire related to family businesses as well as through theories and research from the international literature, we have tried to understand and answer the following questions:

- What are the main problems of family businesses during the financial crisis?
- Does the financial crisis only have a negative impact on a family business?
- What methods and strategies should small and medium-sized businesses develop in order to develop, compete and survive?

**Keywords: family business, financial crisis, small and medium enterprises, entrepreneurship, problems, opportunities**

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Το θέμα της διπλωματικής μου: ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΩΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ, το επέλεξα με αφορμή το ενδιαφέρον μου προς την έναρξη της ενασχόλησής μου με την οικογενειακή επιχείρηση, που έχει να κάνει με τον χώρο της εστίασης, την οποία διατηρούν εδώ και 30 χρόνια οι γονείς μου στην πρωτεύουσα του νομού Ευρυτανίας, το Καρπενήσι.

Νιώθω έντονα λοιπόν σε αυτό το σημείο, την ανάγκη να εκφράσω τις από καρδιάς ευχαριστίες μου σε όλους όσους συνέβαλαν στην προσπάθειά μου αυτή ως προς την σύνταξη της διπλωματικής εργασίας μου. Ευχαριστώ την οικογένειά μου, τους καθηγητές μου, τους φίλους μου καθώς και όλους αυτούς τους ανθρώπους που συναναστρέφομαι καθημερινά και με γεμίζουν με δύναμη και θετική ενέργεια. Θα ήθελα να αναφερθώ ονομαστικά και να ευχαριστήσω ιδιαίτερα για την άριστη συνεργασία μας, τον επιβλέποντα καθηγητή της εργασίας μου κύριο Σδρόλια Λάμπρο, ο οποίος ήταν πάντα εκεί πρόθυμος να με καθοδηγήσει και να μου δώσει πολύτιμες συμβουλές. Επιπλέον, ευχαριστώ για την συμμετοχή τους στο ερωτηματολόγιο τους ιδιοκτήτες και τους εργαζομένους των επιχειρήσεων που υφίστανται στο νομό Ευρυτανίας. Τέλος, δεν θα μπορούσα να παραλείψω το στήριγμά μου, τους γονείς μου, τον πατέρα μου Γεώργιο και την μητέρα μου Ελένη, οι οποίοι με προσωπικούς κόπους και στερήσεις στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης στέκονται ακλόνητοι βράχοι πάντα δίπλα μου στηρίζοντας κάθε μου βήμα, κάθε μου απόφαση. Σε αυτούς αφιερώνω και την παρούσα εργασία.

Με εκτίμηση,

Χινοπόρου Ειρήνη Χρυσοβαλάντω

## Περιεχόμενα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ.....	8
ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΝΑΦΟΡΑΣ.....	8
ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	9
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ .....	11
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	12
ΔΟΜΙΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ .....	14
ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ .....	14
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ .....	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ .....	22
ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ .....	22
Η ΘΕΣΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ.....	24
ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	24
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΔΟΧΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ .....	25
Μ.Μ.Ε. ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ (ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ) .....	27
ΟΡΙΣΜΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ.....	27
ΓΕΝΙΚΑ .....	27
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ .....	28
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ .....	29
ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ .....	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ .....	30
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ.....	30
ΣΥΛΛΟΓΗ ΤΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ .....	30
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	31
ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ .....	31
ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ.....	31
ΑΝΑΛΥΣΗ ΓΕΝΙΚΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	38
ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΗΣΗΣ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ .....	47
ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΕΙΤΕ ΘΕΤΙΚΑ ΕΙΤΕ ΑΡΝΗΤΙΚΑ.....	50

ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΕΘΟΔΩΝ ΕΞΕΛΙΞΗΣ, ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΒΙΩΣΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	59
ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΙΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ .....	63
ΓΡΑΜΜΙΚΕΣ ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΙΣ ΤΩΝ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ.....	68
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ.....	72
ΘΕΩΡΗΤΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	72
ΕΜΠΕΙΡΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	73
ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΣΤΙΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ .....	74
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ.....	75
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	76
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ .....	79

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ**

### **ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΝΑΦΟΡΑΣ**

Οι οικογενειακές επιχειρήσεις αποτελούν τον πυλώνα της παγκόσμιας οικονομίας, έτσι και στην Ελλάδα αποτελούν την ραχοκοκαλιά της ελληνικής οικονομίας. Παρόλο που υπάρχουν πολλοί ορισμοί των οικογενειακών επιχειρήσεων, κανένας από αυτούς δεν ορίζει ακριβώς τι είναι οικογενειακή επιχείρηση. Οι ορισμοί αυτοί έχουν ως βάση κάποια κύρια χαρακτηριστικά της οικογενειακής επιχείρησης τα οποία είναι η ιδιοκτησία, η διαδοχή και η διοίκηση της επιχείρησης. Η οικογενειακή επιχείρηση μπορεί να έχει οποιαδήποτε νομική μορφή και η δραστηριοποίηση της να είναι σε οποιοδήποτε κλάδο της οικονομίας. Οι οικογενειακές επιχειρήσεις συνήθως διακρίνονται σε πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες. Βασικό χαρακτηριστικό τους είναι ότι μεταβιβάζονται από γενιά σε γενιά. Συνήθως, τα παιδιά των ιδιοκτητών των επιχειρήσεων αυτών από μικρή ηλικία εκπαιδεύονται σε δουλειές που αφορούν την επιχείρηση, ενώ ακόμα και ο προσανατολισμός των σπουδών τους βασίζεται στις ανάγκες της επιχείρησης. Οι οικογενειακές επιχειρήσεις αποτελούν σήμερα περίπου το 80% των επιχειρήσεων της Ελλάδας. Όπως κάθε επιχείρηση, έτσι κι αυτές αντιμετωπίζουν πολλές δυσκολίες στις μέρες μας. Το κοινό χαρακτηριστικό ανάμεσα στην πλειοψηφία των οικογενειακών επιχειρήσεων, το οποίο τις κάνει να ξεχωρίζουν από τους υπόλοιπους τύπους επιχειρήσεων είναι το γεγονός ότι ανήκουν, διοικούνται και επηρεάζονται από μέλη μιας οικογένειας.

Μια οικογενειακή επιχείρηση μπορεί να περιγραφεί ως αλληλεπίδραση μεταξύ δύο ξεχωριστών αλλά συνδεδεμένων συστημάτων –της επιχείρησης και της οικογένειας– με αβέβαια όρια και διαφορετικούς κανόνες. Οι οικογενειακές επιχειρήσεις μπορεί να περιλαμβάνουν πολλούς συνδυασμούς μελών της οικογένειας σε διάφορους επιχειρηματικούς ρόλους, συμπεριλαμβανομένων συζύγων, γονέων, παιδιών, εκτεταμένων οικογενειών και πολλών γενεών που παίζουν τους ρόλους των μετόχων, των μελών του διοικητικού συμβουλίου, των συνεργατών, των συμβούλων και των υπαλλήλων. Συχνά προκύπτουν συγκρούσεις λόγω της αλληλοεπικάλυψης αυτών των ρόλων. Οι τρόποι με τους οποίους τα άτομα επικοινωνούν συνήθως μέσα σε μια οικογένεια, για παράδειγμα, μπορεί να είναι ακατάλληλοι σε επιχειρηματικές καταστάσεις. Ομοίως, οι προσωπικές ανησυχίες ή οι αντιπαραθέσεις ενδέχεται να μεταφερθούν στο χώρο της εργασίας εις βάρος της εταιρίας. Για να πετύχει, μια οικογενειακή επιχείρηση πρέπει να διατηρεί ανοιχτές τις γραμμές επικοινωνίας, να χρησιμοποιεί εργαλεία στρατηγικού σχεδιασμού και να λαμβάνει τη βοήθεια εξωτερικών συμβούλων, όπως απαιτείται.



## **ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Οι αλλαγές που συμβαίνουν σε εγχώριο αλλά και παγκόσμιο επίπεδο όσο αφορά την οικονομία είναι σαφές ότι επηρεάζουν σε σημαντικό βαθμό τις οικογενειακές επιχειρήσεις της χώρας. Οι οικογενειακές επιχειρήσεις αποτελούν πυλώνα της ελληνικής οικονομίας και είναι σαφές ότι χωρίς την ύπαρξη αυτών δεν θα υπήρχε σήμερα αυτό που εμείς αποκαλούμε οικονομία.

Τα πλεονεκτήματα που εμφανίζουν είναι αρκετά, όμως αυτό δεν σημαίνει ότι δεν υπάρχουν παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά το να είναι κάποιος ιδιοκτήτης μιας τέτοιου είδους επιχείρησης.

Οι περισσότερες ελληνικές επιχειρήσεις παρά τις δυσκολίες, φαίνεται πως έχουν τη δύναμη να προσαρμόζονται σε όσο δύσκολες συνθήκες κι αν διανύει η ελληνική οικονομία, υιοθετώντας όλα αυτά τα σκληρά μέτρα αντιμετώπισης της οικονομικής κρίσης. Οι συνθήκες αγοράς μέσα στην οποία ιδρύονται και δρουν όλες αυτές οι επιχειρήσεις έχει αλλάξει ριζικά και αυτό που καλούνται να κάνουν οι επιχειρήσεις αυτές είναι να καταφέρουν να ανταπεξέλθουν υπό αυτές τις συνθήκες.

Με βάση όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, προκύπτουν τα εξής ερευνητικά ερωτήματα τα οποία σχετίζονται με τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι οικογενειακές επιχειρήσεις στο Νομό Ευρυτανίας λόγω της οικονομικής κρίσης καθώς και οι προοπτικές που αναπτύσσονται εν μέσω αυτής:

- Η οικονομική κρίση αποτελεί εμπόδιο στην επιχειρηματικότητα;
- Ποιες είναι οι επιπτώσεις της κρίσης στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις;
- Πως αντιδρούν οι επιχειρηματίες στην οικονομική κρίση;
- Ποιο είναι το μέλλον και ποια η σπουδαιότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα;
- Ποιοι είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν την ίδρυση μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα;
- Ποια τα βασικά προβλήματα των οικογενειακών επιχειρήσεων κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης;
- Η οικονομική κρίση έχει μόνο αρνητικό αντίκτυπο για μια οικογενειακή επιχείρηση;

- Ποιες μεθόδους και στρατηγικές θα πρέπει να αναπτύξουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις με σκοπό την εξέλιξη, την ανταγωνιστικότητα και την επιβίωσή τους;

## **ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ**

Ο σκοπός της έρευνας είναι να αποδειχτεί πως κατά τη διάρκεια μιας οικονομικής κρίσης δεν δημιουργούνται μόνο προβλήματα στις οικογενειακές επιχειρήσεις αλλά και προοπτικές.

Βασικός στόχος της συγκεκριμένης έρευνας είναι να εντοπιστούν οι κύριες επιπτώσεις που επέφερε η οικονομική κρίση στη λειτουργία των οικογενειακών επιχειρήσεων στον Νομό Ευρυτανίας καθώς επίσης και οι ευκαιρίες-προοπτικές που γεννιούνται μέσω μιας κρίσης.

## ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε για την εξέταση και ενίσχυση των βασικών ερευνητικών στόχων της έρευνας είναι το ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο είναι ένα μέσο συλλογής στοιχείων στο οποίο οι υποψήφιοι ερωτηθέντες καλούνται να απαντήσουν σε κάποιο αριθμό ερωτήσεων οι οποίες σχετίζονται με ένα συγκεκριμένο θέμα. Επιλέχθηκε αυτή η μέθοδος αφού αναμένεται ότι θα αποφέρει υψηλό ποσοστό αξιοπιστίας στην έρευνα λόγω του πλεονεκτήματος που έχει το οποίο δίνει τη δυνατότητα σε κάποιον να απαντήσει ανώνυμα, διευκολύνοντάς τον στο να δίνει πιο ειλικρινείς απαντήσεις.

Το παρόν ερωτηματολόγιο συνδυάζει ερωτήσεις ανοικτού και κλειστού τύπου και δημιουργήθηκε εξ' ολοκλήρου από την αρχή, με τη βοήθεια βέβαια παρόμοιων ερωτηματολογίων που έχουν χρησιμοποιηθεί κατά καιρούς σε παρόμοιες έρευνες, με βάση τις ανάγκες της έρευνας.

Η δομή του ερωτηματολογίου είναι η εξής:

- Μέρος α': Δημογραφικά χαρακτηριστικά
- Μέρος β': Γενικά χαρακτηριστικά της επιχείρησης
- Μέρος γ': Οικονομικά χαρακτηριστικά
- Μέρος δ': Χρήση νέων τεχνολογιών
- Μέρος ε': Παράγοντες που επηρεάζουν τη λειτουργία της επιχείρησης είτε αρνητικά είτε θετικά
- Μέρος στ': Μέθοδοι με σκοπό την εξέλιξη, την ανταγωνιστικότητα και την επιβίωση των οικογενειακών επιχειρήσεων
- Μέρος ζ': Πιθανές επιπτώσεις που επέφερε η οικονομική κρίση στην οικογενειακή επιχείρηση

Τα αποτελέσματά του θεωρούνται απαραίτητα για την διεκπεραίωση της έρευνας αφού μέσα από αυτά θα δοθούν οι απαντήσεις στα ερευνητικά ερωτήματα.

## **ΔΟΜΙΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Η εργασία αποτελείται από πέντε κεφάλαια, τα οποία περιγράφονται παρακάτω καθώς επίσης και από τη βιβλιογραφία και τα παραρτήματα.

Ξεκινά με το πρώτο κεφάλαιο, την Εισαγωγική Προσέγγιση, το οποίο αποτελείται από τέσσερις ενότητες, όπου αναφέρεται το ερευνητικό πρόβλημα που μελετήθηκε, ο σκοπός και οι στόχοι της έρευνας καθώς και τα ερευνητικά εργαλεία αυτής.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στη θεωρητική και ερευνητική βιβλιογραφική ανασκόπηση με υλικό που η συγκέντρωσή του έγινε από πηγές μέσω διαδικτύου, μέσα από βιβλία καθώς και μέσω επιστημονικών άρθρων που σχετίζονταν με τις οικογενειακές επιχειρήσεις.

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται μια θεωρητική προσέγγιση όπου αναγράφεται η έννοια της οικογενειακής επιχείρησης. Επιπλέον αναφέρονται διάφορες γενικές θεωρητικές προσεγγίσεις που αφορούν τις οικογενειακές επιχειρήσεις και έχουν να κάνουν με τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα αυτών, τη διαδοχή τους, τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης σ' αυτές κ.α. Επίσης εστιάζουμε στις οικογενειακές επιχειρήσεις του νομού Ευρυτανίας.

Εν συνεχεία, στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στο σκοπό της έρευνας και το ερευνητικό πεδίο όπως και στην ερευνητική μέθοδο ( περιγραφή του συγκεντρωθέντος δείγματος, μέθοδος λήψης δεδομένων, τρόπος μέτρησης μεταβλητών). Ακόμα, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας με τη χρήση του στατιστικού προγράμματος SPSS και τα ερευνητικά συμπεράσματα που προκύπτουν.

Στο τελευταίο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα καθώς και κάποιες προτάσεις για μελλοντική έρευνα.

Τέλος, παρουσιάζονται η ελληνική και ξενόγλωσση βιβλιογραφία και οι ιστοσελίδες απ' όπου αντλήθηκαν τα επιστημονικά άρθρα και όλες οι σχετικές πληροφορίες. Επίσης, εμφανίζεται το ερωτηματολόγιο μέσω του οποίου έγινε η συλλογή στοιχείων για την υλοποίηση της έρευνας.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ**

Το ενδιαφέρον για έρευνες σχετικά με τις οικογενειακές επιχειρήσεις έχει αυξηθεί και αυτό είναι χαρακτηριστικό τις τελευταίες δεκαετίες. Αυτό αποδεικνύεται χάρη στα εκατοντάδες άρθρα που δημοσιεύονται περί των οικογενειακών επιχειρήσεων και στον μεγάλο αριθμό πανεπιστημίων που ασχολούνται με έρευνες και εκπαιδευτικά προγράμματα σχετικά με αυτές.

### **ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ**

Ένα από τα πιο αξιοσημείωτα συμπεράσματα που μπορούν να εξαχθούν σχετικά με τον τομέα της οικογενειακής επιχείρησης είναι το πόσο πρόσφατα έλαβε επιστημονική προσοχή. Το 1997, ο Litz υποστήριξε ότι «η παράλειψη της οικογενειακής επιχείρησης από τις τελευταίες δεκαετίες επιχειρηματικής έρευνας προκύπτει από ένα μακροχρόνιο πρότυπο αλληλεπίδρασης μεταξύ επιχειρήσεων, ρυθμιστικών επιχειρήσεων, ακαδημαϊκών ιδρυμάτων και μεμονωμένων ακαδημαϊκών ερευνητών». Υπήρχαν τόσο εμπόδια όσο και έλλειψη κινήτρων που συνέβαλαν σε αυτήν την παράλειψη. Παραδοσιακά, η επιχειρησιακή εκπαίδευση σχεδιάστηκε για να προετοιμάσει τους μαθητές για σταδιοδρομία σε μεγάλους, περίπλοκους οργανισμούς. Υπήρχαν λίγα σεβαστά σημεία για τη δημοσίευση ερευνητικών μελετών που αφορούσαν θέματα οικογενειακών επιχειρήσεων. Οι οικογενειακές επιχειρήσεις συχνά δεν ήταν συνεργάσιμες όσον αφορά την παροχή πληροφοριών στους ερευνητές. Έτσι, το σώμα της γνώσης ήταν ελλιπής σε θεωρίες και μοντέλα για δοκιμές. Η πρώτη διατριβή που αναγνωρίστηκε ως επικεντρωμένη σε θέματα οικογενειακών επιχειρήσεων δημιουργήθηκε το 1953 (Sharma, Hoy, Astrachan, & Koiranen, 2007), αλλά το 1988 συχνά αναφέρεται ως το έτος κατά το οποίο η επιστημονική έρευνα των οικογενειακών επιχειρήσεων έγινε κύρια ροή (Sharma, Melin, & Nordqvist, 2014). Το πρώτο περιοδικό που ειδικεύεται στη δημοσίευση οικογενειακών επιχειρηματικών μελετών, *Family Business Review*, κυκλοφόρησε εκείνο το έτος. Η αυξημένη αναγνώριση της πραγματικότητας της παγκοσμιοποίησης ήταν επίσης ένας παράγοντας. Οι μελετητές άρχισαν να αποδέχονται τα στοιχεία ότι οι οικογενειακές επιχειρήσεις αντιπροσώπευαν την κυρίαρχη μορφή οργάνωσης οικονομικών επιχειρήσεων σε πολλές χώρες του κόσμου (Astrachan & Shanker, 2003; Routziouris, Smyrniotis, & Klein, 2006; Poza & Daugherty, 2013). Αυτή η συνειδητοποίηση συνοδεύτηκε από αναγνώριση ότι μπορεί να υπάρχουν διακρίσεις μεταξύ οικογενειακών και μη οικογενειακών επιχειρήσεων και ότι τόσο οι μαθητές όσο και οι επαγγελματίες πρέπει να κατανοήσουν αυτές τις διακρίσεις για να εφαρμόσουν την εκπαίδευσή τους και στις δύο οργανωτικές μορφές.

Τα πρώτα θέματα της έρευνας για οικογενειακές επιχειρήσεις προέρχονταν από την πρακτική (Sharma et al., 2007). Πολλοί από τους συγγραφείς των δημοσιεύσεων ήταν επαγγελματίες οικογενειακών επιχειρήσεων ή σύμβουλοι. Τα έργα τους ήταν συνήθως ανεκδοτικά, βασισμένα περισσότερο στην προσωπική εμπειρία παρά στην επιστημονική ευρυμάθεια. Οι Sharma et al. (2007) αναφέρουν τους Léon και Katie Danco, συνιδρυτές του Κέντρου Οικογενειακών Επιχειρήσεων το 1962, που εφιστούν την προσοχή στην οικογενειακή επιχείρηση ως θέμα για επιπλέον μόρφωση. Τα βιβλία του Léon Danco (Danco, 1975, 1982; Danco & Jonovic, 1981) εισήγαγαν πολλά θέματα που σχετίζονται με οικογενειακές εταιρείες. Τα βιβλία περιείχαν

πολλές συμβουλές για οικογένειες που κατείχαν και λειτουργούσαν επιχειρήσεις. Οι οδηγίες σε αυτά τα βιβλία υιοθετήθηκαν από πολλούς συμβούλους. Πολλοί ακολούθησαν με τα δικά τους βιβλία (π.χ., Bork, 1986; Jaffe, 1991). Τελικά, ακαδημαϊκοί μελετητές άρχισαν να ερευνούν ορισμένα από τα θέματα που ο Danco και άλλοι αντιμετώπισαν δυσκολίες σε προσπάθειες να υποστηρίξουν ή να αντικρούσουν τις παρατηρήσεις τους.

Τα θέματα που εντοπίστηκαν τα χρόνια πριν από την έναρξη της δημοσιοποίησης του Family Business Review περιελάμβαναν τη διαδοχή (ιδιοκτησία και διαχείριση), τη διακυβέρνηση, τον προγραμματισμό ακινήτων, τη διαπροσωπική σύγκρουση και πολλά άλλα. Οι δημοσιεύσεις από συμβούλους προσανατολίστηκαν σε επαγγελματίες, εντοπίζοντας προβλήματα που αντιμετωπίζουν συχνά οι οικογένειες στις επιχειρήσεις και πρότειναν δράσεις για την επίλυση αυτών των προβλημάτων. Αυτά τα θέματα και τα προβλήματα προκάλεσαν το ενδιαφέρον ορισμένων από τους πρωτοπόρους ακαδημαϊκούς ερευνητές. Προσπάθησαν να τεκμηριώσουν εμπειρικά την ύπαρξη των προβλημάτων και διερεύνησαν τις ενέργειες και τις συμπεριφορές που σχετίζονται με την υπέρβαση ή την επιδείνωση των προβλημάτων.

Ορισμένοι επαγγελματικοί οργανισμοί έχουν δημιουργήσει κομμάτια, ομάδες ενδιαφερόντων και τμήματα που ειδικεύονται στην έρευνα και την εκπαίδευση των οικογενειακών επιχειρήσεων. Η International Family Enterprise Research Academy έχει ένα ετήσιο θέμα, με μερικά παραδείγματα να είναι η τοποθεσία και η διεθνοποίηση της οικογενειακής επιχείρησης (2017), οι αφηγήσεις για την οικογενειακή επιχείρηση (2016) και η παράδοση και η καινοτομία στην οικογενειακή επιχείρηση (2015). Το Family Enterprise Research Conference ανακοινώνει επίσης θέματα, όπως η γεφύρωση του χάσματος (2017), η επιρροή του ιδρυτή (2016) και η βιωσιμότητα (2015).

Παρόλο που η σημασία των οικογενειακών εταιρειών θεωρείται πως είναι πολύ μεγαλύτερη στην Ευρώπη (Botero et al., 2015), οι οικογενειακές επιχειρήσεις συμβάλλουν το ίδιο σημαντικά στην ανάπτυξη των οικονομιών στη Νότια και Ανατολική Ασία, τη Λατινική Αμερική και την Αφρική (Tharawat Magazine, 2014).

Οι οικογενειακές επιχειρήσεις θεωρείται ότι τείνουν να παραμένουν στις εγχώριες αγορές τους και να υιοθετούν συντηρητικές συμπεριφορές, τείνοντας να προστατεύουν τον κοινωνικο-συναισθηματικό τους πλούτο (Gomez-Mejia et al., 2007; Kotlar et al., 2017), που αναφέρεται στο συναισθηματικό κομμάτι των οικογενειακών μελών, συμπεριλαμβανομένου του οικογενειακού ελέγχου και της επιρροής στην επιχείρηση, της συναισθηματικής τους προσήλωσης και την κοινή ταυτοποίηση τους με την εταιρεία, τους κοινωνικοί δεσμούς τους με τα ενδιαφερόμενα μέρη και την επιθυμία τους να ανανεώσουν τους οικογενειακούς δεσμούς μέσω της δυναμικής διαδοχής. Αυτή η άποψη είναι σύμφωνη με την κοινή υπόθεση ότι οι οικογενειακές επιχειρήσεις έχουν ισχυρή σύνδεση με τις περιοχές καταγωγής τους και τις τοπικές ρίζες τους (Bird and Wennberg, 2014). Επιπλέον, οι ιδιοκτήτες οικογενειακών επιχειρήσεων είναι πιθανό να έχουν μεγαλύτερο μερίδιο του κεφαλαίου τους δεσμευμένο στην εταιρεία (Casson, 1999), το οποίο συχνά οδηγεί στην απομάκρυνσή τους από επικίνδυνες επενδύσεις σε διεθνείς αγορές.

Η πλειονότητα των μελετών υποστηρίζει ότι οι οικογενειακές επιχειρήσεις διεθνοποιούνται λιγότερο (Fernández και Nieto, 2005, 2006). Αυτό πιθανότατα οφείλεται στη γνωστή απροθυμία τους να αραιώσουν την ιδιοκτησία, η οποία μπορεί να οδηγήσει στην έλλειψη όχι μόνο οικονομικών πόρων που απαιτούνται για την ανάπτυξη σε διεθνές επίπεδο (Anderson and Reeb, 2004), αλλά και εξειδικευμένης διαχείρισης με ειδικές γνώσεις διαφορετικών καταναλωτικών προτιμήσεων, διεθνείς πολιτικές διανομής, παραγωγής και εφοδιαστικής (Graves and Thomas, 2006). Οι Gómez-Mejía, Makri και Larraza-Kintana (2010) υποστηρίζουν αυτά τα συμπεράσματα υποστηρίζοντας ότι οι οικογενειακές επιχειρήσεις τείνουν να είναι πιο συντηρητικές από τις μη οικογενειακές εταιρείες. Επομένως, οι εκτιμήσεις αποφυγής κινδύνου ωθούν τις οικογενειακές επιχειρήσεις προς μια μεγαλύτερη εστίαση στην εγχώρια αγορά και όταν κάνουν διεθνοποίηση, τείνουν να επικεντρώνονται σε χώρες που είναι γεωγραφικά και πολιτισμικά πιο κοντά.

Οι οικογενειακές επιχειρήσεις έχουν πρόσφατα αναγνωριστεί ως σημαντικοί πρωταγωνιστές της διεθνούς επιχειρηματικότητας. Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους, η δύναμη της οικογενειακής εμπλοκής και η συναισθηματική προσκόλληση στην εταιρεία, π.χ. ανθρώπινο κεφάλαιο ειδικά για την επιχείρηση (Gedajlovic and Carney, 2010), κεφάλαιο ασθενών και μακροπρόθεσμος προσανατολισμός (De Massis et al., 2018), χαμηλότερο υπηρεσιακό κόστος (Chrisman, Chua and Litz, 2004; Miller and Le Breton-Miller, 2006), και υψηλότερη χρηματοδότηση κοινωνικού κεφαλαίου (Gallo and Pont, 1996; Piva, Rossi-Lamastra, και De Massis, 2013; Sirmon and Hitt, 2003) · Zhara, 2003) ενεργούν ως κίνητρα για την ανάληψη παγκόσμιων πρωτοβουλιών.

Ο ισχυρισμός ότι η οικογενειακή συμμετοχή επηρεάζει τη σταθερή συμπεριφορά και την απόδοση δεν είναι καινούργιος (π.χ. Zahra, 2003), αν και ορισμένοι μελετητές έχουν προειδοποιήσει ότι η οικογενειακή συμμετοχή είναι απαραίτητη αλλά ανεπαρκής προϋπόθεση για τις οικογενειακές επιχειρήσεις να συμπεριφέρονται με διακριτικό τρόπο, που σημαίνει ότι τέτοιου είδους συμμετοχή δεν επαρκεί για τον άμεσο προσδιορισμό διακριτικών οικογενειακών εταιρειών, εκτός εάν ληφθούν υπόψη οι τάσεις συμπεριφοράς της εμπλεκόμενης οικογένειας, δηλαδή η προθυμία και η ικανότητα (De Massis et al., 2014; De Massis, Di Minin, και Frattini, 2015). Πιο πρόσφατα, ορισμένοι μελετητές (π.χ., Chrisman et al., 2015) επεσήμαναν τη σημασία της εξέτασης τόσο του βαθμού όσο και του τύπου της οικογενειακής εμπλοκής για να κατανοήσουν πώς η εμπλοκή της οικογένειας μεταφράζεται σε επιχειρησιακή συμπεριφορά. Αυτό συνεπάγεται τη σύλληψη της ετερογένειας(ποικιλομορφία) της οικογένειας και των επιπτώσεών της (Combs et al., 2017; Jaskiewicz and Dyer, 2017).

Οι οικογενειακές επιχειρήσεις μπορεί να έχουν πλεονεκτήματα απόδοσης έναντι μη οικογενειακών οργανισμών. Η ανώτερη διοίκηση σε αυτούς τους οργανισμούς, αποτελείται τις περισσότερες φορές από μέλη της οικογένειας. Έχουν ένα μακροπρόθεσμο προσανατολισμό στις αποφάσεις που λαμβάνονται, καθώς επίσης



επιδεικνύουν χαρακτηριστικά τα οποία σπάνια συναντά κανείς σε μη οικογενειακές επιχειρήσεις (Anderson και Reeb, 2003; Gallo και Pont, 1996; Zellweger, 2005)

Η διοίκηση μιας οικογενειακής επιχείρησης είναι πιο περίπλοκη από ότι για επιχειρήσεις που δεν ανήκουν στην κατηγορία των οικογενειακών, λόγω του κυρίαρχου ρόλου που κατέχει η οικογένεια, τα μέλη της οποίας συνήθως διευθύνουν την επιχείρηση. Σε μια οικογενειακή επιχείρηση, η επιχείρηση, η οικογένεια και η ομάδα διοίκησης χρειάζονται διακυβέρνηση. Εάν η επιχείρηση δεν έχει μια σαφή αίσθηση κατεύθυνσης, σαφείς αξίες, καλά κατανοητές και λογικές πολιτικές, δεν απαρτίζεται από τους κατάλληλους ανθρώπους ώστε να είναι σε θέση να εντοπίσει και να αντιμετωπίσει τα μεγάλα ζητήματα που αφορούν την επιχείρηση, τότε το σύστημα διακυβέρνησης είναι ελαττωματικό και πρέπει να βελτιωθεί. Δεδομένου ότι είναι δύσκολο για τους περισσότερους ανθρώπους να αντιμετωπίσουν ιδιαίτερα ευαίσθητα ζητήματα και να προχωρήσουν μπροστά, κάποιος βαθμός τυπικότητας συχνά βοηθά τους ανθρώπους να επικεντρώνονται στα ζητήματά τους, να εργάζονται για τους στόχους τους και να επιλύουν τις διαφορές τους. Αυτό που είναι σαφές με τις οικογενειακές επιχειρήσεις είναι ότι μερικές δομές διακυβέρνησης με καλή σύνθεση και καλή διαχείριση βοηθούν σε μεγάλο βαθμό τις πιθανότητές σας για αποτελεσματική διαχείριση (Davis, 2001) .

Ομοίως, τα περιοδικά έχουν ξεκινήσει και ολοκληρώσει πολυάριθμα ειδικά θέματα σε θέματα εντός του οικογενειακού τομέα. Το συνέδριο Theories of Family Business συσχετίζεται συχνότερα με τη θεωρία και την πρακτική της επιχειρηματικότητας. Ειδικά θέματα που δημοσιεύθηκαν από το περιοδικό έχουν επικεντρωθεί στις προκλήσεις στη μεταφορά γενεών μεταξύ των γενεών (Νοέμβριος 2016), στις προκλήσεις διακυβέρνησης (Νοέμβριος 2015) και στον κοινωνικο-συναισθηματικό πλούτο (Μάρτιος 2015). Η οργανωτική δυναμική πιστεύεται ότι είναι το πρώτο περιοδικό που αφιέρωσε ένα ειδικό τεύχος στην οικογενειακή επιχείρηση, το οποίο δημοσιεύθηκε το 1983. Μαζί με τη δημιουργία του Family Business Review, αυτό το ειδικό τεύχος θεωρείται ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες για να προσελκύσουν τους μελετητές να πάρουν την οικογενειακή επιχείρηση στα σοβαρά ως πεδίο έρευνας. Ποικιλία θεμάτων έχουν καλυφθεί από τα άρθρα που είναι αποδεκτά για τα ειδικά θέματα. Τα παραδείγματα περιλαμβάνουν πρότυπα μάθησης, καινοτομία, διακυβέρνηση, περιφερειακή ανάπτυξη, λογιστική και αναφορά, οργανωτική συμπεριφορά, χρονικές διαστάσεις, κοινωνικά ζητήματα, συμβουλές, ετερογένεια και δημιουργία αξίας.

Ο παγκόσμιος όγκος των οικογενειακών επιχειρήσεων εξασφαλίζει μια ατελείωτη πηγή ερωτήσεων και προβλημάτων για τους ερευνητές. Το πεδίο έχει εξελιχθεί και διευρυνθεί. Οι ενώσεις, τα συνέδρια και τα περιοδικά είχαν επιρροή στην αποκάλυψη θεμάτων και στην παροχή χώρων ανταλλαγής ιδεών και πληροφοριών. Και, όπως με σχεδόν όλους τους κλάδους, τα κίνητρα για την έρευνα προέρχονται από μεμονωμένους μελετητές. Η φύση των σχέσεων μεταξύ μιας επιχείρησης, των ιδιοκτητών της και των διαχειριστών της διασχίζει πολλαπλούς κλάδους. Αυτό έχει επεκτείνει τον αριθμό των θεμάτων που ερευνάται.

Η κατανόηση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι μικρές επιχειρήσεις είναι πρακτικής σημασίας για όσους ασχολούνται με τις μικρές επιχειρήσεις. Για ιδιοκτήτες / διευθυντές μικρών επιχειρήσεων, η αντίληψη μιας κατάστασης ως προβλήματος μπορεί να επηρεάσει τη συμπεριφορά τους, όπως και την αναζήτηση πληροφοριών (Lang, Calantone και Gudmundson, 1997; Pineda, Lerner, Miller and Phillips, 1998), την απόκτηση γνώσεων, την καθοδήγηση και την επιχειρηματική απόδοση (Walsh, 1988). Για τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής, αυτή η κατανόηση, μεταξύ άλλων, θα βοηθήσει στη διαμόρφωση πολιτικών και στην ανάπτυξη προγραμμάτων βοήθειας για μικρές επιχειρήσεις (SBAPs). Για τους ακαδημαϊκούς, η γνώση των προβλημάτων μπορεί να βοηθήσει στην καθοδήγηση της ερευνητικής τους προσπάθειας (Banks and Taylor, 1991). Για συμβούλους, τόσο από τον δημόσιο όσο και από τον ιδιωτικό τομέα, η συνειδητοποίηση των προβλημάτων μπορεί να τους βοηθήσει να είναι καλύτερα εξοπλισμένοι με εμπειρογνωμοσύνη και γνώσεις που μπορούν να βελτιώσουν την ποιότητα των υπηρεσιών τους. Εννοιολογικά, ένα πρόβλημα είναι η αντιληπτή διαφορά μεταξύ μιας τρέχουσας και μιας επιθυμητής κατάστασης της πραγματικότητας (Downs, 1967). Σε γενικές γραμμές, τα οργανωτικά προβλήματα έχουν ταξινομηθεί ως εκείνα που σχετίζονται είτε με ανθρώπινες σχέσεις και τεχνικά ζητήματα (Blake and Mouton, 1964), οργανωτικές εισροές και εκροές (Acar, 1984), ή ως στρατηγικά και επιχειρησιακά ζητήματα (Drucker, 1954). Η αντίληψη μιας κατάστασης ως πρόβλημα εξαρτάται εσωτερικά από τη γνώση ενός ατόμου (Pounds, 1969) και τα κίνητρα, όπως η εκπαίδευση, το υπόβαθρο και η εμπειρία (Jones-Evans, 1996), και εξωτερικά από την κατάσταση που αντιμετωπίζεται (Cowan, 1986), όπως η γεωγραφική τοποθεσία, στάδιο ανάπτυξης, βιομηχανικός τομέας (Storey, 1985) και εθνικό περιβάλλον (Ivy, 1997). Αρκετά άρθρα έχουν προτείνει και αναπτύξει πλαίσια για την ταξινόμηση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες και έχουν βελτιώσει τις γνώσεις μας για αυτά τα προβλήματα. Έχουν προταθεί ορισμένα εννοιολογικά πλαίσια, για παράδειγμα, ο Welsh (1988) ομαδοποίησε τα προβλήματα σε πέντε τομείς βάσει ενός προκαθορισμένου σχεδίου. Αυτοί οι πέντε τομείς βασίζονται στη λειτουργία και αποτελούνται από:

1. ανθρώπινες σχέσεις
2. λογιστική-χρηματοδότηση
3. μάρκετινγκ εσωτερική διαχείριση και
4. εξωτερική διαχείριση.

## ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΙΣΗ

Η πρόσφατη έρευνα βασίστηκε πιο εμπειρικά και δημιούργησε μερικά πιο περιεκτικά πλαίσια, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που αναπτύχθηκαν από τους Cowan (1990) και Terptrta και Olson (1993). Στη μελέτη Cowan (1990), 59 διευθυντές μεσαίου και ανώτερου επιπέδου που εγγράφηκαν σε ένα διετές εκτελεστικό πρόγραμμα MBA κλήθηκαν να γράψουν τα προβλήματα που αντιμετώπισαν, ενώ 115 CEOs από 500 εταιρείες που περιλαμβάνονται στο τεύχος Δεκεμβρίου 1987 του περιοδικού Inc. ζήτησαν να θυμηθούν τα προβλήματα που αντιμετώπισαν στα ερωτηματολόγια στη μελέτη Terptrta και Olson (1993). Αυτές οι εταιρείες ήταν αυτές μεταξύ των ταχύτερα αναπτυσσόμενων στις ΗΠΑ το 1987. Έχει υπάρξει λίγη συστηματική εμπειρική έρευνα σχετικά με τους τύπους προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι μικρές επιχειρήσεις με μέσο όρο που χαρακτηρίζουν τον τομέα σε αντίθεση με αυτό που αφορά τη διερεύνηση της υψηλής ανάπτυξης και των αποτυχιών. Προηγούμενες μελέτες έχουν διεξαχθεί κυρίως σε μεγαλύτερες εταιρείες.

Η πλειονότητα των εμπορικών επιχειρήσεων είναι πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις που απασχολούν ένα έως 49 άτομα (πάνω από το 90% των επιχειρήσεων). Σύμφωνα με τις πρόσφατες μελέτες και ενδείξεις, μικρές και μεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ) του εμπορικού τομέα σε περιόδους παρατεταμένης οικονομικής κρίσης ενδέχεται να υποφέρουν δυσανάλογα από οικονομική ύφεση, λόγω των περιορισμένων χρηματοοικονομικών πόρων τους και της εξάρτησής τους από τον δανεισμό των τραπεζών, καταβάλλοντας τέτοια υψηλά επιτόκια. Προσθέτοντας στην οικονομική πτυχή, τις σχετικές αδυναμίες τους από την άποψη της τεχνολογικής, διαχειριστικής και τις ανθρώπινες ικανότητες μπορεί να μειώσουν την ικανότητά τους να ξεπεράσουν την οικονομική κρίση. Από την άλλη πλευρά, είναι μεγαλύτερη η εξάρτηση από πελάτες και προμηθευτές κάτι που μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένες δυσκολίες στη διατήρηση της δραστηριότητάς τους στο πρόσωπο της κρίσης. (NCHC 2012, Παραοικονομου & all 2012, Penrose 2000, Shama 1993)

Το παραπάνω επιβεβαιώνεται από τις ενδείξεις της Εθνικής Συνομοσπονδίας Ελληνικού Εμπορίου Ερευνητικό πρόγραμμα. Αυτή η έρευνα πραγματοποιήθηκε μεταξύ Μαρτίου-Ιουνίου 2013 σε δείγμα 2375 εμπόρων από χώρες σε όλο τον κόσμο, κατά την περίοδο της κρίσης, δηλαδή την περίοδο μεταξύ 2009-2013. Σύμφωνα με τα στοιχεία της αναζήτησης οι εμπορικές επιχειρήσεις έχασαν περίπου το ήμισυ των πωλήσεων. Πιο συγκεκριμένα, ο μέσος κύκλος εργασιών, από 425.000 ευρώ το 2009, θα υπάρξει μείωση σε 232.000 ευρώ στο τέλος του έτους (απώλεια 45,2%) ενώ την περίοδο 2012-2013 η μείωση των πωλήσεων είναι 27%. Η απώλεια στα καθαρά κέρδη των εμπορικών επιχειρήσεων είναι μεγαλύτερη, από 49.000 ευρώ το 2009, θα περιοριστούν σε 7.000 ευρώ το 2013 (μείωση 86%, η απώλεια τα τελευταία δύο χρόνια είναι περίπου 45%). Αντίθετα, παρόλο που πολλές μελέτες δείχνουν ότι εξακολουθούν να υπάρχουν ορισμένοι τομείς που έχουν επηρεαστεί πολύ από την οικονομική κρίση, υπάρχουν εταιρείες, οι οποίες δείχνουν αξιοσημείωτη απόδοση και φαίνεται ότι λαμβάνουν όφελος από την κρίση και αξιοποιούν τις ευκαιρίες. Ο Penrose (2000) λέει ότι μια κρίση μπορεί να εκληφθεί τόσο ως απειλή όσο και ως ευκαιρία. Συνεπώς, ο τρόπος με τον οποίο οι υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων αντιλαμβάνονται την κρίση επηρεάζει άμεσα τον τρόπο που θα συνεχίσει μια επιχείρηση την δραστηριότητά της στην αγορά. Όπως αναφέρει ο Shama (1993, σελ. 62), η απάντηση στην ύφεση εξαρτάται από το πώς οι υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων

«αντιλαμβάνονται τη σημασία και τον αντίκτυπό της στις επιχειρήσεις τους». Υποθέτοντας ότι οι επιχειρηματίες είναι οι υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων, μια στρατηγική ανάπτυξη των ΜΜΕ συμβαίνει ως αποτέλεσμα των αντιλήψεων που διαμορφώθηκαν σχετικά με το πλαίσιο, τις υπάρχουσες δυσκολίες και τις πιθανές ευκαιρίες ανάπτυξης. Οι αντιλήψεις των επιχειρηματιών για την ύφεση εξαρτώνται από το περιβάλλον τους και από τις ευρύτερες κοινωνικές δομές που μπορεί να διευκολύνει ή να εμποδίσει τη λειτουργία τους. Το ευρύτερο θεσμικό πλαίσιο και η αλληλεπίδραση με τους ενδιαφερόμενους καθώς οι επενδυτές, η κυβέρνηση και οι ανταγωνιστές συμβάλλουν στη δημιουργία αντιλήψεων. Με βάση αυτές τις αντιλήψεις, οι ευκαιρίες εντοπίζονται και οι στρατηγικές διαμορφώνονται (Kitching et al. 2009). Σε μια ευρεία αλλά παρόμοια φλέβα, Οι Hall και Silva (2005) επικεντρώνονται στις επιπτώσεις της εθνικής κουλτούρας στα υπάρχοντα εμπειρικά στοιχεία σχετικά με επιχειρηματικότητα, υποστηρίζοντας ότι ακόμη και όταν δοκιμάζονται οι ίδιες ακριβώς μεταβλητές, πρέπει να ληφθούν υπόψη πολιτιστικοί παράγοντες ο λογαριασμός και τα εμπειρικά αποτελέσματα πρέπει να είναι στα συμφραζόμενα. Το συμπέρασμα αυτών των διεθνών αναζητήσεων επιβεβαιώνεται και από τα δεδομένα της έρευνας του Εθνικού Η Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου όπου τέσσερις έως δέκα εμπορικές επιχειρήσεις (42%) είναι «πολύ πιθανόν» να κλείσουν στο εγγύς μέλλον. Αντίθετα, το 58% των εμπορικών επιχειρήσεων μπορούν να ανταπεξέλθουν. Έτσι, έξι έως δέκα ελληνικές εμπορικές επιχειρήσεις πιστεύουν ότι θα επιβιώσουν στο τέλος της οικονομικής κρίσης. Καθώς προέρχεται από τα δεδομένα της αναζήτησης, αυτή η αντίληψη δεν βασίζεται στους εμπόρους υποκειμενικές απόψεις, αλλά σε πρωτότυπες ενδείξεις που έχουν να κάνουν με τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις αντιμετώπισαν την κρίση. Αξιοσημείωτη είναι η ένδειξη για το τι πρόκειται να συμβεί με τους υπαλλήλους σε αυτές τις επιχειρήσεις. Το 74% των ΜΜΕ του εμπορίου αναμένει ότι ο αριθμός των εργαζομένων θα παραμείνει ο ίδιος. Σύμφωνα με αυτό το έγγραφο υπάρχουν μερικές στρατηγικές, τακτικές και επιτυχημένες πρακτικές ΜΜΕ του εμπορικού τομέα που ανήκουν στις αισιόδοξες επιχειρήσεις του δείγματος αναζήτησης ESEE. Ορισμένα κύρια δεδομένα συγκεντρώθηκαν όπως συνεντεύξεις επιχειρηματιών και ερωτηματολόγια που συμπληρωνόντουσαν παράλληλα με τις συνεντεύξεις.

Οι Βλαχάκης, Χατζηπουλίδης και Βελίδης (2011) έκαναν έρευνα χρησιμοποιώντας δείγμα 60 οικογενειακών επιχειρήσεων βορειοδυτικά της Θεσσαλονίκης. Το κύριο συμπέρασμα της έρευνας είναι ότι οι οικογενειακές επιχειρήσεις μπορούν να συνδυάσουν τα συναισθήματα με την επιδεξιότητα και να δημιουργήσουν μοναδική δυναμική στις επιχειρηματικές αποφάσεις. Οι προτεινόμενες προτάσεις λαμβάνουν υπόψη ότι η τρέχουσα χρηματοοικονομική κρίση δεν αποτελεί μόνο κίνδυνο αλλά και μια ευκαιρία για μεταρρύθμιση προς τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων και τη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Σύμφωνα με έρευνα των Βλαχάκη, Naaranoja και Σιάκα (2014) που έγινε σε δείγμα 30 οικογενειακών επιχειρήσεων κατέληξαν στα εξής συμπεράσματα:

- τα προβλήματα που αναφέρονται στην διεθνή βιβλιογραφία ως βασικά των οικογενειακών επιχειρήσεων ισχύουν το ίδιο και στην Ελλάδα,
- υπάρχουν κάποιες ιδιαιτερότητες λόγω του κοινωνικοοικονομικού συστήματος της επικρατούσας επιχειρηματικής κουλτούρας και της οικογενειακής επιχείρησης, που

σχετίζονται με τη διαδικασία διαδοχής, το ασταθές φορολογικό περιβάλλον, τη χαμηλή εξωστρέφεια των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και την ύπαρξη της αναγκαστικής και αυτοδημιούργητης επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.

Με βάση τα ευρήματα των Soinen et al. (2012) , τα οποία βασίστηκαν σε ένα δείγμα σχεδόν 200 μικρομεσαίων φινλανδικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων, έδειξαν ότι όσο πιο καινοτόμα και προορατική είναι η επιχείρηση, τόσο λιγότερο επηρεάζονται οι δραστηριότητές της από την ύφεση και όσο περισσότερο επιρρεπής είναι η εταιρία στην ανάληψη κινδύνου, τόσο περισσότερο επηρεάζεται η κερδοφορία της από την ύφεση.

Ο Zheng (2010) σε έρευνά του παρουσίασε ότι οι οικογενειακές επιχειρήσεις στην Κίνα κατά τη διάρκεια μιας οικονομικής κρίσης, δεν χρησιμοποιούν την απόλυση ως μέσο για να μειώσουν το κόστος. Διατηρούν σχετικά σταθερή σχέση με τους υπαλλήλους τους καθώς και με άλλους επιχειρηματικούς εταίρους. Ζητούν οικονομική και άλλη βοήθεια από τα μέλη της οικογένειας ή στο οικογενειακό δίκτυο και όχι από άλλους εξωτερικούς πόρους όπως η τράπεζα κ.λπ. Η διακυβέρνηση μεριμνά επίσης περισσότερο για τα οφέλη των εργαζομένων.

Οι A. Minichilli, M. Brogi, A. Calabrò (2016) εξετάζοντας ολόκληρο τον πληθυσμό των ιταλικών οικογενειακών βιομηχανιών και μη εισηγμένων εταιριών κατά την περίοδο 2002-2012, παρατήρησαν μια σημαντικά και σταθερά καλύτερη απόδοση των ελεγχόμενων από την οικογένεια επιχειρήσεων κατά τη χρηματοπιστωτική και οικονομική κρίση. Στη συνέχεια, εστιάζοντας μόνο σε οικογενειακές εταιρείες, διαπιστώθηκε ότι οι μικτές διαμορφώσεις (οικογενειακοί διευθύνοντες σύμβουλοι με σχετικά χαμηλότερη συγκέντρωση οικογενειακής ιδιοκτησίας) παράγουν καλύτερη απόδοση ενόψει εξωτερικού κινδύνου.

Οι Ali Salman Saleh, Enver Halili, Rami Zeitun, Ruhul Salim (2017), εφαρμόζοντας μέτρα χρηματοοικονομικής απόδοσης βάσει εταιριών, τα εμπειρικά αποτελέσματα δείχνουν ότι οι οικογενειακές επιχειρήσεις με συγκέντρωση ιδιοκτησίας είχαν καλύτερη απόδοση από τις εταιρείες μη οικογενείας με διάσπαρτες δομές ιδιοκτησίας. Τα αποτελέσματα δείχνουν επίσης ότι η συγκέντρωση ιδιοκτησίας έχει θετικό και σημαντικό αντίκτυπο στις οικογενειακές και μη οικογενειακές επιχειρήσεις κατά την περίοδο της κρίσης. Επιπλέον, η χρηματοοικονομική μόχλευση είχε θετική και σημαντική επίδραση στην απόδοση των αυστραλιανών οικογενειακών εταιριών και στις δύο περιόδους. Τα αποτελέσματα αποκαλύπτουν επίσης ότι οι οικογενειακές επιχειρήσεις είναι επιχειρηματικές οργανώσεις που αποφεύγουν τον κίνδυνο. Αυτά τα ευρήματα συνάδουν με τις υποκείμενες οικονομικές θεωρίες.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

### ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Σε αντίθεση με τον σχετικά εύκολο ορισμό των μεγάλων επιχειρήσεων, δεν είναι τόσο απλό να οριοθετήσουμε τα όρια και τα χαρακτηριστικά της οικογενειακής επιχείρησης. Η οικογενειακή επιχείρηση είναι μια μορφή παραγωγικής οργάνωσης της οποίας η προέλευση είναι αδύνατο να εντοπιστεί με ακρίβεια στη θέση ή στο χρόνο. Η έλλειψη γενικά αποδεκτών ορισμών δεν είναι ασυνήθιστη στις κοινωνικές επιστήμες. Έτσι κι εδώ, υπάρχουν πολλά διλήμματα στην προσπάθεια καθορισμού της οικογενειακής επιχείρησης, όπως:

- Πρέπει να εργάζονται περισσότερα από ένα μέλη της οικογένειας στην επιχείρηση;
- Πρέπει να συμμετέχουν περισσότερες από μία γενιές για να χαρακτηριστεί η επιχείρηση ως οικογενειακή;
- Εάν οι συνεργάτες συνυπάρχουν αλλά δεν είναι νομικά συγγενείς, είναι οικογενειακή η επιχείρηση;
- Εάν οι ιδιοκτήτες μιας επιχείρησης δεν είναι συγγενείς, αλλά τα παιδιά τους απασχολούνται στην εταιρεία, έχει γίνει οικογενειακή επιχείρηση;
- Όταν τα μέλη της οικογένειας αναθέτουν τη διαχείριση της επιχείρησης σε μη οικογενειακούς υπαλλήλους, παύει να είναι οικογενειακή επιχείρηση;
- Εάν μια επιχείρηση που ανήκε αποκλειστικά σε μια οικογένεια έγινε δημόσια εταιρεία, μπορεί να χαρακτηριστεί ως οικογενειακή επιχείρηση;

Η έλλειψη επίλυσης αυτών των ερωτήσεων επιβαρύνει τους συγγραφείς να διευκρινίσουν για τους αναγνώστες τα κριτήρια που χρησιμοποιούν για την επιλογή δειγμάτων για μελέτες οικογενειακών επιχειρήσεων και την περιγραφή της εφαρμοσιμότητας των παρατηρήσεών τους. Σε μια προσπάθεια αντιμετώπισης του προβλήματος, οι Shanker και Astrachan (1996) πρότειναν ένα σύνολο ορισμών που κυμαίνονται από το ευρύ περιβάλλον - μέλη της οικογένειας που επηρεάζουν τη στρατηγική κατεύθυνση της εταιρείας - έως το στενό - πολλές γενιές επηρεάζουν σημαντικά την εταιρεία (Astrachan & Shanker), 2003). Μερικοί από τους ορισμούς που αναφέρονται στη βιβλιογραφία περιλαμβάνουν:

Κατά τον Donnelley (1964) και ύστερα με τους Neubauer και Lank (2016), μια επιχείρηση θεωρείται οικογενειακή όταν αυτή συνδέεται με τουλάχιστον δύο γενιές μιας οικογένειας και όταν αυτός ο δεσμός έχει μια αμοιβαία επίδραση στην πολιτική της επιχείρησης και στα συμφέροντα και τους στόχους της οικογένειας

Η Handler (1989), προσδιορίζει τέσσερις διαστάσεις που χρησιμοποιούνται στη βιβλιογραφία της οικογενειακής επιχείρησης για τον ορισμό της οι οποίες είναι: ο βαθμός ιδιοκτησίας και διαχείρισης από τα μέλη της οικογένειας, αλληλεξαρτώμενα υποσυστήματα, μεταφορά γενεάς και πολλαπλές συνθήκες. Σύμφωνα με την έρευνα της Hander λοιπόν, μια επιχείρηση ανεξαρτήτου μεγέθους είναι οικογενειακή όταν:

- Η πλειοψηφία των δικαιωμάτων λήψης αποφάσεων βρίσκεται στην κατοχή του φυσικού προσώπου(-ων) που ίδρυσε την επιχείρηση ή στην κατοχή του φυσικού προσώπου που έχει/έχουν αποκτήσει το μετοχικό κεφάλαιο της επιχείρησης ή βρίσκονται στην κατοχή των συζύγων τους, των γονέων, παιδιών ή οι άμεσοι κληρονόμοι των παιδιών.
- Η πλειοψηφία των δικαιωμάτων λήψης αποφάσεων είναι άμεση ή έμμεση.
- Τουλάχιστον ένας εκπρόσωπος της οικογένειας ή συγγενής εμπλέκεται επισήμως στη διακυβέρνηση της επιχείρησης.
- Οι εισηγμένες εταιρίες πληρούν τον ορισμό της οικογενειακής επιχείρησης, εάν το πρόσωπο που ίδρυσε ή απέκτησε την επιχείρηση (μετοχικό κεφάλαιο) ή οι οικογένειες ή οι απόγονοί τους κατέχουν το 25% των δικαιωμάτων λήψης αποφάσεων βάση του μετοχικού τους κεφαλαίου.

Σύμφωνα με τον Carsrud (1994), οικογενειακή επιχείρηση σημαίνει ότι η ιδιοκτησία και η χάραξη πολιτικής μιας επιχείρησης κυριαρχούνται από μέλη μιας «ομάδας συναισθηματικής συγγένειας», είτε τα μέλη αυτής της ομάδας αναγνωρίζουν το γεγονός είτε όχι. Η εστίαση είναι στις συναισθηματικές συνδέσεις, όχι στις γενετικές.

Πολλές επιχειρήσεις θεωρούνται οικογενειακή επιχείρηση στο βαθμό που η ιδιοκτησία και η διαχείρισή της συγκεντρώνονται εντός μιας οικογενειακής μονάδας και στο βαθμό που τα μέλη της προσπαθούν να επιτύχουν, να διατηρήσουν ή / και να αυξήσουν την ενδοοργανική οικογενειακή σχέση (Litz, 1995).

Η οικογενειακή επιχείρηση είναι μια επιχείρηση που διοικείται ή / και διαχειρίζεται με την πρόθεση να διαμορφώσει και / ή να επιδιώξει το όραμα της επιχείρησης που κατέχει ο κυρίαρχος συνασπισμός που ελέγχεται από μέλη της ίδιας οικογένειας ή έναν μικρό αριθμό οικογενειών με τρόπο που είναι δυνητικά βιώσιμος μεταξύ γενεών της οικογένειας ή των οικογενειών (Chua, Chrisman, & Sharma, 1999).

Οι οικογενειακές επιχειρήσεις αποτελούν το σύνολο των επιχειρήσεων στις οποίες ένας επιχειρηματίας ή διευθύνων σύμβουλος επόμενης γενιάς και ένα ή περισσότερα μέλη της οικογένειας επηρεάζουν σημαντικά την εταιρεία. Την επηρεάζουν μέσω της συμμετοχής τους στο διοικητικό συμβούλιο, τον έλεγχο ιδιοκτησίας τους, τις στρατηγικές προτιμήσεις των μετόχων και την κουλτούρα και τις αξίες που προσφέρουν οι οικογενειακοί μέτοχοι στην επιχείρησή τους (Poza & Daugherty, 2013).

Παρατηρείται λοιπόν ότι παρά τις πολυάριθμες έρευνες και την άφθονη λογοτεχνία δεν υπάρχει ομοφωνία στον ορισμό των οικογενειακών επιχειρήσεων.

Ένα καλά γνωστό συμπέρασμα σχετικά με τον τρόπο αντιμετώπισης των πολυάριθμων ορισμών προσφέρθηκε από τους Chrisman et al. (2005), τονίζοντας ότι: “ο ορισμός μιας οικογενειακής επιχείρησης πρέπει να βασίζεται σε αυτό που οι ερευνητές καταλαβαίνουν ποιες είναι οι διαφορές μεταξύ των οικογενειακών και μη οικογενειακών επιχειρήσεων”.

## **Η ΘΕΣΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ**

Οι οικογενειακές επιχειρήσεις αποτελούν το 65% έως 80% όλων των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων, αντιπροσωπεύοντας κατά μέσο όρο πάνω από 40% έως 50% όλων των θέσεων εργασίας. Οι οικογενειακές επιχειρήσεις αποτελούν σημαντικό τμήμα των υφιστάμενων ευρωπαϊκών εταιρειών και μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στη δύναμη και τον δυναμισμό της πραγματικής οικονομίας.

Οι οικογενειακές επιχειρήσεις είναι σημαντικές, όχι μόνο επειδή συμβάλλουν ουσιαστικά στην οικονομία, αλλά και λόγω της μακροπρόθεσμης σταθερότητας που φέρουν, της ευθύνης που αισθάνονται και των αξιών που αντιπροσωπεύουν. Αυτοί είναι πολύτιμοι παράγοντες στο πλαίσιο της τρέχουσας οικονομικής κρίσης. Η Ελλάδα έχει έναν από τους μεγαλύτερους αριθμούς επιχειρήσεων ΜΜΕ στην ΕΕ και οι περισσότερες από αυτές είναι οικογενειακές επιχειρήσεις. Οι περισσότερες από αυτές τις οικογενειακές επιχειρήσεις είναι μικρές και πολύ μικρές και λειτουργούν σε παραδοσιακούς τομείς της εθνικής οικονομίας, όπως το λιανικό εμπόριο, οι υπηρεσίες και η κατασκευή. Οι τρεις πιο σημαντικές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές οικογενειακές επιχειρήσεις είναι: η διαμόρφωση επιχειρηματικής στρατηγικής, η απασχόληση του προσωπικού και η μετάβαση της κυριότητας ή του ελέγχου στην επόμενη γενιά.

Εύκολα θα μπορούσε κανείς να παρομοιάσει μια οικογενειακή ελληνική επιχείρηση με την ελληνική οικογένεια. Δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι οι ελληνικές οικογένειες έχουν ισχυρές παραδόσεις συνεργασίας. Ακόμη και όταν τα μέλη της οικογένειας δεν εμπλέκονται άμεσα στην επιχείρηση, οι στενοί δεσμοί εξασφαλίζουν ότι παραμένουν ενήμεροι για το τι συμβαίνει, δημιουργώντας αυτό που ονομάζεται εικονικές οικογενειακές επιχειρήσεις.

## **ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

Υπάρχουν πολλά οφέλη που συνδέονται με την οικογενειακή επιχείρηση όμως αυτό δεν αναιρεί και τα μειονεκτήματα που υπάρχουν. Τα βασικότερα αυτών είναι:

### **ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ:**

**ΑΦΟΣΙΩΣΗ:** Οι οικογενειακές επιχειρήσεις θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως ιδανικές καθώς τα μέλη της οικογένειας αποτελούν βασικό θεμέλιο της επιχείρησης. Η εκδήλωση αφοσίωσης στους κοινούς στόχους, η οικειότητα μεταξύ των μελών, η προθυμία και η αλληλεγγύη δημιουργούν ένα θετικό κλίμα στο περιβάλλον της επιχείρησης. Στα οφέλη αυτά δε θα μπορούσε να παραληφθεί η σταθερότητα, η εμπιστοσύνη, η πίστη και οι κοινές αξίες.

**ΕΥΕΛΙΞΙΑ:** Σε μια οικογενειακή επιχείρηση υπάρχει επιείκεια σε ότι έχει να κάνει με το πρόγραμμα, τα ωράρια, τις αποφάσεις καθώς ακόμη και τα λάθη που μπορεί να προκύψουν.



ΚΙΝΗΤΡΟ ΓΙΑ ΣΚΛΗΡΗ ΔΟΥΛΕΙΑ: Με αφορμή το συμφέρον για την επιτυχία της επιχείρησης ένα από τα οφέλη της οικογενειακής επιχείρησης είναι ότι τα μέλη της οικογένειάς σας μπορεί να εργάζονται σκληρότερα από έναν τυπικό υπάλληλο για την επίτευξη των κοινών σας στόχων.

ΑΝΕΣΗ: Πολλές φορές στο εργασιακό περιβάλλον κάποιος πρέπει να βρει σωστούς τρόπους συνεργασίας με τους συναδέλφους του για να αποφύγει ένα δυσάρεστο περιβάλλον εργασίας. Δουλεύοντας με την οικογένεια δεν ισχύει το ίδιο. Υπάρχει άνεση καθώς ο ένας γνωρίζει τα χαρακτηριστικά, τις ιδιοτροπίες, το στυλ, τα δυνατά και αδύνατα σημεία του άλλου.

### **ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ:**

ΑΝΕΠΑΡΚΕΙΑ: Πολλές φορές οι ιδιοκτήτες προωθούν τα μέλη της οικογένειας να εργαστούν στην οικογενειακή τους επιχείρηση χωρίς να λάβουν υπ' όψιν τις ικανότητές τους σε σχέση με τη παρούσα επιχείρηση. Η επιλογή των ατόμων που επιλέγονται για την κάλυψη μιας θέσης με μόνο κριτήριο το ότι είναι μέλη της οικογένειας μπορεί να αποβεί καταστροφική για την επιχείρηση. Οι ιδιοκτήτες θα πρέπει να συμφιλιωθούν με την ιδέα ότι δεν θα είναι όλα τα μέλη της οικογένειάς τους ικανά να αγαπήσουν και να εργαστούν στην οικογενειακή τους επιχείρηση.

ΔΙΑΜΑΧΕΣ: Οι οικογενειακές επιχειρήσεις παρουσιάζουν πολλές προκλήσεις. Τα ζητήματα που αφορούν την διαδοχή, τις σχέσεις μεταξύ των μελών της οικογένειας και την πιθανή ανάπτυξη της επιχείρησης αποτελούν πολλές φορές πηγή δυσκολίας.

ΜΠΕΡΔΕΜΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΜΕ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ ΖΩΗΣ: Πολλές φορές τα θέματα που απασχολούν το οικογενειακό περιβάλλον μεταφέρονται και στο χώρο εργασίας αλλά και τα θέματα που δημιουργούνται στο χώρο εργασίας μεταφέρονται και στο περιβάλλον του σπιτιού. Αυτό λοιπόν, έχει ως αποτέλεσμα να δημιουργείται αρνητικό κλίμα και στα δύο περιβάλλοντα μη αφήνοντας τους ανθρώπους να κάνουν σωστά τη δουλειά τους.

### **ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΔΟΧΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

Η οικογενειακή επιχειρηματική διαδοχή είναι η διαδικασία μετάβασης της διαχείρισης και της ιδιοκτησίας της επιχείρησης στην επόμενη γενιά μελών της οικογένειας. Η μετάβαση μπορεί επίσης να περιλαμβάνει οικογενειακά περιουσιακά στοιχεία ως μέρος της διαδικασίας.

ΤΥΠΟΙ ΔΙΑΔΟΧΗΣ: Στις οικογενειακές επιχειρήσεις, η επιχειρηματική διαδοχή στην οικογένεια είναι η πιο συνηθισμένη. Αυτό σημαίνει ότι τόσο η κυριότητα όσο και οι ευθύνες διαχείρισης μεταφέρονται σε ένα ή περισσότερα μέλη της οικογένειας. Βέβαια, υπάρχουν κι άλλοι τύποι, π.χ. η κυριότητα παραμένει εντός της οικογένειας αλλά υπάρχουν και άτομα που προέρχονται εκτός της οικογένειας. Ειδικά αν οι διάδοχοι δεν έχουν την ίδια εμπειρία με τον αρχικό ιδιοκτήτη, ίσως είναι χρήσιμο να έχουμε εξωτερικούς διαχειριστές οι οποίοι να εισαχθούν για να ηγούνται της επιχείρησης.

ΠΟΤΕ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΞΕΚΙΝΗΣΕΙ Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΔΙΑΔΟΧΗΣ: Η έναρξη της διαδικασίας της διαδοχής θα πρέπει να αρχίσει να εξετάζεται σε περίπτωση που υπάρχουν μέλη της οικογένειας επόμενης γενιάς τα οποία εργάζονται με πλήρη απασχόληση σε διοικητικές θέσεις στην οικογενειακή επιχείρηση.

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΔΙΑΔΟΧΟΥ ΣΤΙΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ: Είναι πολύ δύσκολο να συμπεράνει κανείς ποια ακριβώς είναι τα κατάλληλα κριτήρια για μια αποτελεσματική μετάβαση και διαδοχή μιας οικογενειακής επιχείρησης. Ωστόσο οι πιο σημαντικοί παράγοντες για τη διαδοχή μπορούν να συνοψιστούν ως εξής:

- ΕΠΙΠΕΔΟ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΚΛΗΡΟΝΟΜΩΝ
  - Εκπαίδευση, κατάρτιση, εργασιακή εμπειρία (εντός και εκτός της επιχείρησης), αυτό-αντίληψη της προετοιμασίας για την ομαλή ένταξή τους στην οικογενειακή επιχείρηση
- ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ
  - Επικοινωνία, εμπιστοσύνη, αφοσίωση, αδελφικός ανταγωνισμός, ζήλια, συγκρούσεις, κοινές αξίες και παραδόσεις
- ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΔΙΑΔΟΧΗΣ
  - Ομαλή, Άνετη, Ανταγωνιστική

Ο πρώτος παράγοντας αφορά τις δεξιότητες, τις διοικητικές ικανότητες καθώς και την γνώση των λειτουργιών της επιχείρησης.

Ο δεύτερος παράγοντας αφορά τις προσωπικές σχέσεις μεταξύ των μελών της οικογένειας καθώς και των εργαζομένων που δεν αποτελούν μέλη της οικογένειας. Αφορά την εμπιστοσύνη και την επικοινωνία μεταξύ τους. Οι συγκρούσεις, η ζήλια και οι αντιπαραθέσεις επιδεινώνουν τις σχέσεις και επηρεάζουν την σταθερότητα της επιχείρησης.

Ο τρίτος παράγοντας είναι η αντανάκλαση του πώς βιώνουν οι υποψήφιοι διάδοχοι προσωπικά τη διαδικασία διαδοχής. Η ποιότητα της εμπειρίας της διαδοχής μετράται με βάση θέματα που αντιμετωπίζουν οι διάδοχοι όπως οι συγκρούσεις, ο ανταγωνισμός, η δυσαρέσκεια και το άγχος.

Όσο υψηλότερο το επίπεδο προετοιμασίας των κληρονόμων και όσο ισχυρότερες οι διαπροσωπικές σχέσεις μεταξύ των μελών της οικογένειας και των συνεργατών αυτής, τόσο καλύτερες αναμένονται να είναι οι επιχειρηματικές επιδόσεις.

## **M.M.E. ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ (ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ)**

### **ΟΡΙΣΜΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ**

Ως οικονομική κρίση ορίζουμε μια περίοδο οικονομικής επιβράδυνσης που χαρακτηρίζεται από τη μείωση της παραγωγικότητας και την υποτίμηση των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, συχνά λόγω του απερίσκεπτου και μη βιώσιμου δανεισμού χρημάτων.

Μια οικονομική κρίση μπορεί να έχει πολλαπλές αιτίες. Γενικά, μια κρίση μπορεί να προκύψει εάν τα ιδρύματα ή τα περιουσιακά στοιχεία είναι υπερτιμημένα και μπορεί να επιδεινωθεί από την παράλογη επενδυτική συμπεριφορά. Για παράδειγμα, μια γρήγορη σειρά πωλήσεων μπορεί να οδηγήσει σε χαμηλότερες τιμές περιουσιακών στοιχείων, ωθώντας τα άτομα να πετάξουν περιουσιακά στοιχεία ή να πραγματοποιήσουν τεράστιες αναλήψεις αποταμιεύσεων όταν φημολογείται μια αποτυχία τράπεζας.

### **ΓΕΝΙΚΑ**

Το 2007, η οικονομική κρίση που ξεκίνησε στις ΗΠΑ κέρδισε γρήγορα μια παγκόσμια διάσταση επηρεάζοντας πολλές ανεπτυγμένες και αναπτυσσόμενες χώρες. Η κρίση προκάλεσε μια τεράστια αστάθεια στις αγορές και σταδιακά έγινε παγκόσμια. Οι επιπτώσεις αυτής της κρίσης σε ορισμένες χώρες ήταν βαθύτερες και πιο καταστροφικές. Η Ελλάδα είναι μία από αυτές τις χώρες. Στην πραγματικότητα, θα είναι πιο ακριβές να περιγράψουμε την κατάσταση στην Ελλάδα ως προκληθείσα από την κρίση που δεν προήλθε άμεσα από την κρίση, καθώς η επιδείνωση της οικονομίας και της χρηματοοικονομικής δομής της Ελλάδας είχε αρχίσει πολύ πριν από την κρίση. Έτσι, μπορεί να υποστηριχθεί ότι η κατάσταση έγινε πιο εμφανής με την κρίση. Φαίνεται ότι η Ελλάδα έχει μια οικονομική δομή που αποτελείται από υψηλό επίπεδο χρέους, υψηλό έλλειμμα προϋπολογισμού, χαμηλή ανταγωνιστική δύναμη και ασταθή πολιτική δομή. Διαπιστώνεται ότι η χρηματοπιστωτική κρίση αύξησε σημαντικά τα δημόσια χρέη πολλών ανεπτυγμένων χωρών από τα μέσα του 2008. Δηλαδή, η κρίση μετατράπηκε σε σοβαρή κρίση χρέους ιδιαίτερα στην Ευρώπη. Η κρίση έχει προκαλέσει πολλές αβεβαιότητες σχετικά με το μέλλον του ευρώ.

## **ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ (2012) οι ΜΜΕ και οι επιχειρηματίες παίζουν σημαντικό ρόλο σε όλες τις οικονομίες και είναι βασικοί παραγωγοί απασχόλησης και εισοδήματος, και κινητήρια δύναμη της καινοτομίας και της ανάπτυξης. Στην περιοχή του ΟΟΣΑ, οι ΜΜΕ απασχολούν περισσότερο από το ήμισυ του εργατικού δυναμικού στον ιδιωτικό τομέα. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, αυτοί αντιπροσωπεύουν πάνω από το 99% όλων των επιχειρήσεων. Επιπλέον, το 91% αυτών των επιχειρήσεων είναι μικροεπιχειρήσεις με λιγότερους από 10 εργαζόμενους. Δεδομένης της σημασίας τους σε όλες τις οικονομίες, είναι απαραίτητες για την οικονομική ανάκτηση. Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι είναι οι ΜΜΕ γενικά είναι πιο ευάλωτες σε περιόδους κρίσης για πολλούς λόγους μεταξύ των οποίων είναι:

- είναι πιο δύσκολο να μειωθεί το μέγεθός τους, καθώς είναι ήδη μικρές,
- είναι ατομικά λιγότερο διαφοροποιημένες στις οικονομικές τους δραστηριότητες σε σύγκριση με μεγάλες εταιρείες,
- έχουν μια ασθενέστερη χρηματοοικονομική δομή (δηλαδή χαμηλότερη κεφαλαιοποίηση),
- έχουν χαμηλότερη ή καθόλου πιστοληπτική ικανότητα,
- εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από την πίστωση και έχουν λιγότερες επιλογές χρηματοδότησης.

Η πρόσφατη οικονομική κρίση επηρέασε σημαντικά τις επιχειρήσεις τόσο από πλευράς ζήτησης όσο και από πλευράς προσφοράς. Ο συνδυασμός της οικονομικής ύφεσης και της δημοσιονομικής λιτότητας επηρεάζει αρνητικά τη συλλογική ζήτηση. Αφ' ετέρου η τραπεζική κρίση οδήγησε σε σκληρότερες πιστωτικές συνθήκες. Οικονομικές έρευνες (ΕΚ, 2012 · ΟΟΣΑ, 2012 · ΕΚΤ, 2012) δείχνουν, ότι οι ΜΜΕ είναι πιο ευάλωτες και στα δύο αυτά σοκ που μαυρίζουν τις μεγάλες εταιρείες. Από τη μία πλευρά εμείς μπορεί να αναμένουμε μεγαλύτερη ευαισθησία των ΜΜΕ στο σοκ της ζήτησης λόγω των προβλημάτων εξαιτίας των χαμηλότερων πωλήσεων και ρευστότητας / αφερεγγυότητας. Από την άλλη πλευρά, οι ΜΜΕ είναι σημαντικά περισσότερο εξαρτώμενες από τις πιστώσεις συγκριτικά με τις μεγάλες ή τις πολύ μεγάλες εταιρείες. Οι ΜΜΕ τείνουν να αντιμετωπίζουν υψηλότερο κόστος για τραπεζική χρηματοδότηση και υψηλότερα ποσοστά απόρριψης από τις μεγαλύτερες εταιρείες.

Ενώ η εύρεση πελατών - πιθανώς λόγω αδύναμης συνολικής ζήτησης - αναφέρεται συνήθως ως μεγαλύτερο πρόβλημα από αυτό της χρηματοδότησης, εξακολουθεί να ισχύει ότι είναι ιδιαίτερα ευάλωτες σε δυσμενείς πραγματικούς βρόγχους ανατροφοδότησης ή στη διακοπή του εφοδιασμού στην παροχή τραπεζικής πίστωσης (Coeuré, 2012). Σύμφωνα με έρευνα των επιχειρήσεων, οι κύριες επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης κατά τα έτη 2009 και 2010 ήταν ο συνολικός αρνητικός αντίκτυπος στη συνολική ζήτηση (αναφέρεται στο 62% όλων των επιχειρήσεων) και την αύξηση των όρων πληρωμής πελατών (αναφέρεται στο 50% όλων των επιχειρήσεων). Προβλήματα με την λήψη χρηματοδότησης (πιστωτικός περιορισμός) αναφέρθηκαν περίπου από το 40% των επιχειρήσεων. Υπάρχει επίσης μια καθαρή επίδραση κατηγορίας σχετικά με το μέγεθος των επιχειρήσεων: όσο μικρότερες επιχειρήσεις τόσο περισσότερες είναι οι αρνητικές επιπτώσεις της κρίσης σε σύγκριση με μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Αυτό συμβαδίζει με το γεγονός ότι μεταξύ του 2008 και του 2010 η απασχόληση των ΜΜΕ μειώθηκε περισσότερο από την απασχόληση των μεγάλων επιχειρήσεων (ΕΙΜ, 2011).

## **ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

Από τις πιο συζητημένες αρνητικές επιδράσεις της κρίσης στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις είναι η πρόσβαση στη χρηματοδότηση. Σύμφωνα με τον Coeuré (2012), πριν από την κρίση, στοιχεία έδειξαν ότι η κύρια πηγή χρηματοδότησης των ΜΜΕ ήταν τα παρακρατημένα κέρδη (έκτακτο αποθεματικό) (περίπου τα δύο τρίτα), το 10% είχε τη μορφή εμπορικής πίστωσης από προμηθευτές ή πελάτες και περίπου 10% από εξωτερικές μη τραπεζικές πηγές. Περίπου το 15% των επενδύσεων κεφαλαίου των ΜΜΕ και τα λειτουργικά έξοδα χρηματοδοτήθηκαν με τραπεζικά δάνεια και πιστωτικά όρια. Μία από τις δυσμενείς συνέπειες της πιστωτικής επέκτασης πριν από την κρίση ήταν ότι ο εταιρικός τομέας της ζώνης του ευρώ είχε συσσωρεύσει την παραμονή της παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής κρίσης, σημαντικά υψηλότερη μόχλευση από ό, τι στις αρχές του 2000. Αυτή η επίδραση οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, για τις οποίες αυξήθηκε η χρηματοοικονομική μόχλευση από 0,14 το 2004 σε 0,19 το 2007. Σύμφωνα με το ΔΝΤ (Διεθνές Νομισματικό Ταμείο) (2012) η μόχλευση για τη διάμεση εταιρεία (η οποία είναι μικρή) μειώθηκε στο 46% των ιδίων κεφαλαίων στο τέλος του 2011, με τη χρήση τραπεζικού χρέους να δείχνει παρόμοια πτώση. Τα στοιχεία δείχνουν επίσης ότι η εμπορική πίστωση και άλλες μη χρεωστικές υποχρεώσεις διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη χρηματοδότηση των ΜΜΕ, μαζί με την εσωτερική χρηματοδότηση από τα παρακρατημένα κέρδη (έκτακτο αποθεματικό). Σύμφωνα με την Πράσινη Βίβλο της ΕC (2013) με τίτλο «Μακροπρόθεσμη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής οικονομίας», οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) του σήμερα έχουν τη δυνατότητα στήριξης της μακροπρόθεσμης ανάπτυξης στο μέλλον. Αντιμετωπίζουν ιστορικά σημαντικές δυσκολίες στην πρόσβαση στη χρηματοδότηση για ανάπτυξη. Δεδομένης της εξάρτησής τους από την τραπεζική χρηματοδότηση, αυτές οι δυσκολίες ενισχύονται εξαιτίας της απομόχλευσης των τραπεζών. Επιπλέον, τώρα είναι αντιμετώπιμες με κατακερματισμένες χρηματοπιστωτικές αγορές στην ΕΕ, καθώς η πρόσβαση σε όρους χρηματοδότησης διαφέρει σημαντικά από χώρα σε χώρα.

## **ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ**

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στο νομό Ευρυτανίας σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία είναι συνολικά 1135.

Οι 107 αφορούν καταλύματα, οι 312 εστίαση, οι 464 λιανικό εμπόριο και οι 252 χονδρικό εμπόριο.

Πολλές από αυτές είναι οικογενειακές επιχειρήσεις. Δυστυχώς όμως δεν μπορούμε να προσδιορίσουμε ποιος είναι ο ακριβής αριθμός αυτών.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ**

### **ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ**

Η επιλογή του αντικειμένου της έρευνας έγινε έπειτα από μελέτη διαφόρων επιστημονικών άρθρων τα οποία σχετίζονται με τις οικογενειακές και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και τα χαρακτηριστικά τους καθώς και τον ρόλο τους στην οικονομία και την οικονομική κρίση.

Με βάση το περιεχόμενο αυτών των άρθρων δημιουργήθηκε και το ερώτημα < Με ποια προβλήματα έρχονται αντιμέτωπες οι οικογενειακές επιχειρήσεις στην Ελλάδα λόγω της οικονομικής κρίσης και ποιες προοπτικές δημιουργούνται παράλληλα προς αυτές;>.

Βέβαια, η σχετική έρευνα δεν ήταν δυνατό να πραγματοποιηθεί σε ένα τόσο μεγάλο δείγμα, για το λόγο αυτό υπήρξε περιορισμός της έρευνας στις οικογενειακές επιχειρήσεις του νομού Ευρυτανίας και πιο συγκεκριμένα σε επιχειρήσεις της πρωτεύουσας του νομού, στο Καρπενήσι.

### **ΣΥΛΛΟΓΗ ΤΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ**

Το μέσο συλλογής των δεδομένων στην παρούσα έρευνα είναι το ερωτηματολόγιο.

Συνδυάζει ερωτήσεις κλειστού και ανοικτού τύπου οι οποίες έχουν ως σκοπό την συλλογή συγκεκριμένων πληροφοριών καθώς και κάποιων δημογραφικών χαρακτηριστικών. Η έρευνα απευθυνόταν σε επιχειρήσεις που ιδρύθηκαν και διοικούνται από μέλη μιας ή περισσότερων οικογενειών και η συλλογή των δεδομένων είχε διάρκεια ενός μήνα περίπου.

Συνολικά μοιράστηκαν 135 ερωτηματολόγια σε ιδιοκτήτες οικογενειακών επιχειρήσεων, υπαλλήλους καθώς και σε μέλη της οικογένειας που εργάζονται ή καταλαμβάνουν κάποιο ποσοστό στην οικογενειακή επιχείρηση.

Η διανομή των ερωτηματολογίων έγινε μέσω προσωπικής επαφής αλλά και μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε ορισμένες περιπτώσεις. Συγκεντρώθηκαν πλήρως απαντημένα μόλις 71 ερωτηματολόγια.

## ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

### ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Η παρούσα διπλωματική βασίστηκε σε ερωτηματολόγια που μοιράστηκαν συνολικά σε 135 άτομα που απασχολούνται αποκλειστικά σε οικογενειακές επιχειρήσεις. Πίσω λάβαμε 71 ερωτηματολόγια πλήρως συμπληρωμένα. Η στατιστική ανάλυση των δεδομένων έγινε με τη χρήση του προγράμματος SPSS Statistics (Superior Performance Software System). Αφού καταχωρήθηκαν τα δεδομένα που συλλέχθηκαν, έγινε στατιστική ανάλυση με σκοπό την διεξαγωγή στατιστικών πληροφοριών και πινάκων αυτών.

Λόγω του πραγματικά μικρού πλήθους δεδομένων διατηρείται κάθε επιφύλαξη ώστε να χαρακτηριστεί το παρόν δείγμα αντιπροσωπευτικό του γενικού συνόλου των οικογενειακών επιχειρήσεων του νομού Ευρυτανίας. Σε κάθε περίπτωση η στατιστική έρευνα έγινε με κάθε ευλάβεια και συνέπεια σχετικά με την επεξεργασία των δεδομένων και των αποτελεσμάτων.

### ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ

#### ΦΥΛΟ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	"Ανδρας"	26	36.6	36.6	36.6
	"Γυναίκα"	45	63.4	63.4	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

ΠΙΝΑΚΑΣ 1 ΦΥΛΟ

Στον πίνακα 1 παρουσιάζεται αναλυτικά το φύλο των 71 ερωτηθέντων. Με βάση το δείγμα που συγκεντρώθηκε, στη πρώτη στήλη τα αποτελέσματα δείχνουν πως οι άνδρες που απάντησαν αντιστοιχούν σε 26 ενώ οι γυναίκες σε 45. Στη δεύτερη στήλη παρουσιάζεται το ανάλογο ποσοστό το οποίο αντιστοιχεί σε 36,6% για τους άνδρες και σε 63,4% για τις γυναίκες.

#### ΗΛΙΚΙΑ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25	18	25.4	25.4	25.4
	26-35	28	39.4	39.4	64.8
	36-45	16	22.5	22.5	87.3
	46-55	4	5.6	5.6	93.0
	56-65	4	5.6	5.6	98.6
	66+	1	1.4	1.4	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

ΠΙΝΑΚΑΣ 2 ΗΛΙΚΙΑ

Στον πίνακα 2 παρουσιάζεται αναλυτικά η ηλικία των 71 ερωτηθέντων. Με βάση το δείγμα που συγκεντρώθηκε, στη πρώτη στήλη τα αποτελέσματα δείχνουν τα εξής: 18 από τους ερωτηθέντες βρίσκονται στην ηλικία μεταξύ των 18-25, 28 από αυτούς είναι στην ηλικία μεταξύ των 26-35, 16 είναι στην ηλικία μεταξύ των 36-45, 4 είναι μεταξύ των 46-55, οι υπόλοιποι 4 είναι μεταξύ των 56-65 και 1 είναι άνω των 66 ετών. Στη δεύτερη στήλη παρουσιάζεται το ανάλογο ποσοστό που αντιστοιχεί σε κάθε ηλικιακή ομάδα. Πιο αναλυτικά : οι ηλικίες 18-25 αντιστοιχούν σε ποσοστό 25,4%, οι 26-35 σε 39,4%, οι 36-45 σε 22,5%, οι 46-55 σε 5,4%, οι 56-65 σε 5,6 % και οι 66+ σε 1,5%.

Τα αποτελέσματα αυτά δείχνουν καθαρά ότι το μεγαλύτερο ποσοστό ανήκει στους ερωτηθέντες ηλικίας μεταξύ 26-35 το οποίο αντιστοιχεί σε 39,4% ενώ το χαμηλότερο ανήκει σε αυτούς που είναι 66+ με ποσοστό 1,5%.

### ΤΟΠΟΣ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΛΛΟΣ	7	9.9	9.9	9.9
	ΚΑΡΠΕΝΗΣΙ	64	90.1	90.1	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

ΠΙΝΑΚΑΣ 3 ΤΟΠΟΣ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ

Στον πίνακα 3 παρουσιάζεται ο τόπος κατοικίας των 71 ερωτηθέντων. Με βάση το δείγμα που συγκεντρώθηκε, οι 64 από τους ερωτηθέντες διαμένουν στο Καρπενήσι και οι υπόλοιποι 7 σε κάποιο άλλο μέρος του νομού Ευρυτανίας. Στη δεύτερη στήλη παρουσιάζεται το ανάλογο ποσοστό το οποίο αντιστοιχεί σε 90,1% για το Καρπενήσι και σε 9,9% για τα υπόλοιπα μέρη κατοικίας.

### ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΓΡΑΜΜΑΤΟΣ/Η	1	1.4	1.4	1.4
	ΑΠΟΦΟΙΤΟΣ ΓΥΜΝΑΣΙΟΥ	3	4.2	4.2	5.6
	ΑΠΟΦΟΙΤΟΣ ΙΕΚ	14	19.7	19.7	25.4
	ΑΠΟΦΟΙΤΟΣ ΛΥΚΕΙΟΥ	23	32.4	32.4	57.7
	ΑΠΟΦΟΙΤΟΣ ΜΕΤΑΛΥΚΕΙΑΚΩΝ ΣΧΟΛΩΝ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ	6	8.5	8.5	66.2
	ΚΑΤΟΧΟΣ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟΥ ΤΙΤΛΟΥ	1	1.4	1.4	67.6
	ΚΑΤΟΧΟΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΥ ΤΙΤΛΟΥ	2	2.8	2.8	70.4
	ΠΤΥΧΙΟΥΧΟΣ ΑΕΙ	8	11.3	11.3	81.7
	ΠΤΥΧΙΟΥΧΟΣ ΤΕΙ	13	18.3	18.3	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

ΠΙΝΑΚΑΣ 4 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ



Στον πίνακα 4 παρουσιάζεται το επίπεδο εκπαίδευσης των 71 ερωτηθέντων. Αναλυτικότερα, στη πρώτη στήλη φαίνεται ότι 1 ήταν αγράμματος, 3 ήταν απόφοιτοι γυμνασίου, 23 δήλωσαν απόφοιτοι λυκείου, 6 απόφοιτοι μεταλυκειακών σχολών κατάρτισης, 14 από αυτούς απόφοιτοι Ι.Ε.Κ., 13 δήλωσαν πτυχιούχοι Τ.Ε.Ι., 8 απόφοιτοι Α.Ε.Ι., 2 ήταν κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου και 1 κάτοχος διδακτορικού. Στη δεύτερη στήλη καταγράφονται τα αντίστοιχα ποσοστά τα οποία είναι: αγράμματοι 1,4%, απόφοιτοι δημοτικού %, απόφοιτοι γυμνασίου 4,2%, απόφοιτοι λυκείου 32,4%, απόφοιτοι μεταλυκειακών σχολών κατάρτισης 8,5%, απόφοιτοι Ι.Ε.Κ. 19,7%, πτυχιούχοι Τ.Ε.Ι. 18,3%, πτυχιούχοι Α.Ε.Ι. 11,3%, κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου % και κάτοχοι διδακτορικού τίτλου %.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων δήλωσε ότι είναι απόφοιτοι λυκείου 32,4% ενώ το χαμηλότερο αντιπροσωπεύει τους κατόχους διδακτορικών τίτλων οι οποίοι αντιστοιχούν σε ποσοστό 2,8% και τους αγράμματους με ποσοστό 1,4%.

### ΜΗΝΙΑΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	≤ 500€	15	21.1	21.1	21.1
	1001€-1500€	13	18.3	18.3	39.4
	1501€-2000€	4	5.6	5.6	45.1
	2001€-2500€	1	1.4	1.4	46.5
	501€-1000€	38	53.5	53.5	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

ΠΙΝΑΚΑΣ 5 ΜΗΝΙΑΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ

Στον πίνακα 5 παρουσιάζεται το μηνιαίο εισόδημα των 71 ερωτηθέντων. Συγκεκριμένα, στην πρώτη στήλη αναγράφεται ότι οι 15 εκ των ερωτηθέντων δήλωσαν μηνιαίο εισόδημα μικρότερο των 500€, οι 38 δήλωσαν εισόδημα το οποίο κυμαίνεται μεταξύ 501€-1000€, οι 13 δήλωσαν 1001€-1500€, οι 4 απάντησαν 1501€-2000€ και τέλος, 1 μόνο δήλωσε μηνιαίο εισόδημα μεταξύ των 2001€-2500€. Μηνιαίο εισόδημα μεγαλύτερο των 2501€ δεν δήλωσε κανείς.

Τα ποσοστά, τα οποία καταγράφονται στη δεύτερη στήλη, ανέρχονται στα εξής: 21,1% για μηνιαίο εισόδημα μικρότερο των 500€, 53,5% για 501€-1000€, 18,3% για 1001€-1500€, 5,6% για 1501€-2000€ και 1,4% για 2001€-2500€.

Μπορεί κάποιος να διακρίνει ξεκάθαρα πως το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων έχει μηνιαίο εισόδημα που κυμαίνεται μεταξύ των 501€-1000€ και ανέρχεται σε ποσοστό 53,5% ενώ το μικρότερο ποσοστό αυτών έχει μηνιαίο εισόδημα που κυμαίνεται μεταξύ των 2001€-2500€ , το οποίο μεταφράζεται σε ποσοστό 1,4%.

### ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ-ΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΒΟΗΘΗΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ	21	29.6	29.6	29.6
	ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ	4	5.6	5.6	35.2

ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΑΣ	46	64.8	64.8	100.0
Total	71	100.0	100.0	

**ΠΙΝΑΚΑΣ 6 ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ-ΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

Στον πίνακα 6 παρουσιάζεται η ειδικότητα-θέση εργασίας των 71 ερωτηθέντων. Με βάση το δείγμα που συγκεντρώθηκε, οι 46 από τους ερωτηθέντες ήταν ελεύθεροι επαγγελματίες, οι 21 ανήκαν στο βοηθητικό προσωπικό και οι υπόλοιποι 4 δήλωσαν ότι ανήκαν στο διοικητικό προσωπικό της επιχείρησης για την οποία εργάζονται. Στη δεύτερη στήλη παρουσιάζεται το ανάλογο ποσοστό το οποίο αντιστοιχεί σε 64,1% για τους ελεύθερους επαγγελματίες, σε 29,6% για το βοηθητικό προσωπικό και σε % για το διοικητικό προσωπικό. Όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα αυτά, φαίνεται πως υπάρχει η τάση οι επιχειρηματίες να διοικούν μόνοι τους τις επιχειρήσεις τους αποφεύγοντας την εμπλοκή κάποιου άλλου όσον αφορά τη διοίκηση.

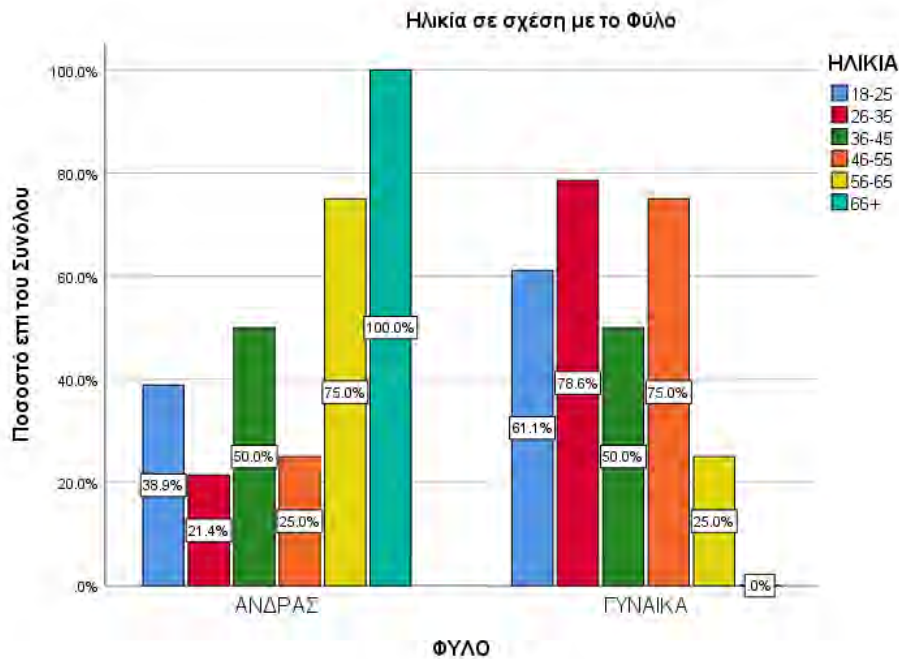
### ΧΡΟΝΙΑ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid > 30	3	4.2	4.2	4.2
≤ 5	21	29.6	29.6	33.8
11-15	11	15.5	15.5	49.3
16-20	6	8.5	8.5	57.7
21-25	3	4.2	4.2	62.0
26-30	4	5.6	5.6	67.6
6-10	23	32.4	32.4	100.0
Total	71	100.0	100.0	

**ΠΙΝΑΚΑΣ 7 ΧΡΟΝΙΑ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ**

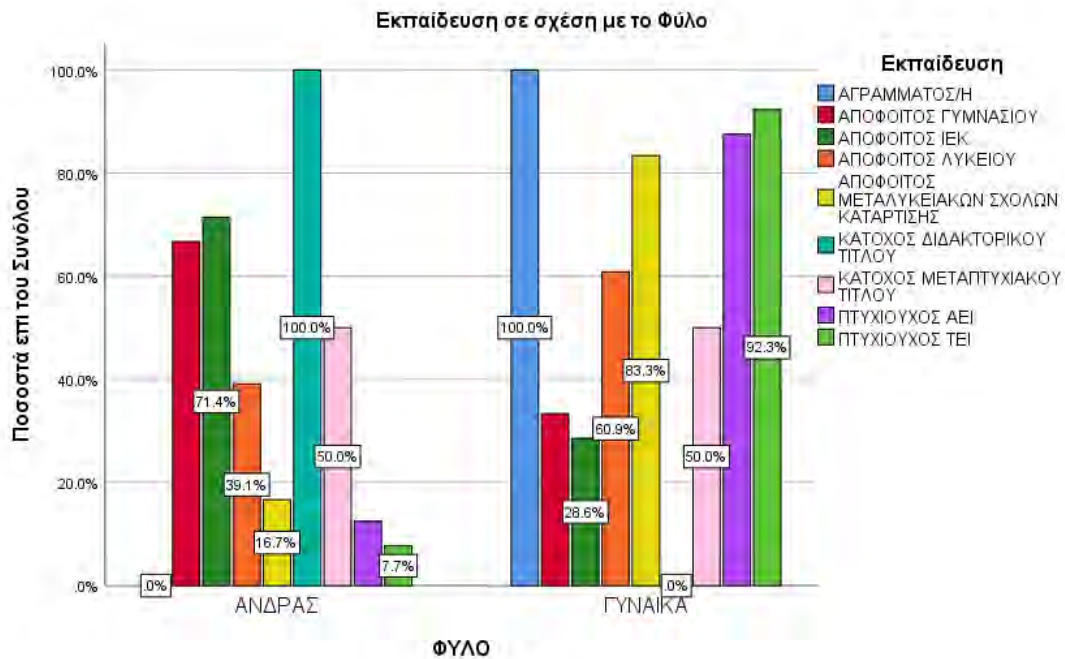
Στον πίνακα 7, παρουσιάζονται τα χρόνια υπηρεσίας των 71 ερωτηθέντων. Με βάση τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν, η πρώτη στήλη παρουσιάζει τα εξής αποτελέσματα: οι 21 από τους ερωτηθέντες έχουν λιγότερα από 5 χρόνια υπηρεσίας, οι 23 έχουν 6-10 χρόνια υπηρεσίας, οι 11 δήλωσαν 11-15 χρόνια, οι 6 παρουσιάζουν 16-20 χρόνια, οι 3 διαθέτουν 21-25 χρόνια υπηρεσίας, 4 διαθέτουν 26-30 χρόνια και 3 δήλωσαν ότι τα χρόνια υπηρεσίας τους ξεπερνούν τα 30. Στη δεύτερη στήλη καταγράφεται το ποσοστό που αντιστοιχεί στη κάθε ομάδα ξεχωριστά. Το 29,6% αντιστοιχεί σε αυτούς που έχουν λιγότερα από 5 χρόνια υπηρεσίας, το 32,4% αυτούς που έχουν 6-10 χρόνια, το 15,5% όσους έχουν 11-15 χρόνια, το 8,5% αυτούς με 16-20 χρόνια, το % αυτούς με 21-25 χρόνια, το % αυτούς με 26-30 χρόνια και το % όσους έχουν περισσότερα από 30 χρόνια υπηρεσίας.

Διακρίνεται το υψηλότερο ποσοστό των ερωτηθέντων όπου το 32,4% έχει 6-10 χρόνια υπηρεσίας στον τομέα των επιχειρήσεων ενώ τα χαμηλότερα ποσοστά συγκέντρωσαν όσοι έχουν 21-25 χρόνια καθώς και αυτοί με χρόνια υπηρεσίας άνω των 30 με ποσοστά της τάξης του %.



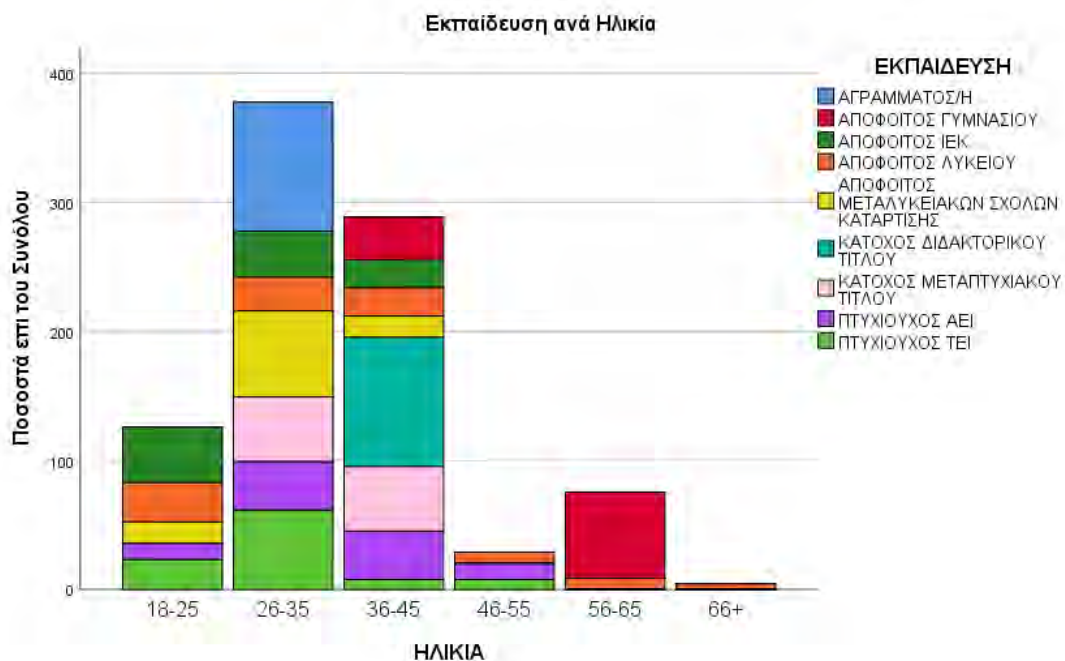
**ΓΡΑΦΗΜΑ 1 ΣΧΕΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΗΛΙΚΙΑΣ ΚΑΙ ΦΥΛΟΥ**

Στο γράφημα αυτό απεικονίζεται η σχέση μεταξύ ηλικίας και φύλου. Παρατηρείται πως οι άνδρες που απασχολούνται σε οικογενειακές επιχειρήσεις είναι μεγαλύτερης ηλικίας σε αντίθεση με τις γυναίκες που βρίσκονται σε μικρότερη ηλικία. Αξιοσημείωτη είναι η εντονότερη συμμετοχή των αντρών σε ηλικία 56 και άνω, εν αντιθέσει με αυτή των γυναικών η ενασχόληση των οποίων στην οικογενειακή επιχείρηση φαίνεται να λαμβάνει χώρα από νεαρότερη ηλικία. Φαινόμενο που βασίζεται στην ενεργή θέση που πλέον διακατέχει η γυναίκα όσο αφορά τον εργασιακό τομέα.



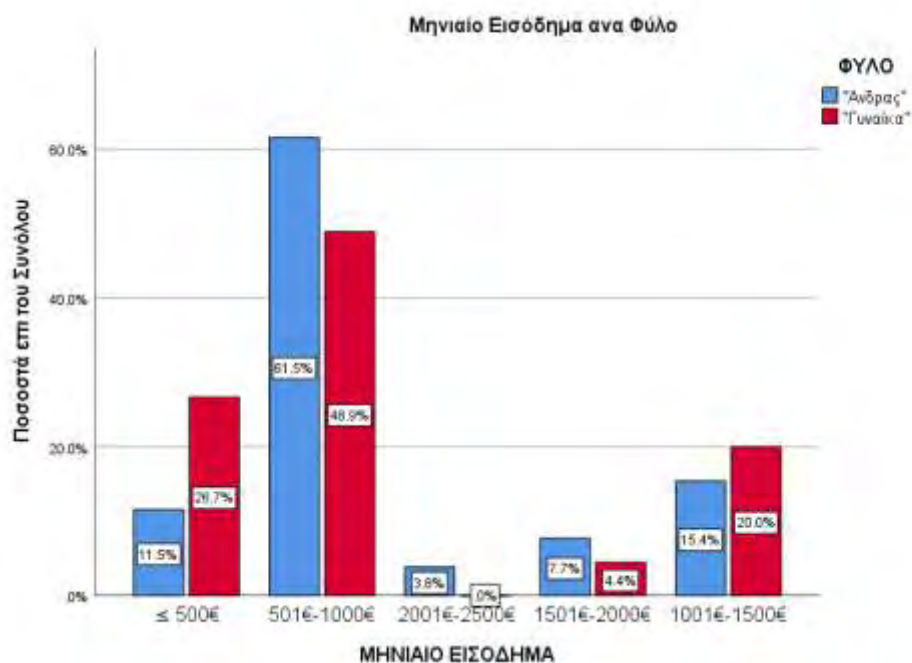
**ΓΡΑΦΗΜΑ 2 ΣΧΕΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΦΥΛΟΥ**

Σε αυτό το γράφημα αξίζει να σημειώσουμε πως οι γυναίκες εμφανίζονται να έχουν ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης συγκριτικά με αυτό των ανδρών.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 3 ΣΧΕΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΗΛΙΚΙΑΣ**

Στο παραπάνω γράφημα μπορεί κάποιος να διακρίνει ξεκάθαρα πως το εκπαιδευτικό επίπεδο των ατόμων που ανήκουν στις ηλικίες μεταξύ των 26-35 και 36-45 είναι ανώτερο σε σύγκριση με τις μικρότερες και τις μεγαλύτερες από αυτές ηλικίες.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 4 ΣΧΕΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΦΥΛΟΥ ΚΑΙ ΜΗΝΙΑΙΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ**

Στην απεικόνιση του παραπάνω γραφήματος παρατηρείται πως στην αγορά εργασίας οι άντρες αμείβονται καλύτερα σε σχέση με τις γυναίκες. Φαινόμενο που αποκαλύπτει την ανισότητα των φύλων στις εργασιακές εξελίξεις και ευκαιρίες.

## ΑΝΑΛΥΣΗ ΓΕΝΙΚΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

### ΤΟΜΕΑΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΛΛΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΥΠΕΡ ΤΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ	18	25.4	25.4	25.4
	ΕΜΠΟΡΙΟ, ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ, ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ/ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ	1	1.4	1.4	26.8
	ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ	3	4.2	4.2	31.0
	ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ	1	1.4	1.4	32.4
	ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΛΩΠΙΣΜΟΥ	5	7.0	7.0	39.4
	ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ/ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ	1	1.4	1.4	40.8
	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ/ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	12	16.9	16.9	57.7
	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗΣ	9	12.7	12.7	70.4
	ΧΟΝΔΡΙΚΟ/ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	21	29.6	29.6	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

**ΠΙΝΑΚΑΣ 8 ΤΟΜΕΑΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

Στον παραπάνω πίνακα εμφανίζεται αναλυτικά ο τομέας δραστηριότητας των επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα: 18 εμφανίζονται να είναι οι επιχειρήσεις οι οποίες προσφέρουν υπηρεσίες υπέρ του κοινωνικού συνόλου, 1 από αυτές έχει να κάνει με το εμπόριο-συντήρηση-επισκευή αυτοκινήτων/μοτοσικλετών, 3 σχετίζονται με τις κατασκευές, 1 με τις μεταφορές, 5 με την παροχή υπηρεσιών καλωπισμού, 1 με πληροφορική/τηλεπικοινωνίες, 12 με τον τουρισμό/ξενοδοχεία, 9 με τις υπηρεσίες διασκέδασης και εστίασης και 21 με το χονδρικό/λιανικό εμπόριο. Στη δεύτερη στήλη εμφανίζεται το ανάλογο ποσοστό και κάθε τομέα από τους παραπάνω αντίστοιχα. Οι δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών υπέρ του κοινωνικού συνόλου καλύπτουν ποσοστό 25,4%, το εμπόριο-συντήρηση-επισκευή αυτοκινήτων/μοτοσικλετών αντιστοιχεί σε ποσοστό 1,4%, το ποσοστό των κατασκευών ανέρχεται σε 4,2%, των μεταφορών σε 1,4%, των υπηρεσιών καλωπισμού σε 7%, αυτό των υπηρεσιών σχετικά με πληροφορική/τηλεπικοινωνίες ανέρχεται σε 1,4%, το ποσοστό του τουρισμού/ξενοδοχεία αγγίζει το 16,9%, των υπηρεσιών εστίασης και διασκέδασης αντιστοιχεί στο 12,7% και τέλος, το ποσοστό των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε χονδρικό/λιανικό εμπόριο αγγίζει το 29,6%. Όπως προκύπτει από την ανάλυση των δεδομένων σχετικά με τον τομέα

δραστηριότητας της επιχείρησης, το χονδρικό/λιανικό εμπόριο έχουν το επικρατέστερο ποσοστό 29,6% σε σύγκριση με τους υπόλοιπους τομείς, το οποίο δείχνει πως . Το μικρότερο ποσοστό το οποίο αγγίζει το 1,4%, εντοπίζεται στις επιχειρήσεις που αφορούν το εμπόριο-συντήρηση-επισκευή αυτοκινήτων/μοτοσικλετών και σε αυτές που έχουν να κάνουν με την πληροφορική και τις τηλεπικοινωνίες. Αυτό δείχνει πως οι επιχειρήσεις αυτές κινούνται σε πιο μονοπωλιακό επίπεδο.

### Η ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΡΩΤΟΥΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΔΙΑΔΟΧΟΣ	8	11.3	11.3	11.3
	ΙΔΡΥΤΗΣ	23	32.4	32.4	43.7
	ΜΕΛΟΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ	20	28.2	28.2	71.8
	ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ	20	28.2	28.2	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

**ΠΙΝΑΚΑΣ 9 Η ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΡΩΤΟΥΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ**

Στον παραπάνω πίνακα αναλυτικά στην πρώτη στήλη παρουσιάζονται οι συχνότητες όπου 8 εκ των ερωτηθέντων είναι διάδοχοι οικογενειακής επιχείρησης, οι 23 δηλώνουν ιδρυτές, 20 είναι μέλη οικογενειών που διαθέτουν οικογενειακή επιχείρηση, τέλος 20 από αυτούς είναι υπάλληλοι οικογενειακών επιχειρήσεων. Στη δεύτερη στήλη εμφανίζονται και τα ποσοστά τα οποία είναι 11,3%, 32,4%, 28,2% και 28,2% αντίστοιχα.

### ΤΙ ΣΑΣ ΩΘΗΣΕ ΣΤΗΝ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ/ΔΙΑΔΟΧΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ; (ΔΕΝ ΑΦΟΡΑ ΤΟΥΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΥΣ)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		21	29.6	29.6	29.6
	ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑ	14	19.7	19.7	49.3
	ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ	26	36.6	36.6	85.9
	ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΥΨΗΛΩΝ ΕΣΟΔΩΝ	8	11.3	11.3	97.2
	ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΚΑΤΑΞΙΩΣΗ	2	2.8	2.8	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

**ΠΙΝΑΚΑΣ 10 ΤΙ ΣΑΣ ΩΘΗΣΕ ΣΤΗΝ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ/ΔΙΑΔΟΧΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ;**

Η ανάγκη για ανεξαρτησία και δημιουργία φαίνεται πως είναι οι σημαντικότεροι λόγοι για να ξεκινήσει κάποιος μια επιχείρηση με ποσοστό επιλογής 29,6% και 36,6% αντίστοιχα. Λιγότερο εμφανίζεται να απασχολεί τους επιχειρηματίες η ανάγκη για κοινωνική καταξίωση με ποσοστό μόλις 2,8%..

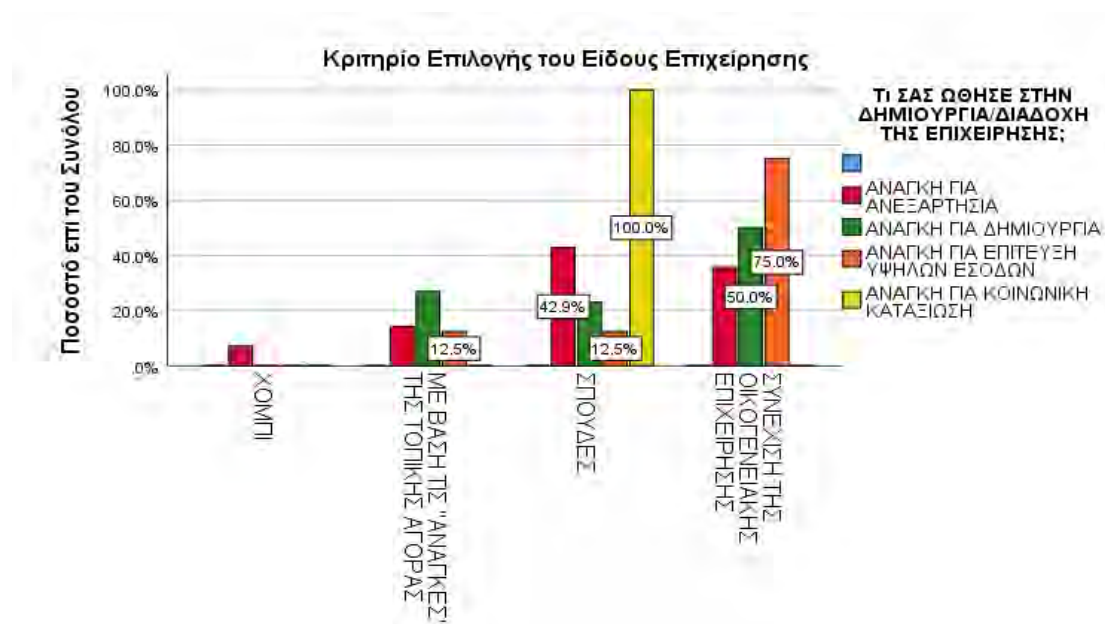


**ΜΕ ΒΑΣΗ ΠΟΙΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΕΞΑΤΕ ΤΟ ΕΙΔΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ; (ΔΕΝ ΑΦΟΡΑ ΤΟΥΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΥΣ)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20	28.2	28.2	28.2
Απο χόμπι	1	1.4	1.4	29.6
ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΙΣ "ΑΝΑΓΚΕΣ" ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	11	15.5	15.5	45.1
ΣΠΟΥΔΕΣ	15	21.1	21.1	66.2
ΣΥΝΕΧΙΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	24	33.8	33.8	100.0
Total	71	100.0	100.0	

**ΠΙΝΑΚΑΣ 11 ΜΕ ΒΑΣΗ ΠΟΙΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΕΞΑΤΕ ΤΟ ΕΙΔΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ;**

Το βασικότερο κριτήριο για την επιλογή του είδους της επιχείρησης φαίνεται πως είναι η συνέχεια της οικογενειακής επιχείρησης, με ποσοστό 33,8%. Το αμέσως επόμενο κίνητρο είναι οι σπουδές του ατόμου με ποσοστό 21,1%. Σεβαστό είναι και το πλήθος των ατόμων που βασίζονται στις ανάγκες της τοπικής αγοράς για την δημιουργία μιας επιχείρησης το οποίο ανέρχεται σε 15,5%. Ενώ συντριπτικά μικρότερο είναι το ποσοστό των ατόμων που θα μετέτρεπαν το χόμπι τους σε επάγγελμα σε ποσοστό 1,4%.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 5 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΤΟΥ ΕΙΔΟΥΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΕ ΣΥΝΑΡΤΗΣΗ ΜΕ ΤΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΔΙΑΔΟΧΗΣ/ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**



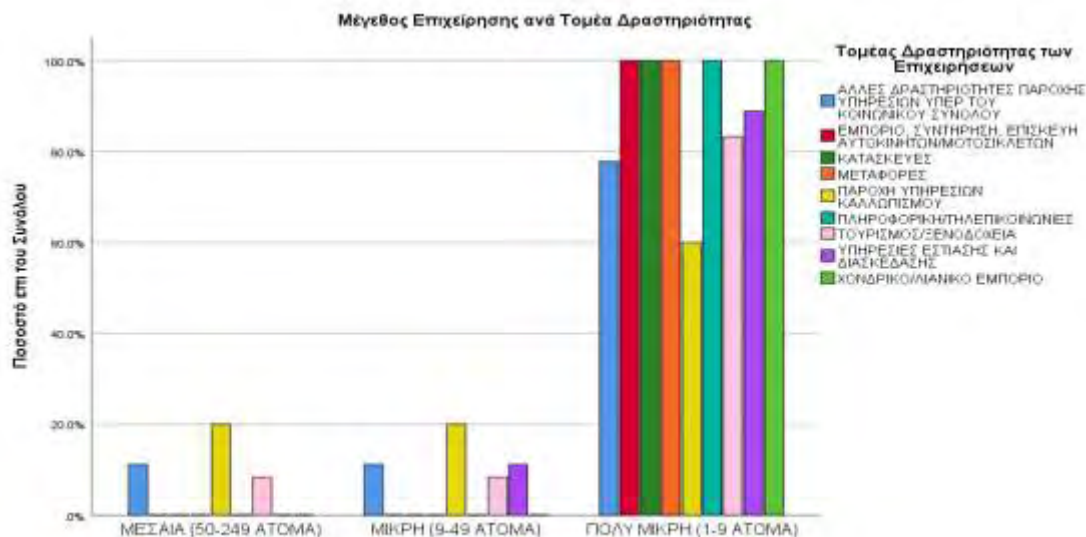
Προσπαθώντας να βρούμε τη συσχέτιση των απαντήσεων στα δύο προηγούμενα ερωτήματα δημιουργήθηκε το παραπάνω διάγραμμα. Τα άτομα με κριτήριο επιλογής τη συνέχεια της οικογενειακής επιχείρησης, αναζητούν επίτευξη υψηλών εισοδημάτων, αμέσως μετά ανάγκη για δημιουργία και έπειτα ανάγκη για ανεξαρτησία. Τα άτομα τα οποία έχουν ως κριτήριο των τομέα σπουδών τους είναι τα μόνα που αναζητούν κοινωνική καταξίωση, η αμέσως επόμενη ανάγκη τους είναι η ανεξαρτησία, και τέλος η ανάγκη για δημιουργία και για επίτευξη υψηλών εσόδων. Τέλος, τα άτομα που συμμερίζονται τις ανάγκες της τοπικής αγοράς κατά πλειοψηφία έχουν ανάγκη για δημιουργικότητα ενώ σε σχεδόν ίσο ποσοστό κατατάσσουν την ανάγκη για ανεξαρτησία και την επίτευξη υψηλών στόχων.

### ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΜΕΣΑΙΑ (50-249 ΑΤΟΜΑ)	4	5.6	5.6	5.6
	ΜΙΚΡΗ (9-49 ΑΤΟΜΑ)	5	7.0	7.0	12.7
	ΠΟΛΥ ΜΙΚΡΗ (1-9 ΑΤΟΜΑ)	62	87.3	87.3	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

**ΠΙΝΑΚΑΣ 12 ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ;**

Αναλυτικότερα: οι 62 επιχειρήσεις ανήκουν στις πολύ μικρές , οι 5 κατατάσσονται στις μικρές (9-49 άτομα) και 4 στις μεσαίες (50-249 άτομα). Τα ανάλογα ποσοστά έχουν ως εξής: 5,6% αντιστοιχεί στις μεσαίες επιχειρήσεις, 7% στις μικρές και 87,3% στις πολύ μικρές. Όπως ήταν αναμενόμενο λόγω του μικρού πληθυσμού του νομού Ευρυτανίας, οι επιχειρήσεις κατά συντριπτική πλειοψηφία είναι πολύ μικρές, απασχολούν δηλαδή 1 έως 9 άτομα το μέγιστο.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 6 ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΕ ΣΥΝΑΡΤΗΣΗ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ**

Παρατηρείται ότι οι επιχειρήσεις οι οποίες ευνοούνται στο νομό Ευρυτανίας και δημιουργούν περισσότερες θέσεις εργασίας ανήκουν στους τομείς παροχής υπηρεσιών υπέρ του κοινωνικού συνόλου, παροχής υπηρεσιών καλλωπισμού, τουρισμού και ξενοδοχείων καθώς και σε τομείς υπηρεσιών εστίασης και διασκέδασης. Ενώ σε απόλυτο βαθμό οι τομείς εμπορίου, συντήρησης, επισκευής αυτοκινήτων/μοτοσικλετών, κατασκευών, μεταφορών, πληροφορικής/ τηλεπικοινωνιών και χονδρικού/λιανικού εμπορίου αποτελούνται από πολύ μικρές επιχειρήσεις.

**ΠΟΥ ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ Η ΕΔΡΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ;**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Αγιος Νικολαος	1	1.4	1.4	1.4
ΚΑΡΠΕΝΗΣΙ	66	93.0	93.0	94.4
Λαμία	1	1.4	1.4	95.8
Λειβαδιά	1	1.4	1.4	97.2
Μεγάλο Χωριό Ευρυτανίας	2	2.8	2.8	100.0
Total	71	100.0	100.0	

**ΠΙΝΑΚΑΣ 13 ΠΟΥ ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ Η ΕΔΡΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ;**

Σε ποσοστό 93% η έδρα των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον νομό Ευρυτανίας βρίσκεται στην πρωτεύουσα του νομού, το Καρπενήσι. Το ποσοστό αυτό αφορά 66 επιχειρήσεις. Δεύτερο κατά σειρά με ποσοστό μόλις 2,8%, το οποίο αντιστοιχεί σε 2 επιχειρήσεις ανέρχεται το Μεγάλο Χωριό και με ποσοστό 1,4% εμφανίζονται 3 επιχειρήσεις οι οποίες έχουν έδρα στον Άγιο Νικόλαο, στη Λαμία και στη Λειβαδιά αντίστοιχα.

**ΕΧΕΙ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ;**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	NAI	13	18.3	18.3	18.3
	OXI	58	81.7	81.7	100.0
Total		71	100.0	100.0	

**ΠΙΝΑΚΑΣ 14 ΕΧΕΙ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ;**

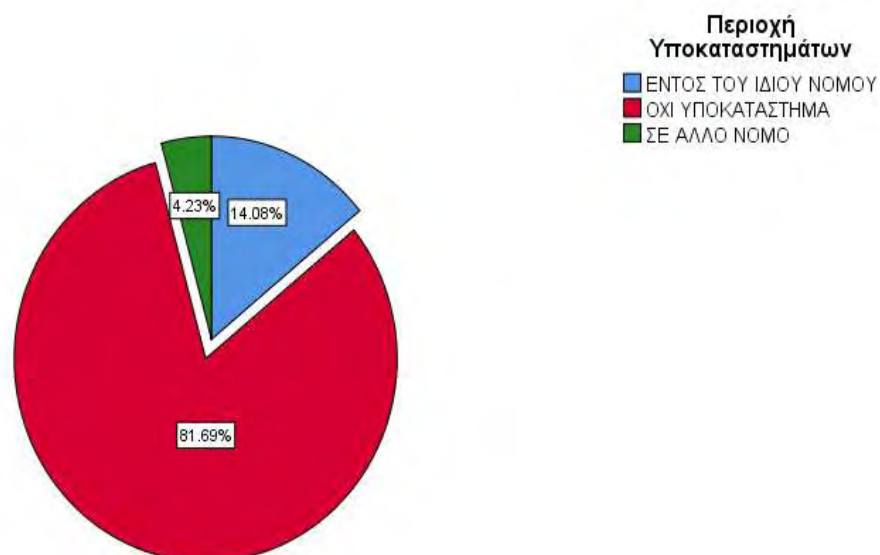
Παρατηρείται ότι το 18,3% των επιχειρήσεων έχουν καταφέρει να ανοίξουν υποκατάστημα. Αρκετά θετικό ποσοστό αν αναλογιστούμε πως σε ένα επαρχιακό νομό με βάση τη ζήτηση που υπάρχει η οποία σαφώς και δε συγκρίνεται με αυτή των μεγάλων πόλεων δηλαδή είναι πολύ μικρότερη, σημαίνει πως το προϊόν που προσφέρουν έχει αρκετά αυξημένη ζήτηση.

### **ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΥ ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ ΤΟ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑ;**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	58	81.7	81.7	81.7
ΕΝΤΟΣ ΤΟΥ ΙΔΙΟΥ ΝΟΜΟΥ	10	14.0	14.0	95.7
ΣΕ ΑΛΛΟ ΝΟΜΟ	3	4.3	4.3	100.0
Total	71	100.0	100.0	

**ΠΙΝΑΚΑΣ 15 ΠΟΥ ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ ΤΟ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΕΦΟΣΟΝ ΥΠΑΡΧΕΙ;**

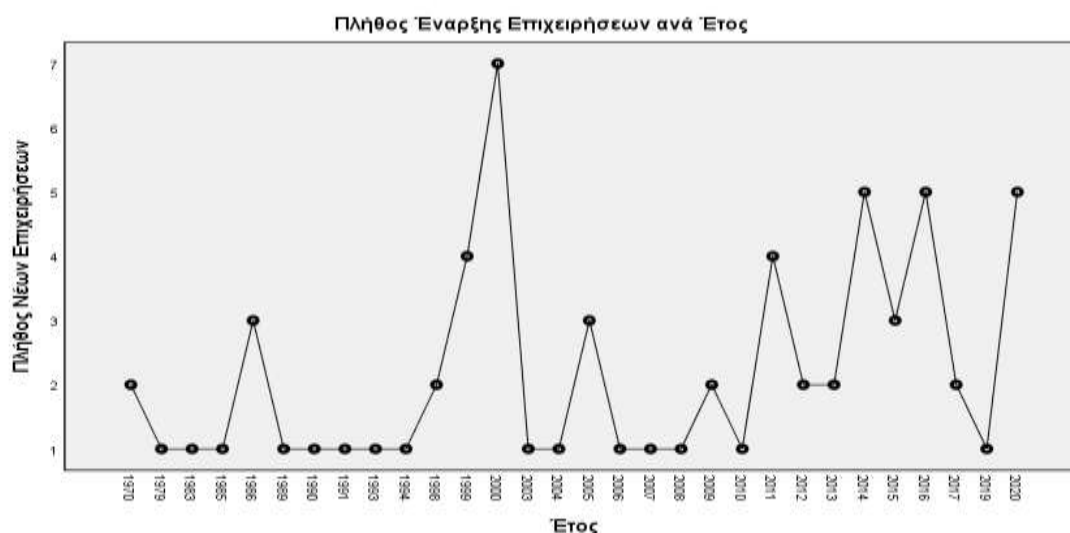
Οι 10 απάντησαν ότι το υποκατάστημα της επιχείρησής τους βρίσκεται εντός του ίδιου νομού, το οποίο μεταφράζεται ως ποσοστό σε 14% και οι 3 οι οποίοι αποτελούν ποσοστό 4,3% απάντησαν ότι βρίσκεται σε άλλο νομό. Θετικό που ευδοκμούν και σε άλλο νομό διαφορετικό από την έδρα τους, αυτό σημαίνει εγχώρια επέκταση της επιχείρησης.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 7 ΠΕΡΙΟΧΗ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ**

Σε γενικές γραμμές η πλειοψηφία των επιχειρήσεων δεν έχουν υποκαταστήματα σε ποσοστό 81,69%. Στην περίπτωση υποκαταστήματος, οι περισσότεροι διατηρούν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα εντός νομού ενώ ένα μικρό ποσοστό έχει επεκταθεί εκτός νομού.

Με βάση την ερώτηση του έτους έναρξης τα επιχειρήσεων δημιουργήθηκε το ακόλουθο διάγραμμα:



#### ΓΡΑΦΗΜΑ 8 ΕΤΟΣ ΕΝΑΡΞΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Έντονη επιχειρηματική δραστηριότητα παρατηρείται τα τελευταία 15 χρόνια. Αξιοσημείωτη είναι η έντονη παρουσία έναρξης νέων επιχειρήσεων στην καρδιά της χρηματοπιστωτικής κρίσης από το 2009 έως και το 2018.

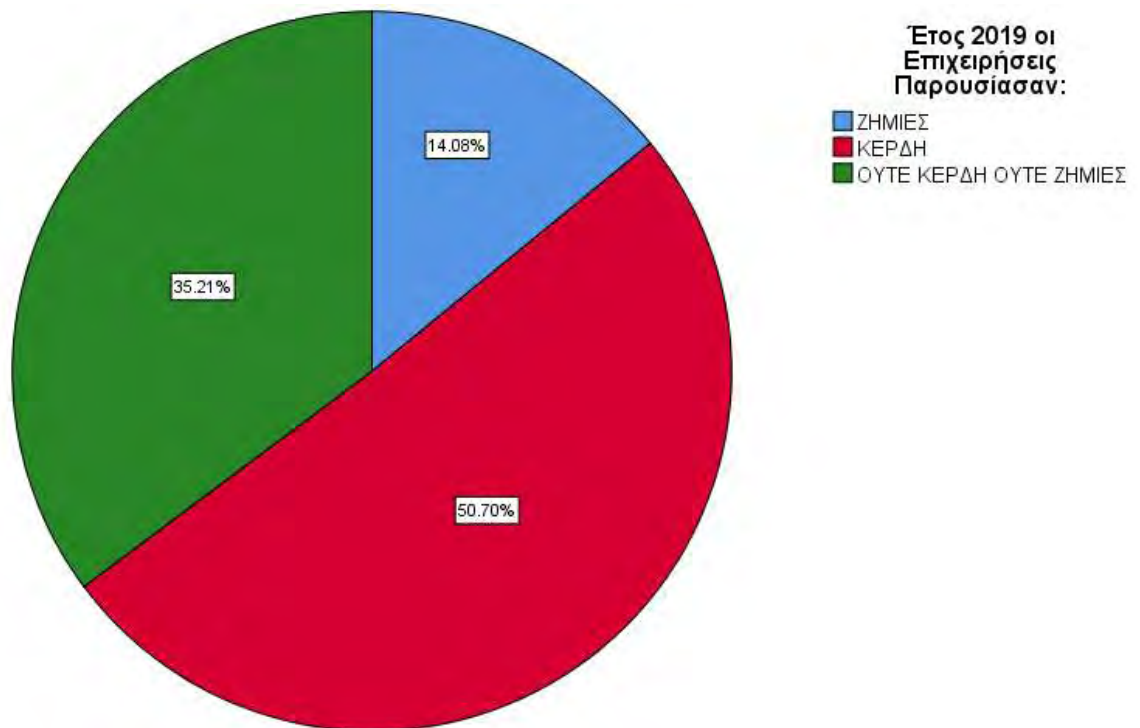
### ΑΝΑΛΥΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

#### ΤΟ ΕΤΟΣ 2019 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕ:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ZHMIΕΣ	10	14.1	14.1	14.1
	ΚΕΡΔΗ	36	50.7	50.7	64.8
	ΟΥΤΕ ΚΕΡΔΗ ΟΥΤΕ ΖΗΜΙΕΣ	25	35.2	35.2	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

#### ΠΙΝΑΚΑΣ 16 Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΠΡΟΟΔΟΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟ ΕΤΟΣ 2019

Στην πρώτη στήλη του παραπάνω πίνακα εμφανίζεται η συχνότητα των επιχειρήσεων που παρουσίασαν ζημιές, κέρδη και ουδετερότητα δηλαδή ούτε κέρδη ούτε ζημιές. Οι συχνότητες αυτές είναι 10, 36 και 25 αντίστοιχα. Στο παρακάτω γράφημα απεικονίζονται αναλυτικά και τα ποσοστά των συχνοτήτων αυτών τα οποία αντιστοιχούν σε 14,08% όσο αφορά τις επιχειρήσεις που παρουσίασαν ζημιές, 50,7% σε αυτές που παρουσίασαν κέρδη και το 35,21% αντιστοιχεί σε αυτές που δεν παρουσίασαν κέρδη αλλά ούτε και ζημιές.



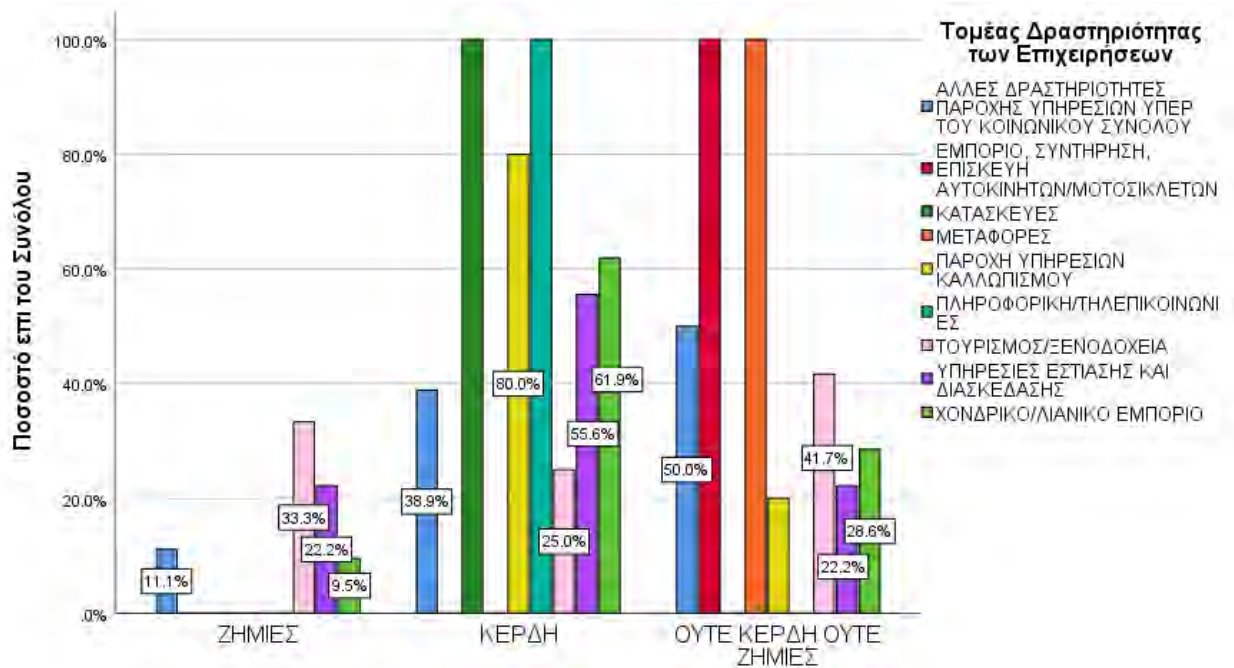
**ΓΡΑΦΗΜΑ 9 Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΠΡΟΟΔΟΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟ ΕΤΟΣ 2019**

**ΤΖΙΡΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΤΟ ΕΤΟΣ 2019**

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
ΠΟΙΟΣ ΗΤΑΝ Ο ΤΖΙΡΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΑΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 2019 ΣΕ ΕΥΡΩ; (ΔΕΝ ΑΦΟΡΑ ΤΟΥΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΥΣ)	23	998000	2000	1000000	2064000	89739.13	206403.228	42602292490.119
Valid N (listwise)	23							

**ΠΙΝΑΚΑΣ 17 Ο ΤΖΙΡΟΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 2019**

Ο αριθμός των λιγοστών απαντήσεων πιθανόν οφείλεται στη θέση που κατέχει ο ερωτούμενος στην επιχείρηση με αποτέλεσμα να μην είναι σε θέση να γνωρίζει την ακριβή απάντηση και για αυτό το λόγο να απέχει από το να απαντήσει. Ο ελάχιστος τζίρος είναι 2.000€, ο μέγιστος τζίρος είναι 1.000.000€ , ο μέσος όρος των τζιρών των επιχειρήσεων είναι 89.739,13€. Παρατηρείται έντονη διακύμανση μεταξύ των τιμών της τάξεως 206.403,228€, κάτι που αποδεικνύει την ανισότητα του τζίρου ανάμεσα στις επιχειρήσεις.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 10 ΤΟΜΕΑΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΕ ΣΥΝΑΡΤΗΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΤΟΥΔ ΕΝ ΕΤΗ 2019**

Με βάση το παραπάνω γράφημα, απόλυτα κέρδη παρουσιάζουν οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με κατασκευές καθώς και με τον τομέα της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών, σε πλήρως ουδέτερη κατάσταση βρίσκονται αυτές του εμπορίου, συντήρησης και επισκευής αυτοκινήτων/μοτοσικλετών αλλά και του τομέα μεταφορών. Επίσης ο τομέας τουρισμού και ξενοδοχείων σε ποσοστό 41,7% και ο τομέας παροχής υπηρεσιών υπέρ του κοινωνικού συνόλου σε ποσοστό 50% δεν παρουσιάζουν ούτε κέρδη ούτε και ζημίες. Οι υπηρεσίες εστίασης και διασκέδασης παρουσιάζουν κέρδη τα οποία ανέρχονται σε ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό που αγγίζει το 55,6%. Κέρδη εμφανίζουν με επίσης μεγάλο ποσοστό που αντιστοιχεί σε 61,9% οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με χονδρικό και λιανικό εμπόριο όπως και οι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών καλλωπισμού με συντριπτικό ποσοστό 80%. Οι πιο κερδοφόρες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο νομό Ευρυτανίας φαίνεται πως είναι αυτές που ανήκουν στους τομείς των κατασκευών, της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών, των υπηρεσιών καλλωπισμού, του χονδρικού και λιανικού εμπορίου και των υπηρεσιών εστίασης και διασκέδασης με ποσοστά κερδών 55% και άνω.

## ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΗΣΗΣ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ

### ΚΑΝΕΤΕ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ INTERNET ΓΙΑ ΘΕΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	60	84.5	84.5	84.5
	OXI	11	15.5	15.5	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

ΠΙΝΑΚΑΣ 18 ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΓΙΑ ΘΕΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων σε ποσοστό 84,5% φαίνεται να έχουν στραφεί στη χρήση του διαδικτύου, ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό του 15,5% παραμένουν συντηρητικές χωρίς να κάνουν χρήση του εργαλείου του διαδικτυακού κόσμου.

### ΕΧΕΙ ΔΙΚΗ ΤΗΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ;

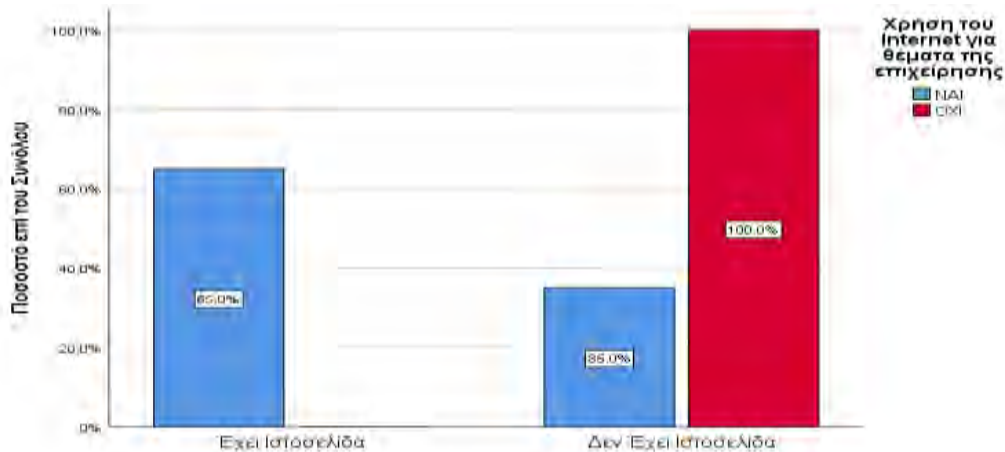
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	39	54.9	54.9	54.9
	OXI	32	45.1	45.1	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

ΠΙΝΑΚΑΣ 19 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΔΙΚΗ ΤΗΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ;

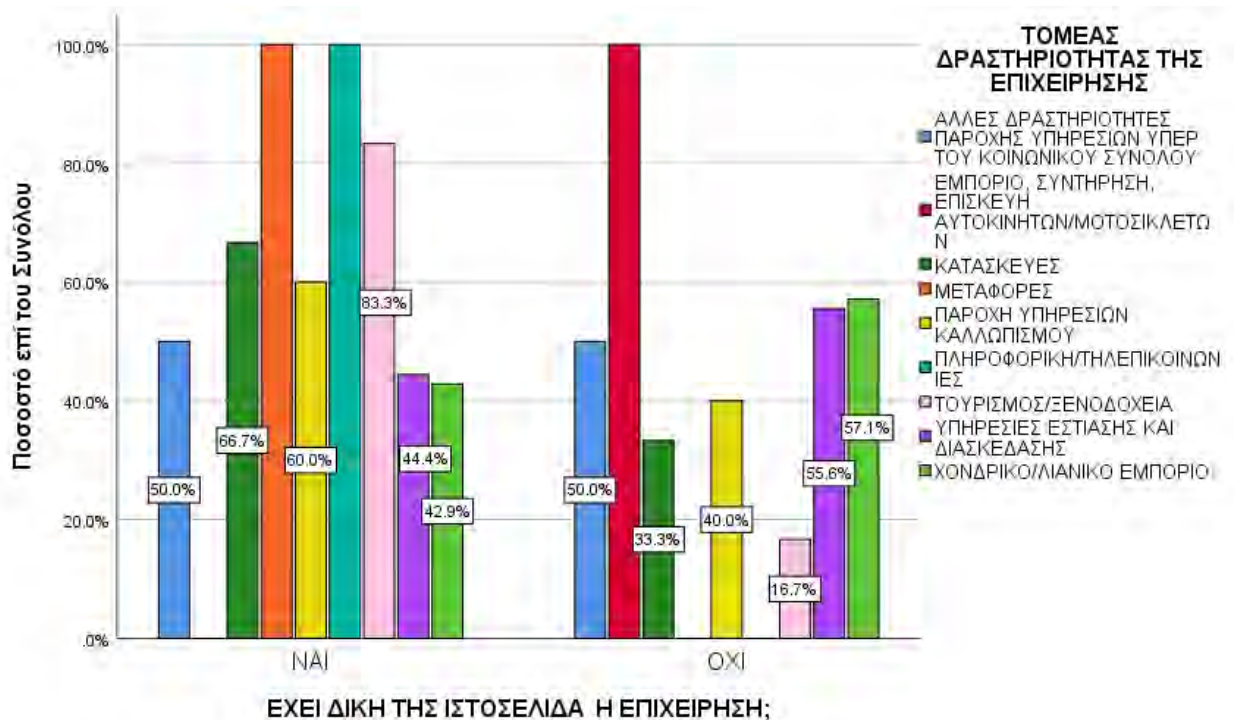
Το παράδοξο της υπόθεσης είναι πως ενώ στην προηγούμενη ερώτηση φαίνεται να κάνουν χρήση του διαδικτύου το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων, στην ερώτηση εάν διακατέχει δική της σελίδα η επιχείρηση το σκηνικό αλλάζει. Σε ποσοστό περίπου 55% διατηρεί ιστοσελίδα η επιχείρηση, το υπόλοιπο 45% όχι. Συμπεραίνεται λοιπόν πως η πλειοψηφία των επιχειρήσεων είτε δεν έχει την ανάγκη-ιδεολογία είτε τον τρόπο να εκτεθεί στη παγκοσμίου εμβέλειας αγορά.

Κατά απόλυτο βαθμό οι επιχειρήσεις οι οποίες έχουν δηλώσει πως δεν κάνουν χρήση του διαδικτύου για σχετικά θέματα, όπως και ήταν αναμενόμενο δεν διατηρεί ιστοσελίδα. Σε αντίθεση, μόνο το 65% των επιχειρήσεων που έχουν δηλώσει χρήση διαδικτύου διακατέχει προσωπική ιστοσελίδα, με το υπόλοιπο 35% να μην διακατέχει προσωπικό ιστότοπο. Σχηματικά απεικονίζονται ακολούθως:





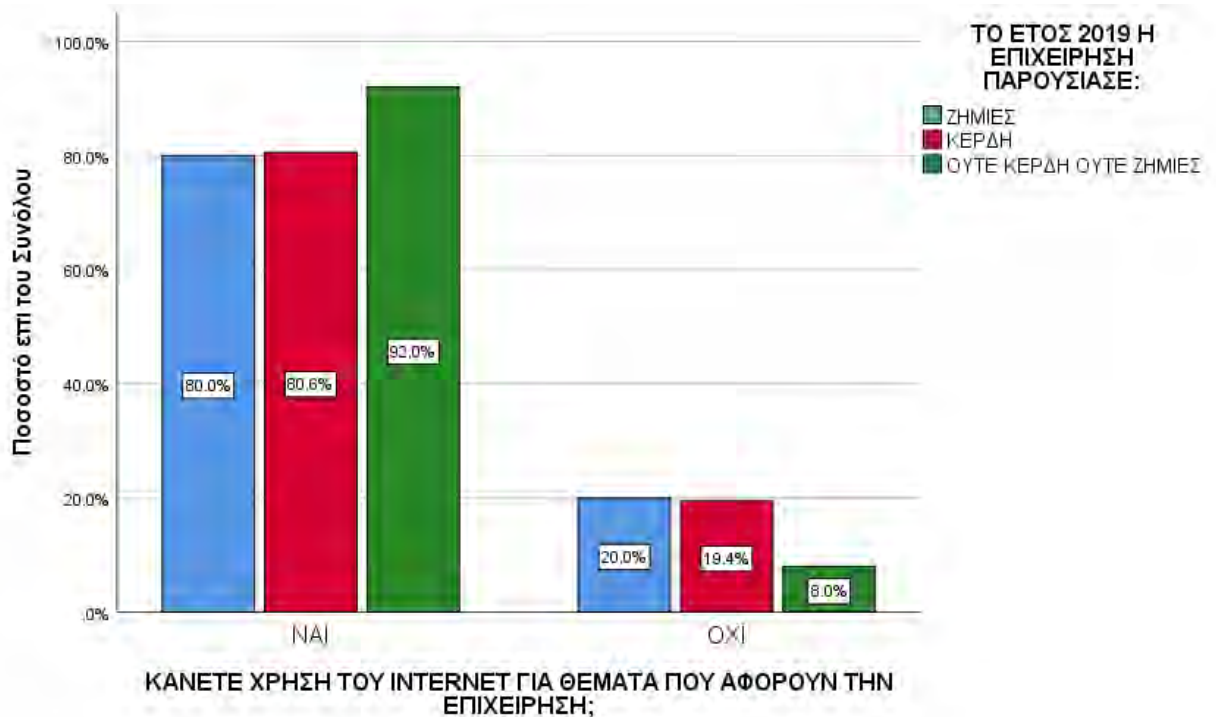
**ΓΡΑΦΗΜΑ 11 ΧΡΗΣΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΓΙΑ ΘΕΜΑΤΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΕ ΣΥΝΑΡΤΗΣΗ ΜΕ ΤΟ ΑΝ ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ**



**ΓΡΑΦΗΜΑ 12 ΔΙΑΘΕΣΗ Η ΜΗ ΔΙΑΘΕΣΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΕ ΣΥΝΑΡΤΗΣΗ ΜΕ ΤΟ ΤΟΜΕΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ**

Κατά απόλυτη πλειοψηφία οι επιχειρήσεις στους κλάδους μεταφορών και πληροφορικής-τηλεπικοινωνιών διατηρούν προσωπική ιστοσελίδα. Σε τελείως αντίθετη κατάσταση βρίσκεται ο τομέας επισκευής αυτοκινήτων-μοτοσικλετών με πλήρη αποχή. Μοιρασμένος στη μέση είναι ο κλάδος της παροχής υπηρεσιών υπέρ του κοινωνικού συνόλου. Ενώ εντυπωσιακή και μη αναμενόμενη είναι η ύπαρξη τουριστικών καλυμμάτων ή ξενοδοχείων τα οποία δεν έχουν ιστοσελίδα σε ποσοστό μόλις 16,7%, σε σχέση με το υπόλοιπο 83,30% του κλάδου που έχει.



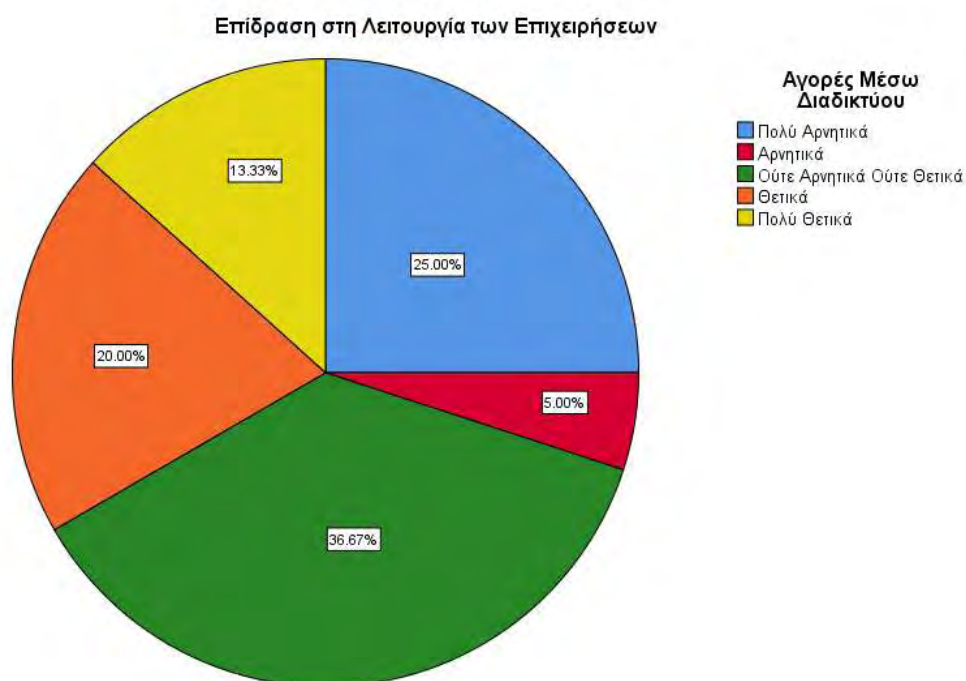


**ΓΡΑΦΗΜΑ 13 ΚΛΕΙΣΙΜΟ ΕΤΟΥΣ 2019 ΣΕ ΣΥΝΑΡΤΗΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ**

Η χρήση διαδικτύου δεν φαίνεται να έχει επίδραση στη διαμόρφωση του κλεισίματος του οικονομικού έτους 2019. Ίσως είναι και ένας καταληκτικός παράγων των επιχειρηματιών να ασχοληθούν ώστε να επωφεληθούν από το διαδίκτυο. Από την άλλη πλευρά ο τρόπος χρήσης του διαδικτύου και η μη αναγνώριση ευκαιριών και κατά προέκταση εκμετάλλευση αυτών, ίσως να είναι κάποιιοι από τους παράγοντες που δεν επωφελούνται χρηματικά εν τέλει από τη χρήση του διαδικτύου οι εν λόγω επιχειρήσεις.

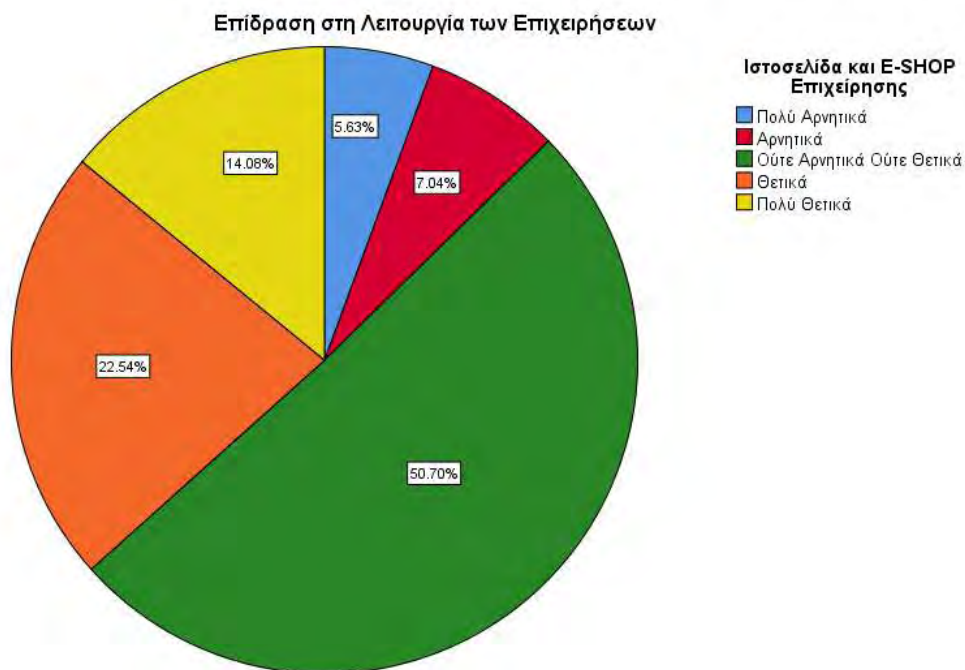
## ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΕΙΤΕ ΘΕΤΙΚΑ ΕΙΤΕ ΑΡΝΗΤΙΚΑ

### Ομάδα 1: Διαδίκτυο



ΓΡΑΦΗΜΑ 14 ΑΓΟΡΕΣ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

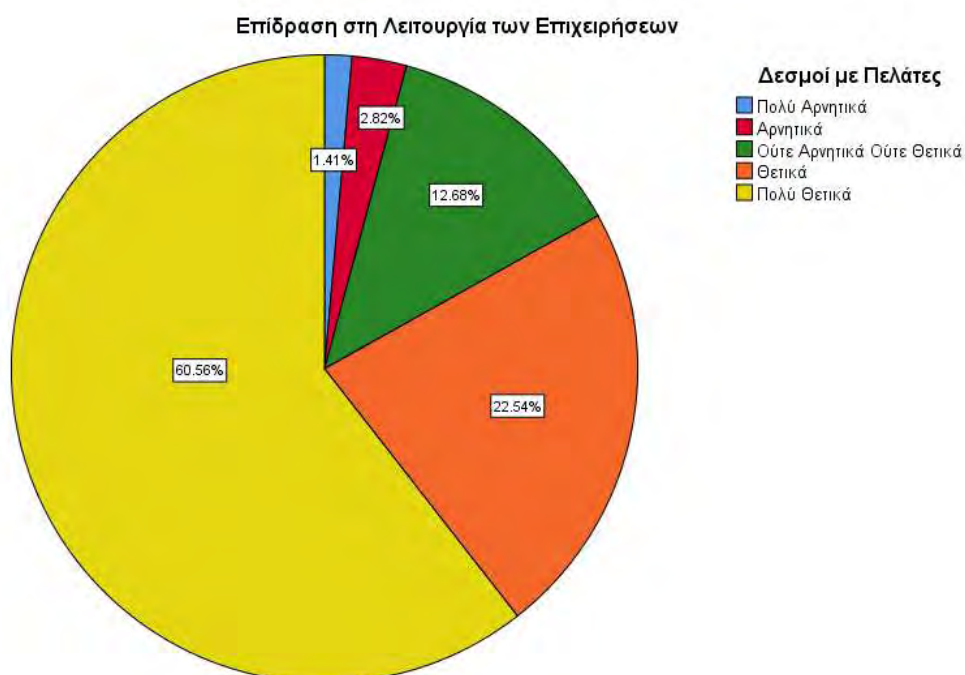
Σύμφωνα με το γράφημα, οι αγορές μέσω διαδικτύου έχουν κατά 25% πολύ αρνητική επίδραση στη λειτουργία των επιχειρήσεων, 5% αρνητική, 36,67% ούτε αρνητική αλλά ούτε και θετική, 20% θετική ενώ ένα μικρό ποσοστό της τάξεως του 13,33% δηλώνει ότι η επίδραση αυτή είναι πολύ θετική στη λειτουργία αυτών.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 15 ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΚΑΙ E-SHOP ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

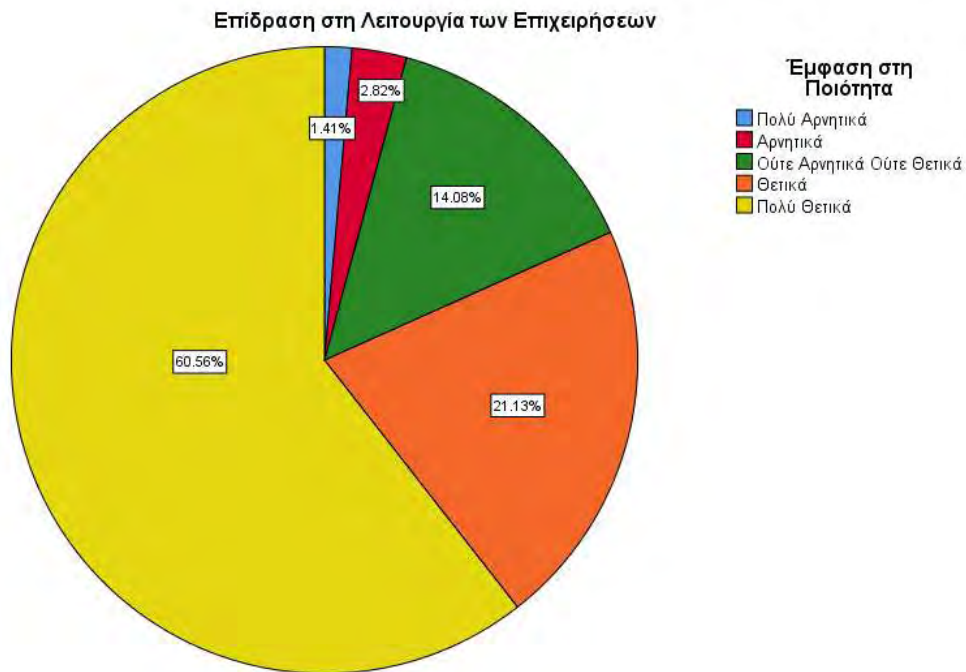
Όπως προκύπτει και από το γράφημα, η ύπαρξη ιστοσελίδας και η λειτουργία e-shop στη λειτουργία των επιχειρήσεων, τις επηρεάζει σε βαθμό 5,63% πολύ αρνητικά, 7,04% αρνητικά, 50,7% ούτε αρνητικά ούτε θετικά, 22,54% θετικά και 14,08% πολύ θετικά.

**Ομάδα 2: Πελάτης και Προϊόν**



**ΓΡΑΦΗΜΑ 16 ΔΕΣΜΟΙ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ**

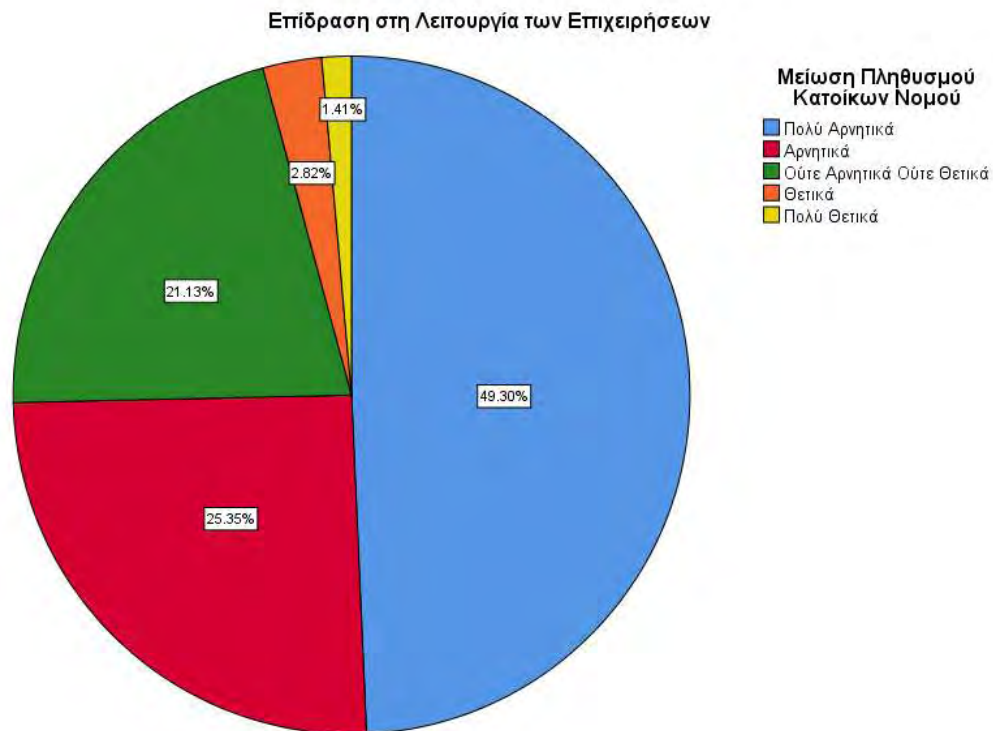
Στο γράφημα, παρατηρείται πως οι δεσμοί με τους πελάτες παίζουν καθοριστικό ρόλο καθώς επηρεάζουν πολύ θετικά την λειτουργία μιας επιχείρησης σε ποσοστό που αγγίζει το 60,56%. Σε αντίθεση, μόλις το 1,41% των ερωτηθέντων πιστεύει ότι οι δεσμοί με τους πελάτες επηρεάζουν πολύ αρνητικά την λειτουργία των επιχειρήσεων.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 17 ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ**

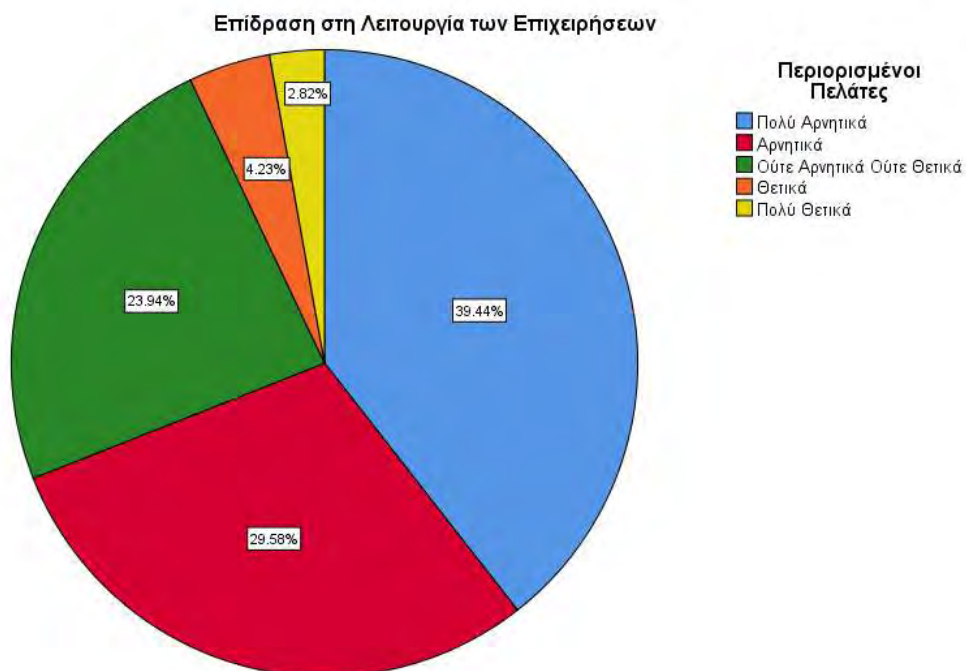
Είναι εμφανές στο παραπάνω γράφημα πως η έμφαση στην ποιότητα παίζει σημαντικό ρόλο στην λειτουργία των επιχειρήσεων.

### Ομάδα 3: Δημοσιογραφικά Χαρακτηριστικά



ΓΡΑΦΗΜΑ 18 ΜΕΙΩΣΗ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΝΟΜΟΥ

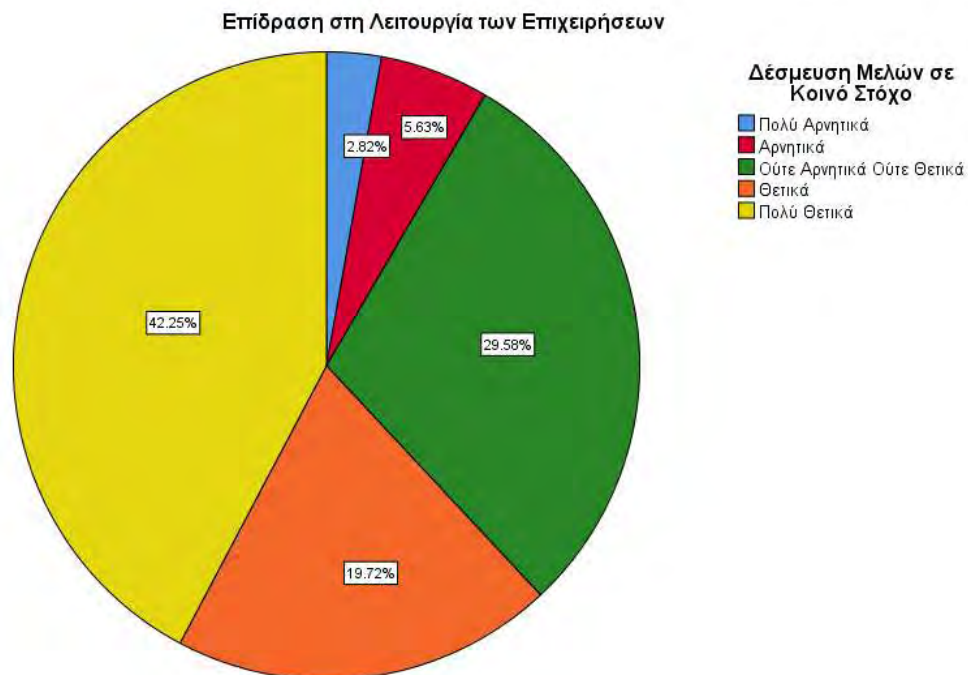
Σύμφωνα με το γράφημα, είναι αξιοσημείωτη η πολύ αρνητική και αρνητική επίδραση που προκαλεί η συνεχής μείωση του πληθυσμού των κατοίκων του νομού καθώς συνολικά ανέρχεται σε ποσοστό 74,65%.



ΓΡΑΦΗΜΑ 19 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ

Όπως ήταν αναμενόμενο, εφόσον η μείωση των κατοίκων του νομού συνεχώς μειώνεται, είναι λογικό να μειώνονται και οι πελάτες των επιχειρήσεων. Έτσι, ο περιορισμένος αριθμός πελατών επιδρά αρνητικά και πολύ αρνητικά στη λειτουργία των επιχειρήσεων σε ποσοστό που φτάνει συνολικά το 63,02%.

#### Ομάδα 4: Εσωτερικά Ζητήματα Επιχείρησης – Ανθρώπινο Δυναμικό

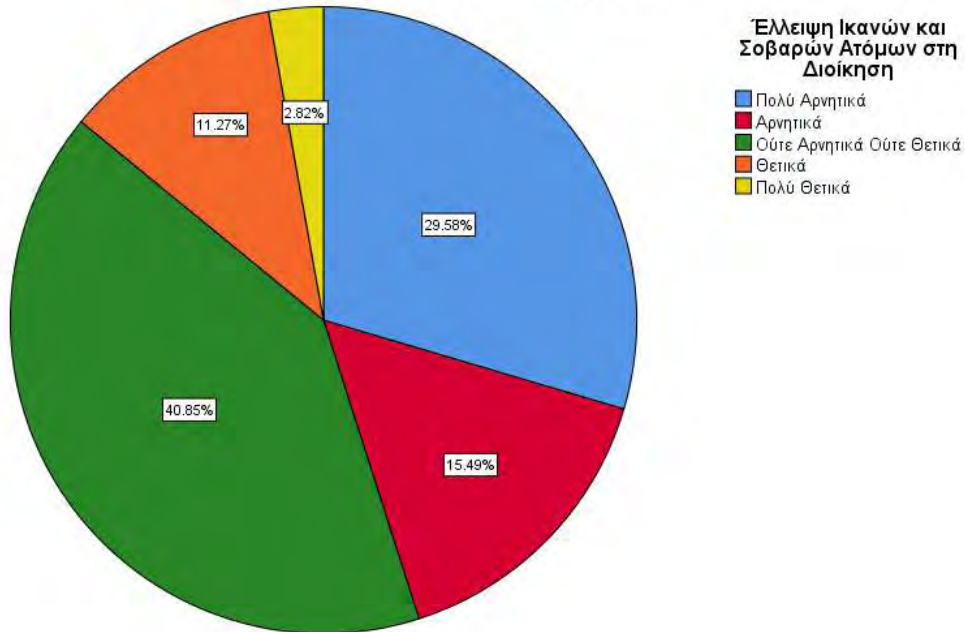


ΓΡΑΦΗΜΑ 20 ΔΕΣΜΕΥΣΗ ΜΕΛΩΝ ΣΕ ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟ

Η δέσμευση των μελών της επιχείρησης σε κοινό στόχο αποτελεί σημαντικά θετικό κίνητρο για την ομαλή λειτουργία μιας επιχείρησης όπως υποστήριξε το 61,97% των ερωτηθέντων.



### Επίδραση στη Λειτουργία των Επιχειρήσεων

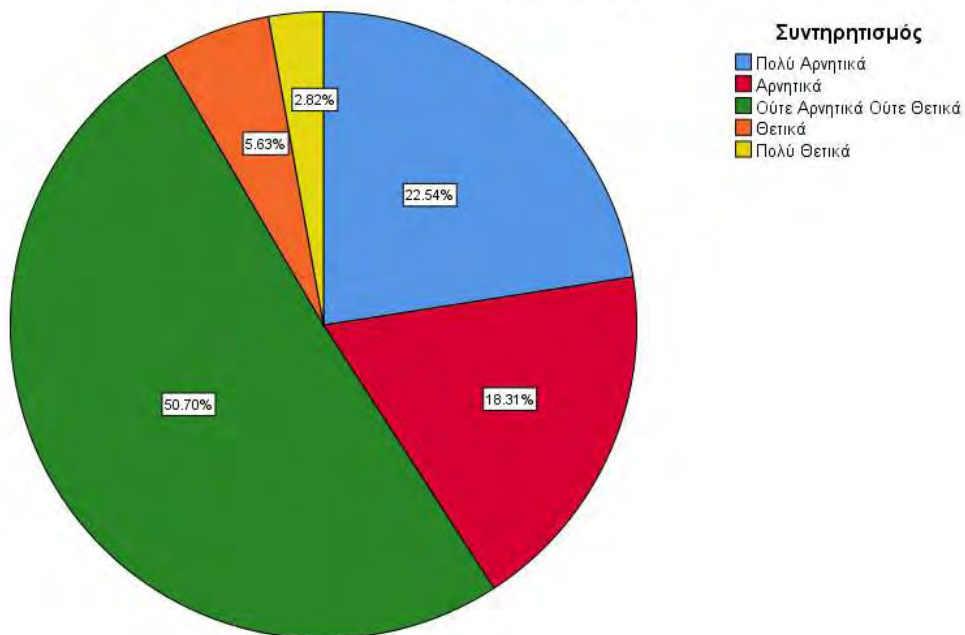


ΓΡΑΦΗΜΑ 21 ΕΛΛΕΙΨΗ ΙΚΑΝΩΝ ΚΑΙ ΣΟΒΑΡΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

Μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων ύψους 29,58% υποστηρίζει πως η έλλειψη ικανών κ σοβαρών ατόμων επηρεάζει πολύ αρνητικά την λειτουργία μιας επιχείρησης ενώ ένα ποσοστό της τάξεως 40,85% έχουν ουδέτερη άποψη.

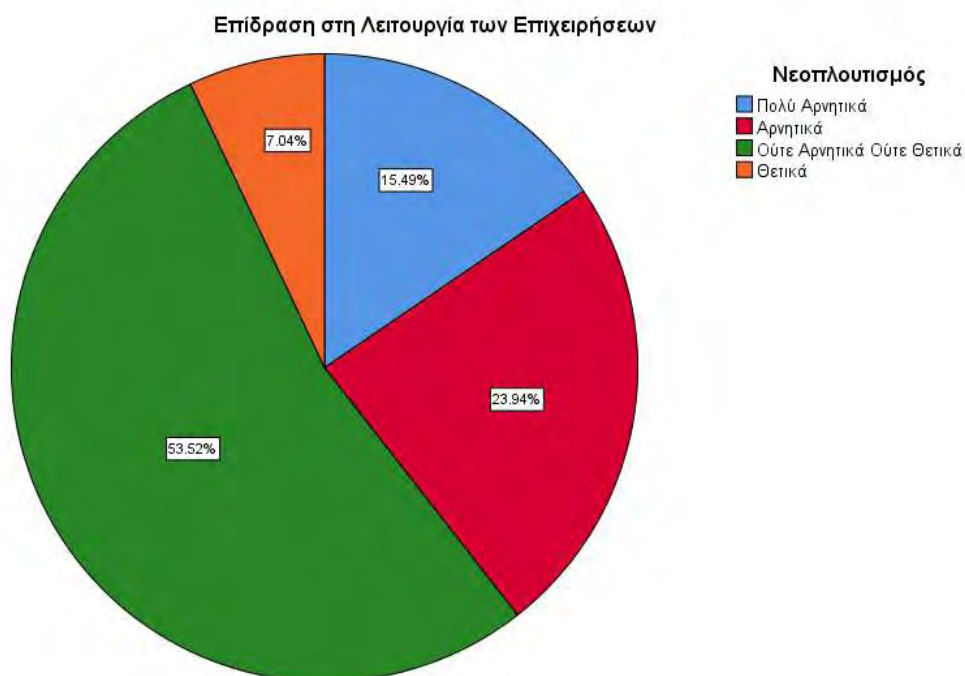
### Ομάδα 5: Αντιμετώπιση του Ιδιοκτήτη ή Ιδεολογίας Επιχείρησης

### Επίδραση στη Λειτουργία των Επιχειρήσεων



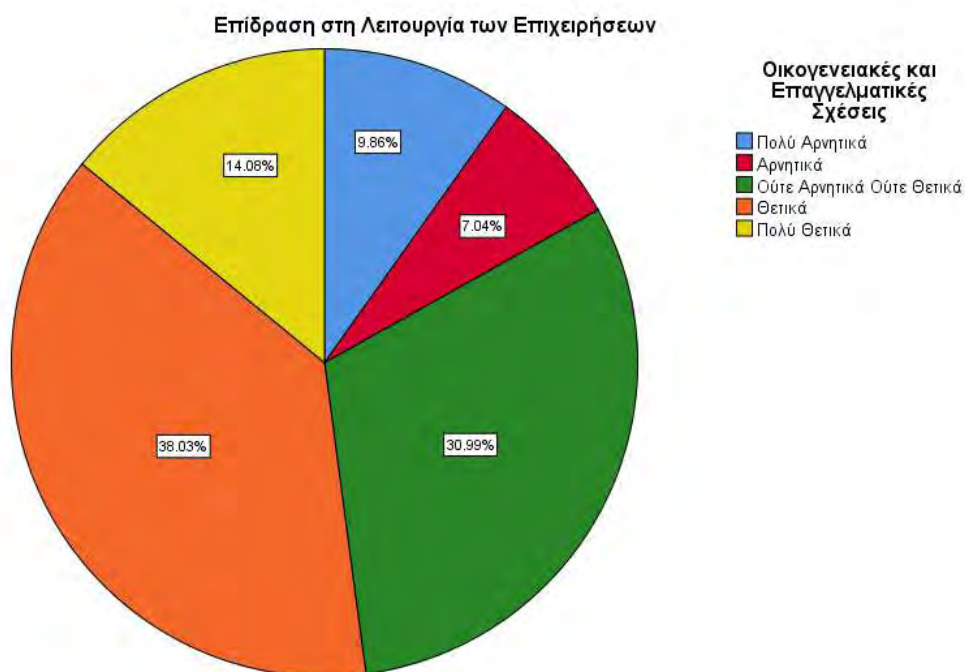
ΓΡΑΦΗΜΑ 22 ΣΥΝΤΗΡΗΤΙΣΜΟΣ

Όσο αφορά το κομμάτι του συντηρητισμού, φαίνεται πως σε μεγάλο ποσοστό έχει αρνητική επίδραση στη λειτουργία των επιχειρήσεων αλλά ταυτόχρονα υπάρχει περίπτωση και να μην την επηρεάζει ούτε με θετικό αλλά ούτε και με αρνητικό τρόπο.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 23 ΝΕΟΠΛΟΥΤΙΣΜΟΣ**

Από το γράφημα, παρατηρούμε πως ο νεοπλουτισμός παίζει κατά το ήμισυ των απαντήσεων ουδέτερο ρόλο ως προς μια επιχείρηση. Πάρα πολλοί λίγοι έγουν την πεποίθηση ότι έχει θετική επίδραση.

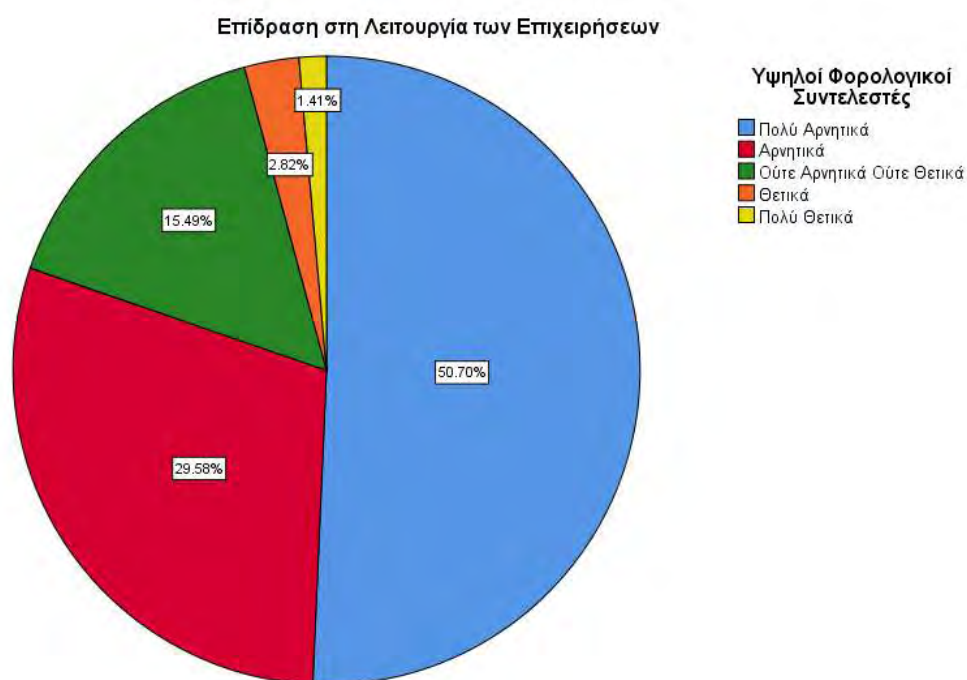


**ΓΡΑΦΗΜΑ 24 ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΚΑΙ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ**



Οι οικογενειακές και επαγγελματικές σχέσεις είναι ξεκάθαρα αναπόσπαστο κομμάτι για την ομαλή λειτουργία των επιχειρήσεων. Οι σχέσεις αυτές επηρεάζουν θετικά την λειτουργία αυτών σε ποσοστό 38,03%.

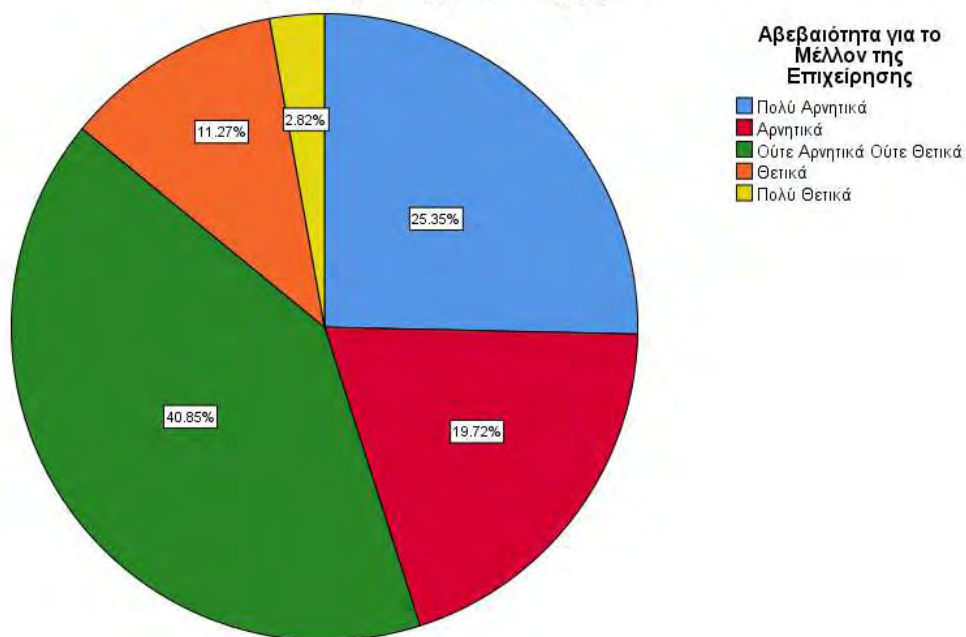
### Ομάδα 6: Οικονομικοί Εξωγενείς Παράγοντες



ΓΡΑΦΗΜΑ 25 ΥΨΗΛΟΙ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΟΙ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ

Οι υψηλοί φορολογικοί συντελεστές αποτελούν βασικό πρόβλημα στη λειτουργία μια επιχείρησης. Αυτό προκύπτει και από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων οι οποίοι δήλωσαν σε ποσοστό που φτάνει το 50,7% ότι η επίδραση των φορολογικών συντελεστών είναι πολύ αρνητική.

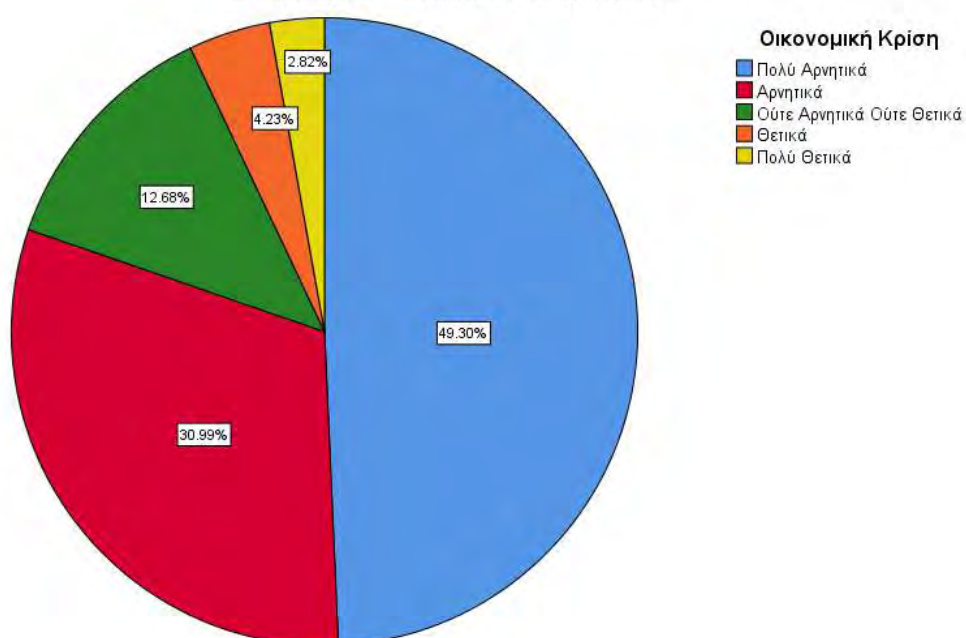
### Επίδραση στη Λειτουργία των Επιχειρήσεων



ΓΡΑΦΗΜΑ 26 ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η αβεβαιότητα για το μέλλον της επιχείρησης δεν δείχνει να παρουσιάζει ιδιαίτερα προβλήματα αλλά ούτε και προοπτικές στις επιχειρήσεις.

### Επίδραση στη Λειτουργία των Επιχειρήσεων

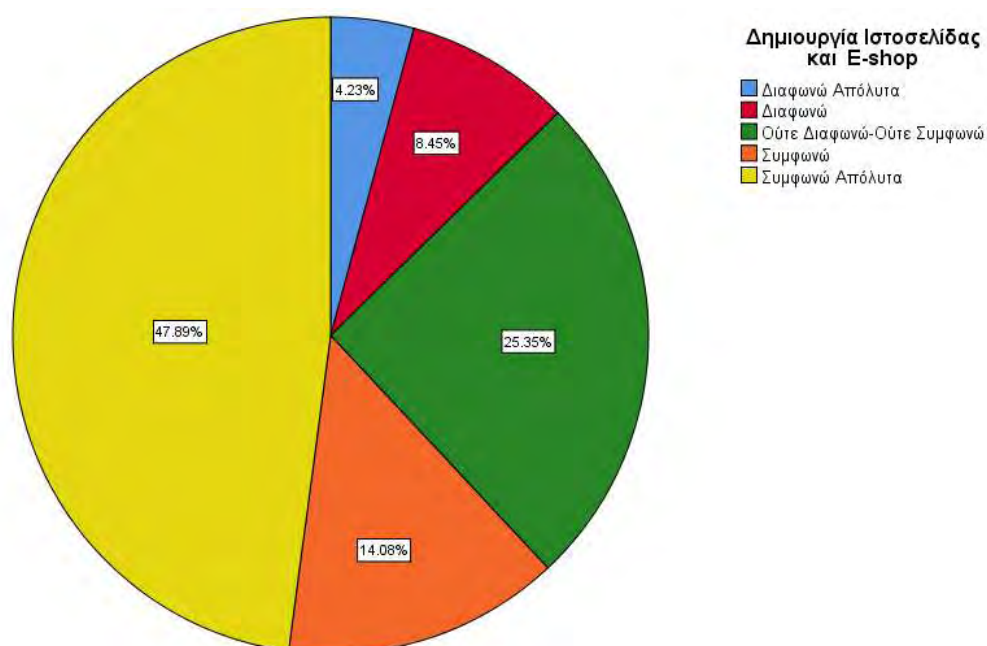


ΓΡΑΦΗΜΑ 27 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

Δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός πως η οικονομική κρίση έχει μεγάλη αρνητική επίδραση στη λειτουργία των επιχειρήσεων. Έκπληξη θα αποτελούσε το αντίθετο αποτέλεσμα.

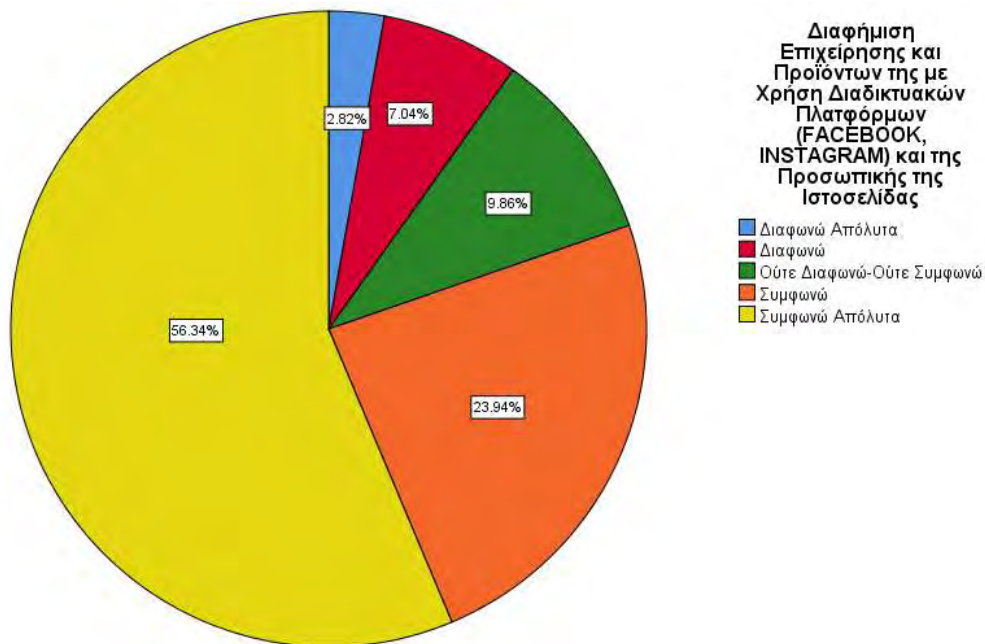
## ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΕΘΟΔΩΝ ΕΞΕΛΙΞΗΣ, ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΒΙΩΣΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

### Ομάδα 1: Εκμετάλλευση Τεχνολογίας



ΓΡΑΦΗΜΑ 28 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ ΚΑΙ E-SHOP

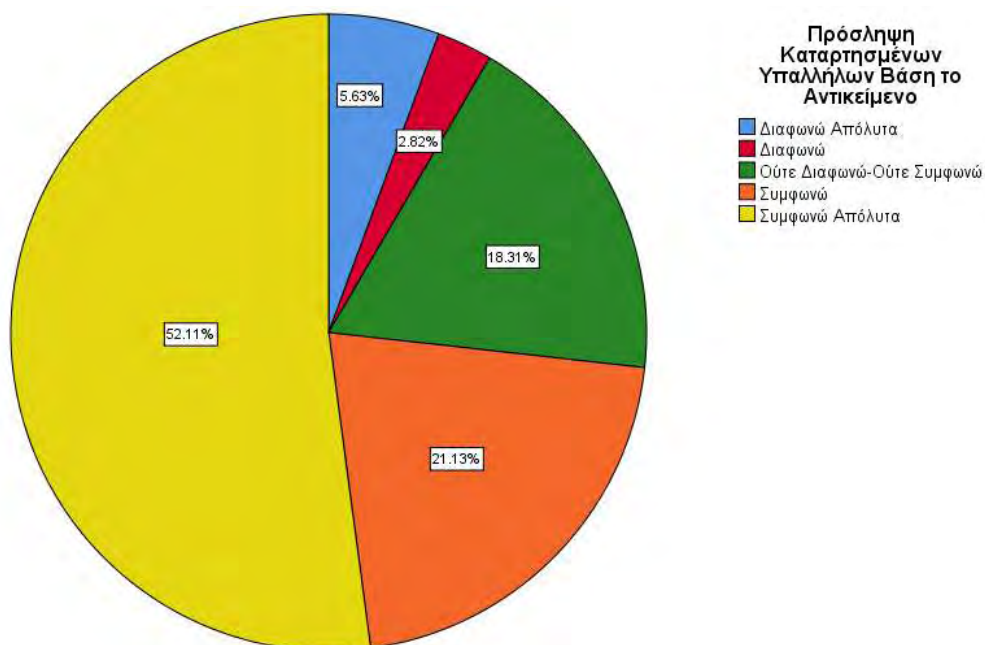
Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων δήλωσε κατά 47,89% πως η δημιουργία ιστοσελίδας και e-shop αποτελεί πολύ σημαντική παράμετρο εξέλιξης, ανταγωνιστικότητας και επιβίωσης μιας επιχείρησης.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 29 ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΤΗΣ ΜΕ ΧΡΗΣΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΠΛΑΤΦΟΡΜΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ ΤΗΣ**

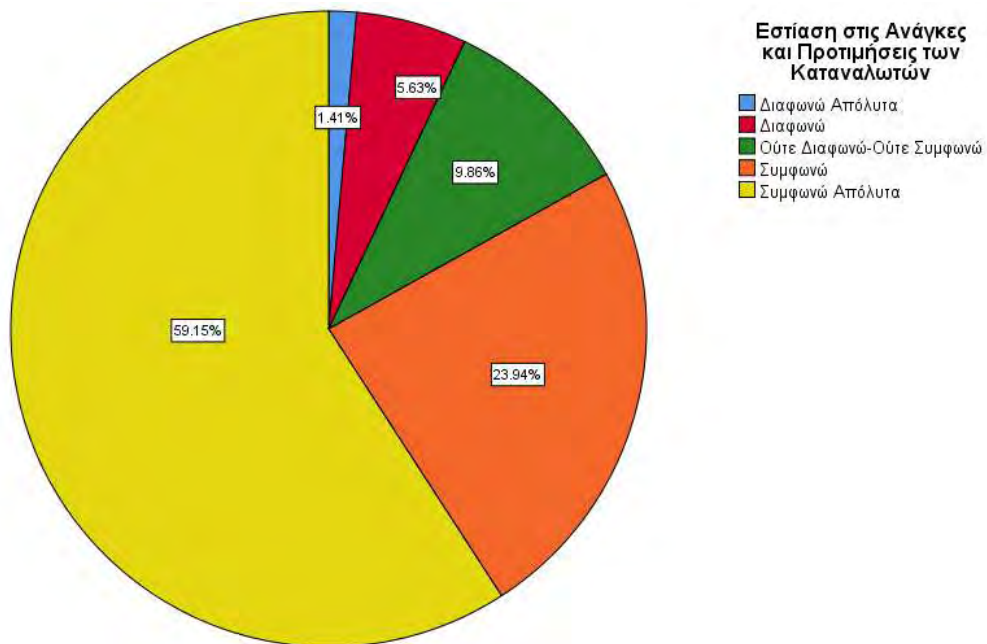
Εξίσου σημαντική και απαραίτητη θεωρείται και η διαφήμιση της επιχείρησης καθώς και των προϊόντων αυτής με την χρήση των διαφόρων διαδικτυακών πλατφόρμων.

### Ομάδα 2: Ανθρώπινος Παράγοντας



**ΓΡΑΦΗΜΑ 30 ΠΡΟΣΛΗΨΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΜΕΝΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

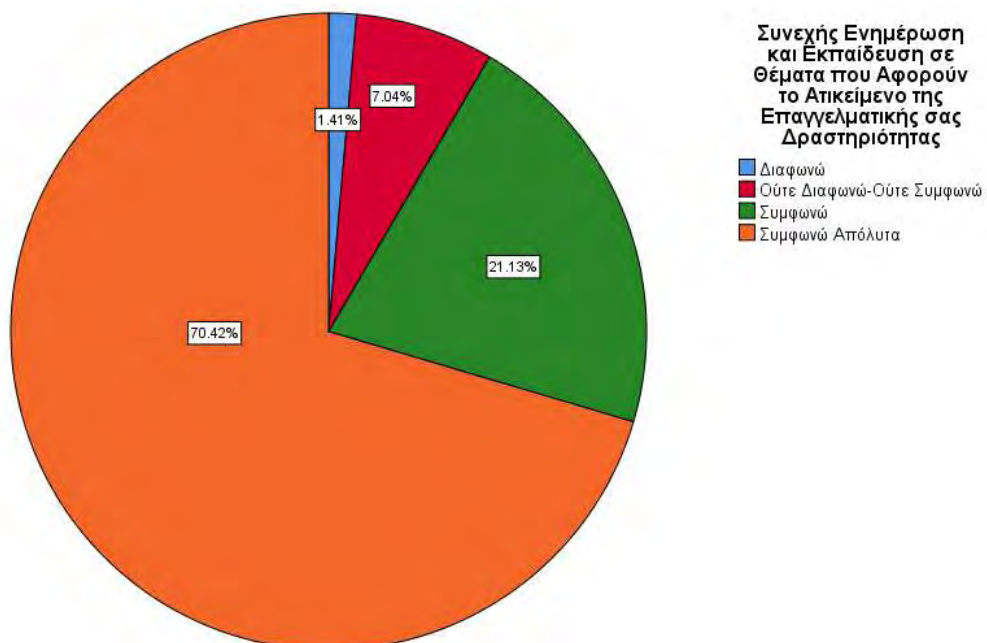
Πολύ σημαντικό κομμάτι στην εξέλιξη μιας επιχείρησης σύμφωνα με τις απαντήσεις φαίνεται πως είναι και η πρόσληψη καταρτισμένων υπαλλήλων με βάση το αντικείμενο εργασίας.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 31 ΕΣΤΙΑΣΗ ΣΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ**

Κατά πλειοψηφία η εστίαση στις ανάγκες και προτιμήσεις των καταναλωτών αποτελεί βασική μέθοδο ανταγωνισμού αν και ένα μικρό ποσοστό που αγγίζει το 7,04% διαφωνεί.

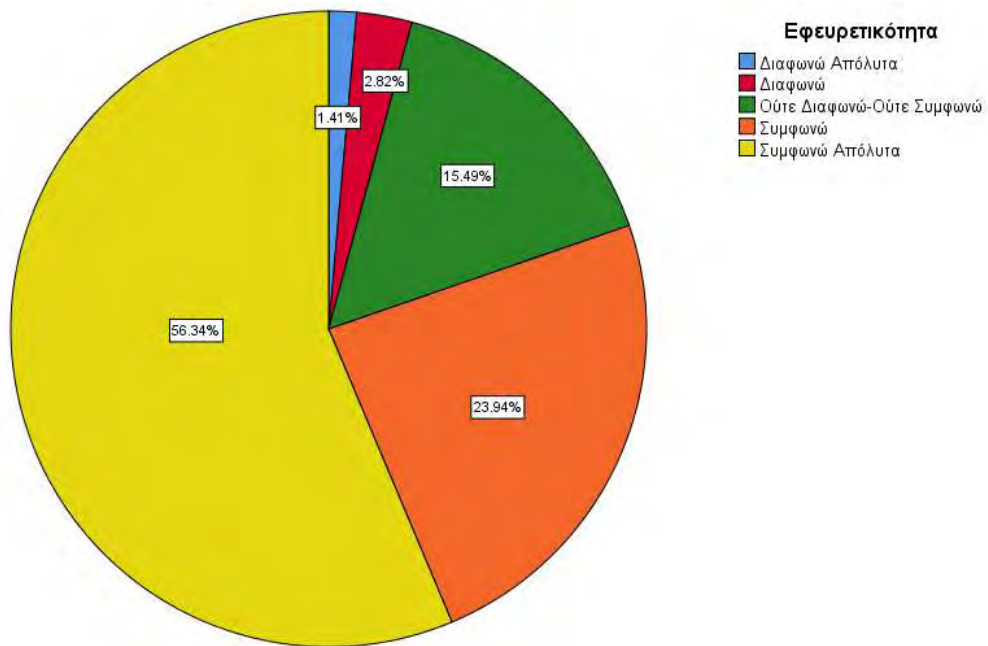
### Ομάδα 3: Υπόθεση Προσωπικής Εξέλιξης και Αναζήτησης



**ΓΡΑΦΗΜΑ 32 ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΣΕ ΘΕΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΠΑΓΓΕΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ**

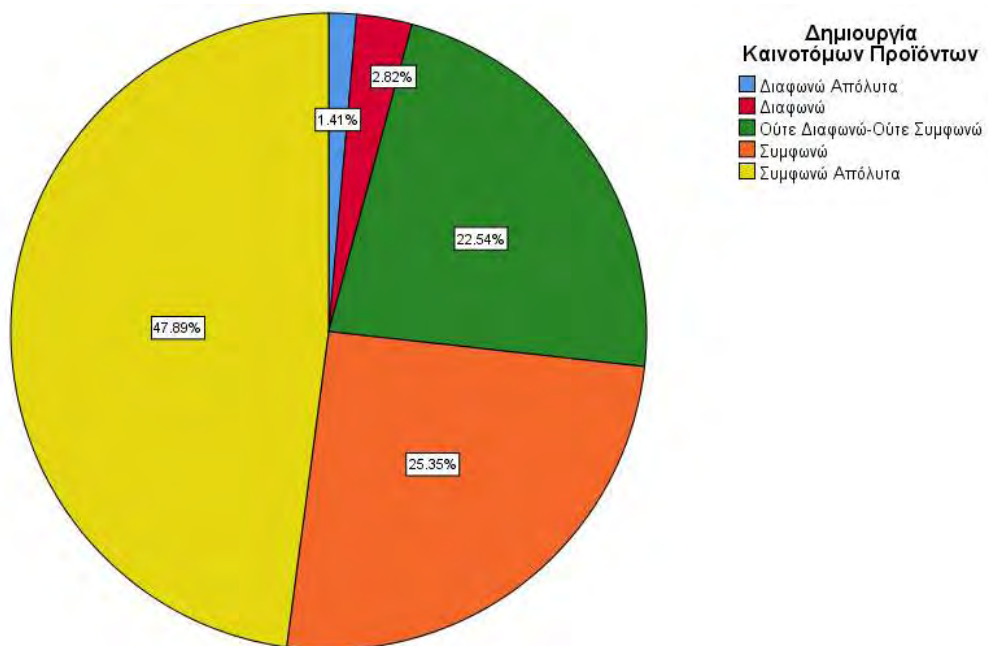
Συνολικά το 91,55% βρίσκει αυτή την άποψη θετική ενώ μια μικρή μειονότητα της τάξεως του 1,41% διαφωνεί πλήρως με την συνεχή ενημέρωση και κατάρτιση σε θέματα που αφορούν την επαγγελματική δραστηριότητα.





**ΓΡΑΦΗΜΑ 33 ΕΦΕΥΡΕΤΙΚΟΤΗΤΑ**

Ο παράγοντας της εφευρετικότητας έχει θετικό αντίκτυπο για την πλειοψηφία. Ενώ αξιολογείται και το ποσοστό της ουδετερότητας.

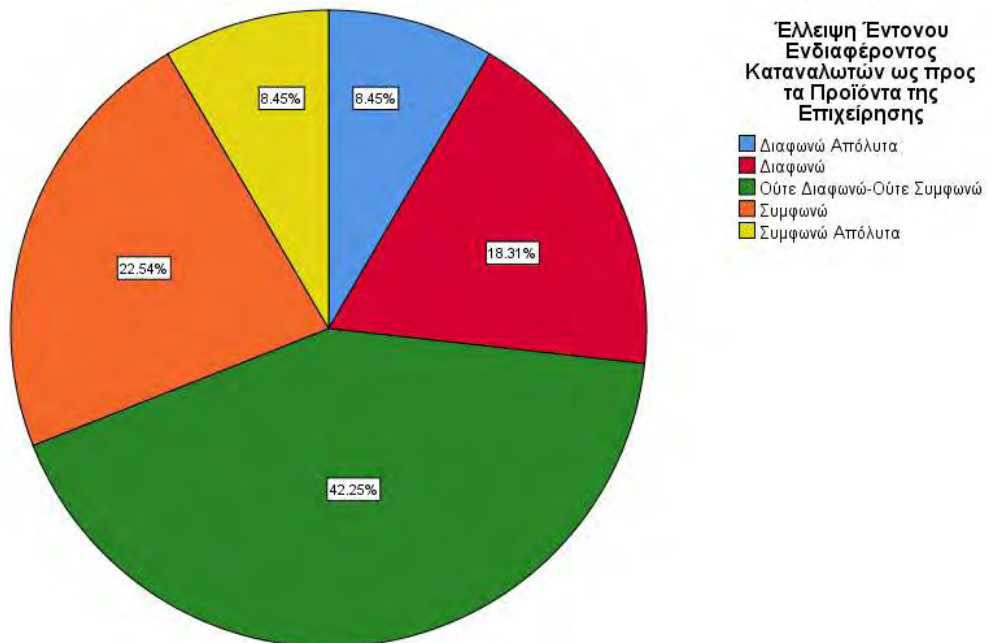


**ΓΡΑΦΗΜΑ 34 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ**

Ένα μεγάλο ποσοστό της τάξεως του 73,24% συμφωνεί με την δημιουργία καινοτόμων προϊόντων ως μέθοδο εξέλιξης, ανταγωνιστικότητας και επιβίωσης των επιχειρήσεων εν αντιθέσει με ένα πολύ μικρό ποσοστό 4,23% που διαφωνεί.

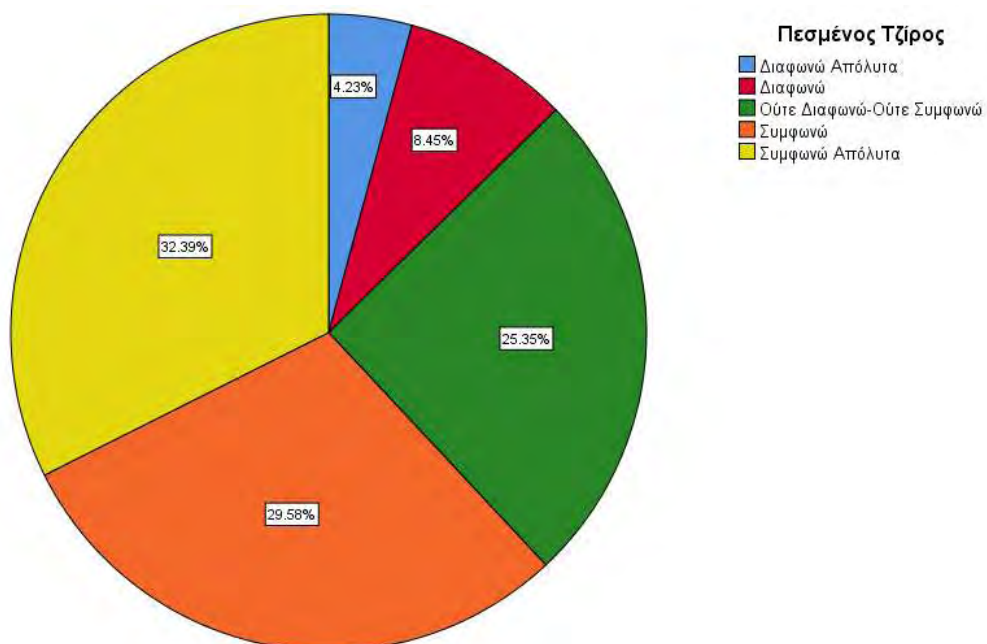
## ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΙΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

### Ομάδα 1: Παράγοντας Ζήτησης



ΓΡΑΦΗΜΑ 35 ΕΛΛΕΙΨΗ ΕΝΤΟΝΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

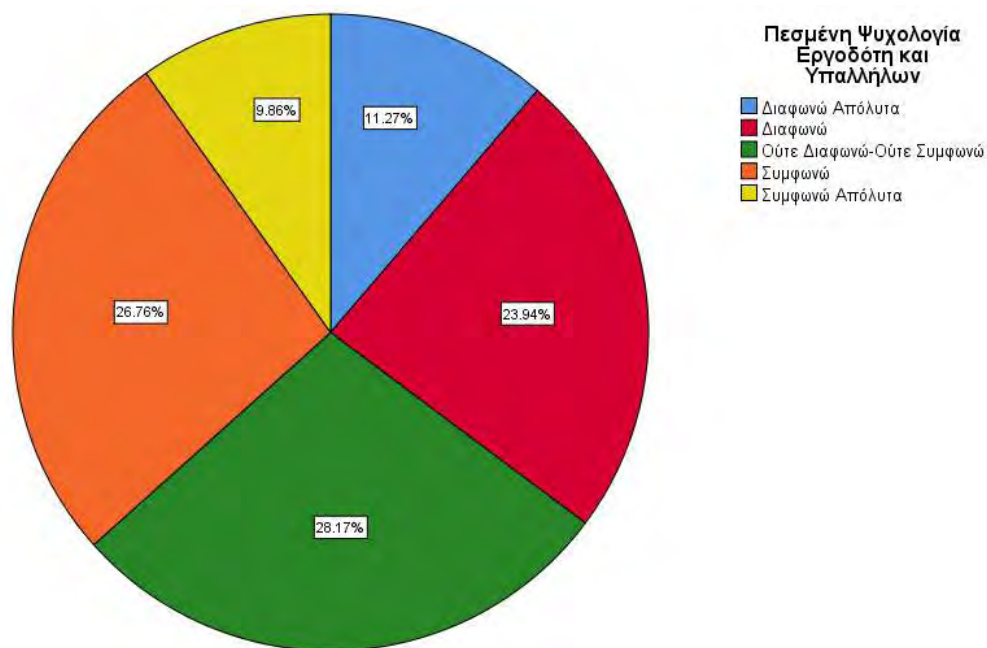
Το ενδιαφέρον των καταναλωτών για τα προϊόντα των επιχειρήσεων δεν φαίνεται να επηρεάζεται απαραίτητα από την οικονομική κρίση.



ΓΡΑΦΗΜΑ 36 ΠΕΣΜΕΝΟΣ ΤΖΙΡΟΣ

Ο χαμηλός τζίρος των επιχειρήσεων όμως, φαίνεται πως είναι μια από τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης.

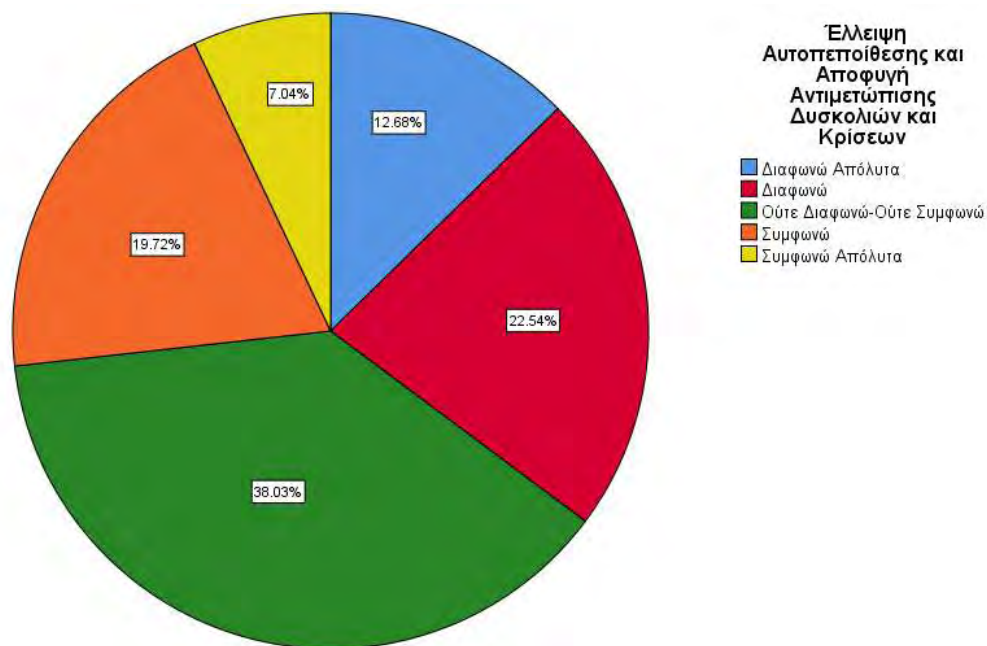
## Ομάδα 2: Ψυχολογικοί Παράγοντες



ΓΡΑΦΗΜΑ 37 ΠΕΣΜΕΝΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΕΡΓΟΔΟΤΗ ΚΑΙ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ

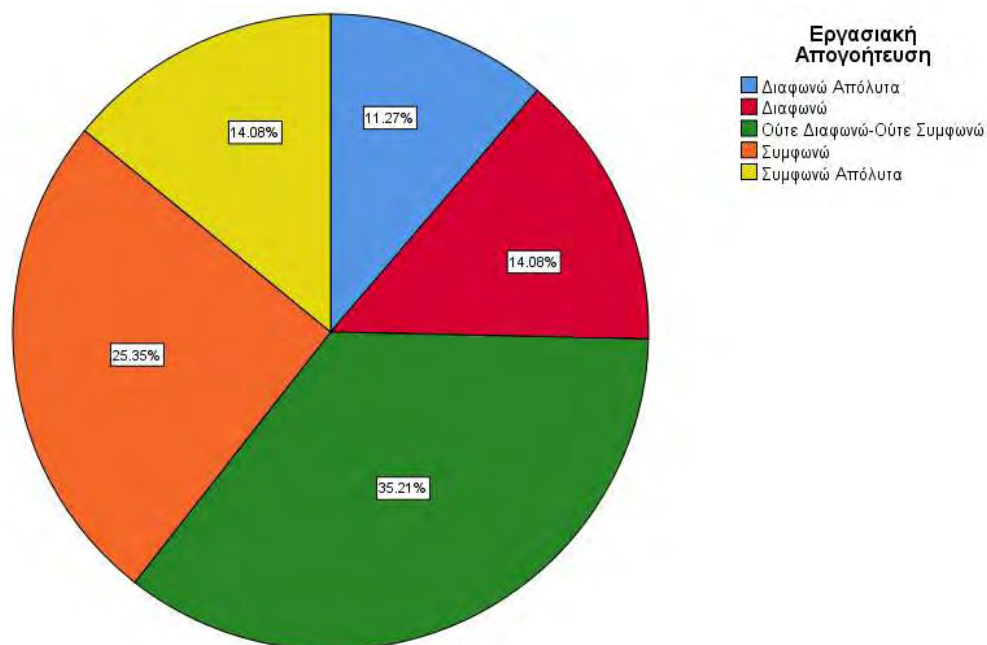
Η πεσμένη ψυχολογία του εργοδότη και των υπαλλήλων δεν οφείλεται απόλυτα στην οικονομική κρίση. Σαφώς στη ψυχολογία των ατόμων συντελούν διάφοροι παράγοντες.





**ΓΡΑΦΗΜΑ 38 ΕΛΛΕΙΨΗ ΑΥΤΟΠΕΠΟΙΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΠΟΦΥΓΗ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΔΥΣΚΟΛΙΩΝ ΚΑΙ ΚΡΙΣΕΩΝ**

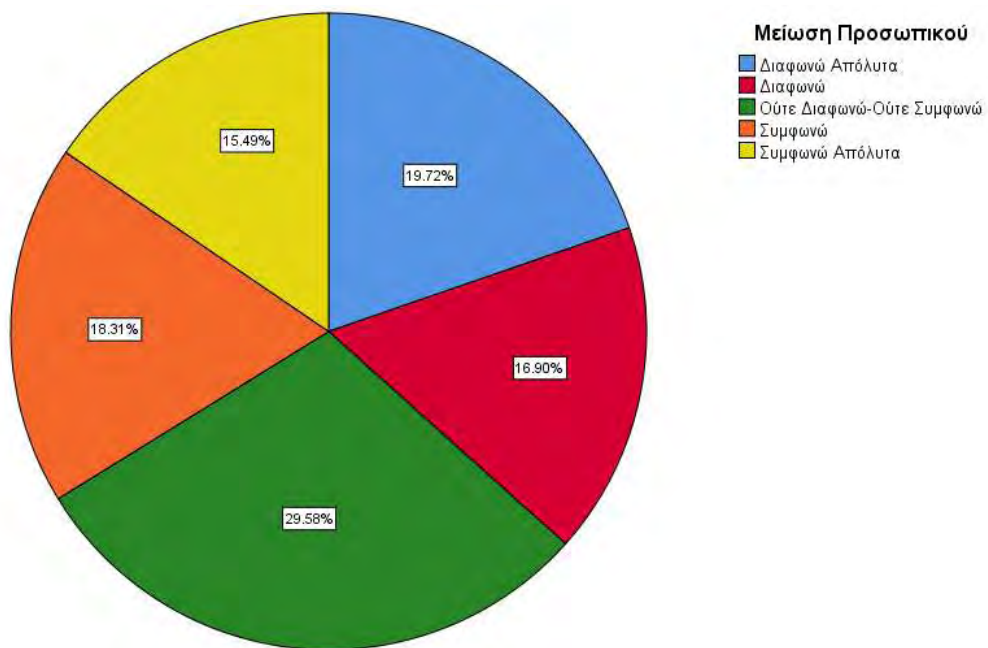
Ομοίως, και εδώ, η οικονομική κρίση δεν είναι ο αποκλειστικός παράγοντας στον οποίο μπορεί να οφείλεται η έλλειψη αυτοπεποίθησης και αντιμετώπισης δυσκολιών και κρίσεων από τα άτομα που ανήκουν σε μια επιχείρηση.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 39 ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΑΠΟΓΟΗΤΕΥΣΗ**

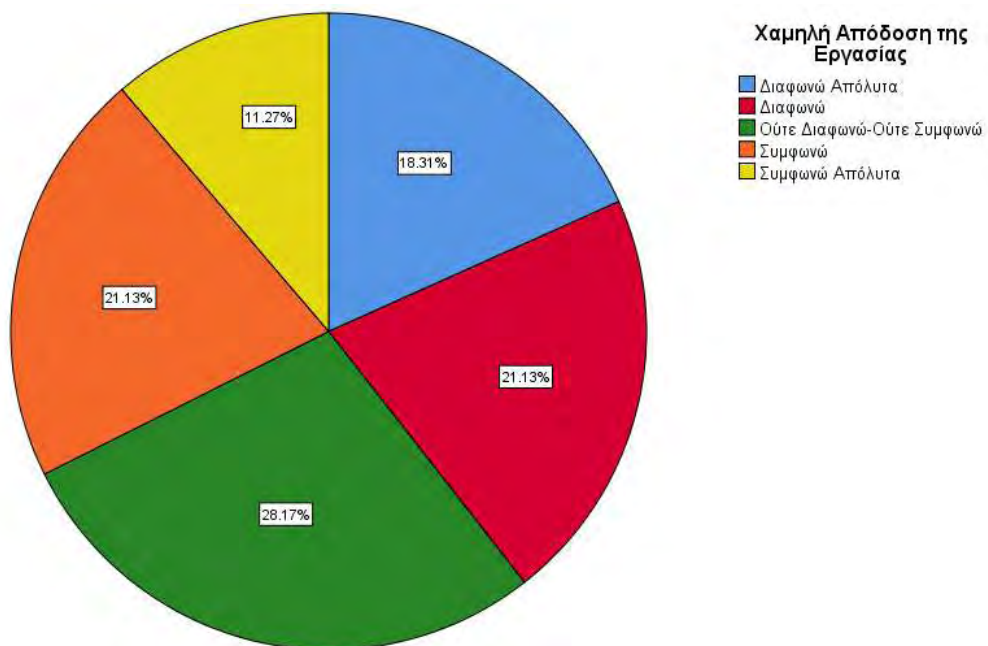
Η εργασιακή απογοήτευση δεν υφίσταται σε ένα εργασιακό περιβάλλον εξαιτίας μόνο του παράγοντα της οικονομικής κρίσης. Κι εδώ, είναι πολλοί οι παράγοντες που μπορούν να επιφέρουν κάτι τέτοιο στην ψυχολογία ενός ατόμου.

### Ομάδα 3: Προσωπικό



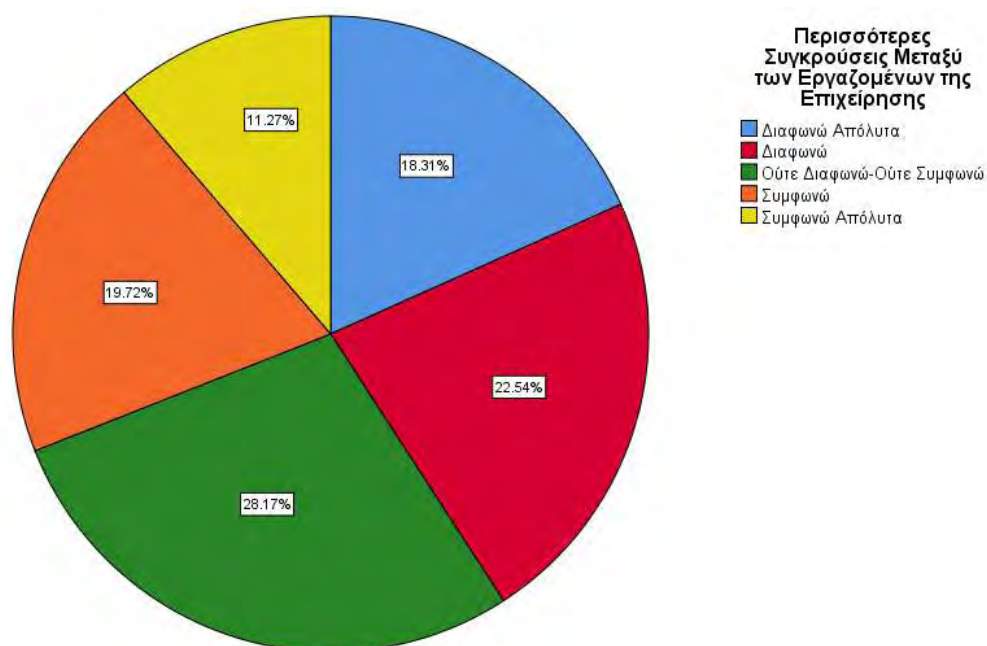
**ΓΡΑΦΗΜΑ 40 ΜΕΙΩΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ**

Εδώ, η πλειοψηφία απάντησε πως η μείωση του προσωπικού μιας επιχείρησης δεν προήλθε απαραίτητα λόγω της εμφάνισης της χρηματοπιστωτικής κρίσης.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 41 ΧΑΜΗΛΗ ΑΠΟΔΟΣΗ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

Επίσης, οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες υποστηρίζουν πως η οικονομική κρίση δεν ευθύνεται σε απόλυτο βαθμό ούτε για την χαμηλή απόδοση της εργασίας των ατόμων.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 42 ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΙΣ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

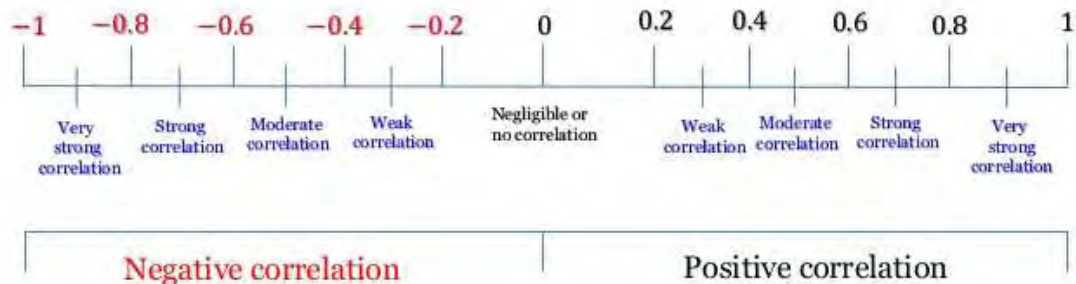
Όπως διακρίνεται και στο γράφημα, υπάρχει ένα συντριπτικό ποσοστό της τάξεως του 40,85% , το οποίο διαφωνεί με την άποψη ότι η οικονομική κρίση επέφερε περισσότερες συγκρούσεις μεταξύ των υπαλλήλων μια επιχείρησης.

## ΓΡΑΜΜΙΚΕΣ ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΙΣ ΤΩΝ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ

Υπολογίστηκαν οι τιμές γραμμικής συσχέτισης – Pearson Correlation - των έκαστων μεταβλητών ανά τομέα του ερωτηματολογίου, ώστε να βρεθούν τυχόν εξαρτήσεις μεταξύ των απαντήσεων τους. Ακολουθεί διαγραμματική απεικόνιση και σχολιασμός αυτού.

# Correlation Coefficient Interpretation Guideline

The correlation coefficient ( $r$ ) ranges from -1 (a perfect negative correlation) to 1 (a perfect positive correlation). In short,  $-1 \leq r \leq 1$ .



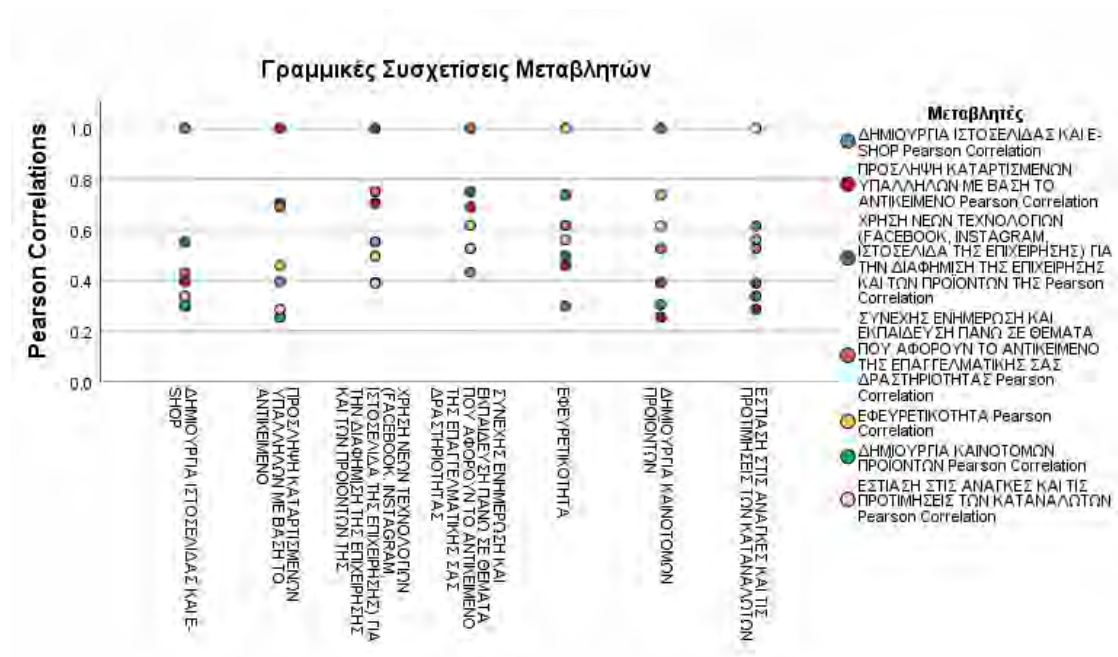
ITH PHANNY

Η συσχέτιση είναι +1 σε περίπτωση μίας τέλει αύξουσας γραμμικής σχέσης, -1 σε περίπτωση μίας τέλει φθίνουσας γραμμικής σχέσης. Καθώς πλησιάζει το μηδέν υπάρχει λιγότερη σχέση. Όσο πιο κοντά είναι ο συντελεστής είτε στο -1 ή στο 1, τόσο ισχυρότερη είναι η συσχέτιση μεταξύ των μεταβλητών. Αν οι μεταβλητές είναι ανεξάρτητες, ο συντελεστής συσχέτισης είναι 0, αλλά το αντίστροφο δεν είναι αληθές, διότι ο συντελεστής συσχέτισης ανιχνεύει μόνο γραμμική εξάρτηση μεταξύ των δύο μεταβλητών.





Υπολογίστηκαν οι γραμμικές συσχετίσεις των απαντήσεων της ενότητας των μεθόδων με σκοπό την εξέλιξη, την ανταγωνιστικότητα και την επιβίωση των οικογενειακών επιχειρήσεων:



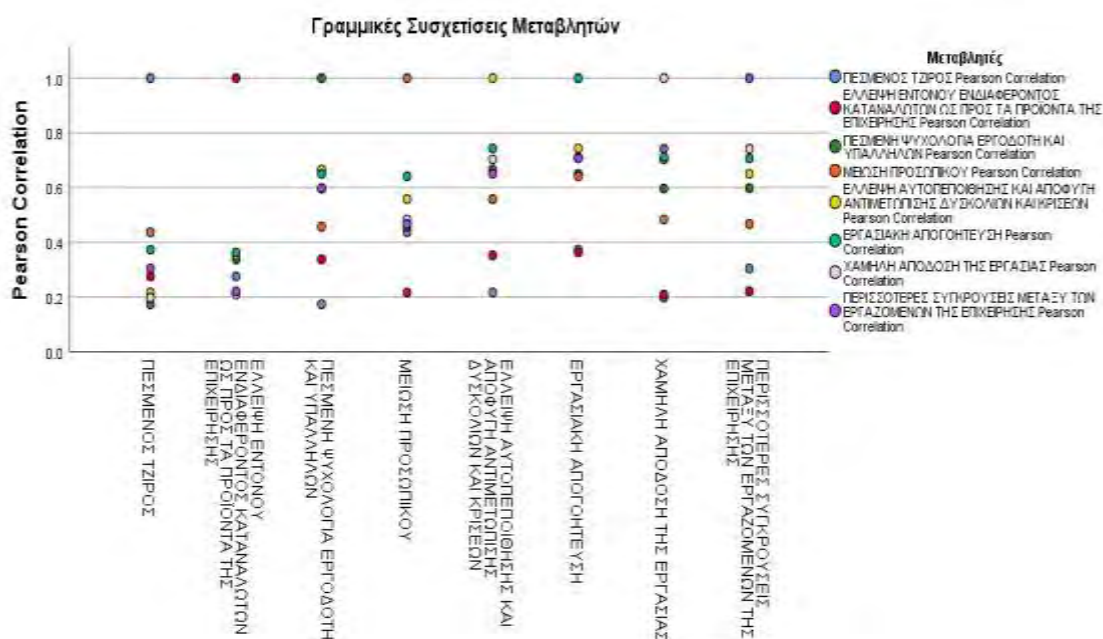
Τα ζεύγη μεταβλητών στα οποία παρατηρείται ισχυρή θετική συσχέτιση είναι τα εξής:

1. Πρόσληψη Καταρτισμένων Υπαλλήλων στο Αντικείμενο – Συνεχής Ενημέρωση και Εκπαίδευση Πάνω σε Θέματα που Αφορούν το Αντικείμενο της Επαγγελματικής Δραστηριότητας
2. Πρόσληψη Καταρτισμένων Υπαλλήλων στο Αντικείμενο – Χρήση Νέων τεχνολογιών (Facebook, Instagram, Ιστοσελίδα της Επιχείρησης) Για Διαφήμιση
3. Χρήση Νέων τεχνολογιών (Facebook, Instagram, Ιστοσελίδα της Επιχείρησης) Για Διαφήμιση - Συνεχής Ενημέρωση και Εκπαίδευση Πάνω σε Θέματα που Αφορούν το Αντικείμενο της Επαγγελματικής Δραστηριότητας
4. Συνεχής Ενημέρωση και Εκπαίδευση Πάνω σε Θέματα που Αφορούν το Αντικείμενο της Επαγγελματικής Δραστηριότητας – Εφευρετικότητα
5. Εφευρετικότητα – Δημιουργία Καινοτόμων Προϊόντων
6. Δημιουργία Καινοτόμων Προϊόντων – Εστίαση στις Ανάγκες και τις Προτιμήσεις των Καταναλωτών

Παρατηρείται, από τα πρώτα δύο ζεύγη ισχυρών θετικά συσχετίσεων, η ύπαρξη ατόμων οι οποίοι προσδίδουν μεγάλη σημασία στην κατάρτιση και εκπαίδευση τόσο του προσωπικού μιας επιχείρησης όσο και του ιδιοκτήτη της.

Ένα επιπλέον μοτίβο απαντήσεων είναι εκείνο που συσχετίζει το βαθμό της εφευρετικότητας με αυτό της δημιουργίας καινοτόμων προϊόντων και την εστίαση στις καταναλωτικές ανάγκες και προτιμήσεις. Το παρόν βασίζεται στα δυο τελευταία ζεύγη ισχυρών συσχετίσεων.

Υπολογίστηκαν οι γραμμικές συσχετίσεις των απαντήσεων της ενότητας των πιθανών επιπτώσεων που επέφερε η οικονομική κρίση στις οικογενειακές επιχειρήσεις:



Τα ζεύγη μεταβλητών στα οποία παρατηρείται ισχυρή θετική συσχέτιση είναι τα εξής:

1. Πεσμένη Ψυχολογία Εργοδότη και Υπαλλήλων – Περισσότερες Συγκρούσεις Μεταξύ των Εργαζομένων της Επιχείρησης
2. Πεσμένη Ψυχολογία Εργοδότη και Υπαλλήλων – Έλλειψη Αυτοπεποίθησης και Αποφυγή Αντιμετώπισης Δυσκολιών και Κρίσεων
3. Πεσμένη Ψυχολογία Εργοδότη και Υπαλλήλων – Εργασιακή Απογοήτευση
4. Μείωση Προσωπικού - Εργασιακή Απογοήτευση
5. Έλλειψη Αυτοπεποίθησης και Αποφυγή Αντιμετώπισης Δυσκολιών και Κρίσεων – Περισσότερες Συγκρούσεις Μεταξύ των Εργαζομένων της Επιχείρησης
6. Έλλειψη Αυτοπεποίθησης και Αποφυγή Αντιμετώπισης Δυσκολιών και Κρίσεων – Εργασιακή Απογοήτευση
7. Έλλειψη Αυτοπεποίθησης και Αποφυγή Αντιμετώπισης Δυσκολιών και Κρίσεων – Χαμηλή Απόδοση της Εργασίας
8. Εργασιακή Απογοήτευση - Περισσότερες Συγκρούσεις Μεταξύ των Εργαζομένων της Επιχείρησης
9. Χαμηλή Απόδοση της Εργασίας - Περισσότερες Συγκρούσεις Μεταξύ των Εργαζομένων της Επιχείρησης

Από τα άνω ζεύγη παρατηρείται το μοτίβο εξάρτησης που προσδίδεται στις ψυχολογικές επιπτώσεις με αυτές της αποφυγής ευθυνών από τις επιχειρήσεις καθώς και μείωση αυτοπεποίθησης. Η ψυχολογία τόσο των εργαζομένων όσο και των ιδιοκτητών φαίνεται να θεωρείται κινητήρια δύναμη συγκρούσεων μεταξύ του ανθρώπινου δυναμικού, υπεκφυγών ανάληψης ευθύνης και μείωση εργασιακής απόδοσης.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ**

### **ΘΕΩΡΗΤΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Το συμπέρασμα είναι πως παρόλο που οι οικογενειακές επιχειρήσεις αντιπροσωπεύουν την κυριότερη μορφή οικονομικής οργάνωσης σχεδόν σε όλο τον κόσμο, ακόμη δεν υπάρχει ακριβής ορισμός για το τι ονομάζεται οικογενειακή επιχείρηση. Οι διάφοροι ορισμοί που έχουν καταγραφεί κατά καιρούς συνήθως βασίζονται σε κάποια κύρια χαρακτηριστικά όπως η διαδοχή, η διοίκηση και η ίδρυση, τα οποία διαφοροποιούν τις οικογενειακές επιχειρήσεις από τις υπόλοιπες.

Οι οικογενειακές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στους περισσότερους τομείς της οικονομίας. Οι έρευνες που αφορούν τις επιχειρήσεις αυτές συνήθως εστιάζουν σε θέματα τα οποία περιλαμβάνουν τη διαδοχή, τη διακυβέρνηση, τις εργασιακές σχέσεις και πολλά άλλα.

Στις οικογενειακές επιχειρήσεις επικρατεί ο συντηρητισμός καθώς τα μέλη τους θέλουν να προστατεύσουν τον κοινωνικο-συναισθηματικό τους πλούτο αλλά και να έχουν τον έλεγχο, πράγματα που τους προστατεύουν από τυχόν επικίνδυνες επενδύσεις.

Η εντόπιση των προβλημάτων που προκύπτουν στις οικογενειακές επιχειρήσεις και η κατανόηση αυτών έχουν μεγάλη σημασία καθώς παίζουν σημαντικό ρόλο όσο αφορά την ομαλή λειτουργία των επιχειρήσεων.

Κάποια από τα βασικά προβλήματα των επιχειρήσεων αυτών μπορούν να θεωρηθούν οι ανθρώπινες σχέσεις, η χρηματοδότηση, η εσωτερική και εξωτερική διαφήμιση και το μάρκετινγκ.

Είναι απαραίτητο να αναφερθεί πως η χρηματοπιστωτική κρίση δεν αποτελεί μόνο κίνδυνο για τις επιχειρήσεις αλλά και μια ευκαιρία για μεταρρύθμιση προς τη βιωσιμότητα αυτών και τη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.



## ΕΜΠΕΙΡΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στη συγκεκριμένη έρευνα όπου το δείγμα αντιστοιχεί σε  $n=71$ , καταλήξαμε στα εξής συμπεράσματα:

- Το υψηλότερο ποσοστό των ερωτηθέντων της τάξεως 63,4% ήταν γυναίκες.
- Το 39,4% ανήκει στις ηλικίες μεταξύ 26-35 ετών.
- Το 32,4% είναι απόφοιτοι λυκείου.
- Το 32,4% διαθέτει 6-10 χρόνια εμπειρία στο χώρο.
- Το 21% δραστηριοποιείται στον τομέα χονδρικού/λιανικού εμπορίου.
- Το 32,4% είναι ιδρυτές της οικογενειακής επιχείρησης.
- Το 36,6% δήλωσε πως το κίνητρο για τη δημιουργία/διαδοχή της επιχείρησης ήταν η ανάγκη για δημιουργία.
- Το 33,8% δήλωσε πως το κριτήριο επιλογής του είδους της επιχείρησης ήταν η θέληση της συνέχειας της υφιστάμενης οικογενειακής επιχείρησης.
- Το 87,3% των οικογενειακών επιχειρήσεων ανήκουν στην κατηγορία των πολύ μικρών (1-9 άτομα) επιχειρήσεων.
- Το 93% των οικογενειακών επιχειρήσεων δραστηριοποιείται στην πρωτεύουσα του νομού, το Καρπενήσι βάση των παρόντων δεδομένων.

Στην πλειοψηφία τους, οι επιχειρήσεις το τελευταίο έτος (2019) παρουσίασαν κέρδη ενώ δεν είναι μεγάλο το ποσοστό αυτών που παρουσίασαν ζημιές.

Ο τζίρος τους κυμαίνεται σε διάφορες τιμές καθώς οι τομείς δραστηριοποίησης αυτών διαφέρουν. Όπως φαίνεται, αυτές που εμφανίζουν τους υψηλότερους τζίρους είναι οι επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στους τομείς των κατασκευών, της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών αλλά και των υπηρεσιών καλλωπισμού και χονδρικού/λιανικού εμπορίου.

Όσον αφορά τη χρήση των νέων τεχνολογιών, η χρήση του διαδικτύου σχετικά με θέματα που αφορούν την επιχείρηση δείχνει να είναι απαραίτητη, κάτι που αποδεικνύεται και από τον σχετικά μεγάλο αριθμό των επιχειρήσεων που διαθέτουν δική τους ιστοσελίδα.

Επιπλέον, σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, προκύπτει πως η οικονομική κρίση επηρέασε αρνητικά το σύνολο των επιχειρήσεων καθώς επέφερε τη μείωση του πληθυσμού των κατοίκων του νομού, συνεπώς και τη μείωση του αριθμού των πελατών αλλά και την αύξηση των φορολογικών συντελεστών. Ωστόσο, δε φαίνεται η αβεβαιότητα που προκύπτει για το μέλλον των επιχειρήσεων να επηρεάζει ιδιαίτερα τους επιχειρηματίες.

Υπάρχουν πολλά πράγματα στα οποία θα πρέπει οι επιχειρηματίες να εστιάσουν ώστε να συμβάλλουν στην εξέλιξη, την ανταγωνιστικότητα και την επιβίωση των επιχειρήσεών τους όπως η πρόσληψη καταρτισμένου προσωπικού, η εστίαση στις ανάγκες και προτιμήσεις του καταναλωτή, η συνεχής ενημέρωση και εκπαίδευση σε θέματα που αφορούν το αντικείμενο της δουλειάς τους καθώς και η πιθανή

δημιουργία ιστοσελίδας και e-shop της επιχείρησης αλλά και η διαφήμισή τους μέσω των διάφορων διαδικτυακών πλατφορμών.

Επίσης, η κρίση μπορεί να επηρεάσει και θετικά μια επιχείρηση καθώς αποδεικνύεται πως εν μέσω αυτής προκύπτει μεγαλύτερη εφευρετικότητα και ανάγκη για δημιουργία καινοτόμων προϊόντων λόγω του ότι επικρατεί έντονα το αίσθημα της επιβίωσης και του ανταγωνισμού σε τέτοιες περιόδους κρίσης.

Η βασικότερη επίπτωση της οικονομικής κρίσης είναι ο μειωμένος τζίρος που πολλές φορές μπορεί να οδηγήσει σε πεσμένη ψυχολογία, σε εργασιακή απογοήτευση και σε μείωση του προσωπικού της επιχείρησης.

Σε περιόδους κρίσης, οι καταναλωτές δείχνουν να είναι περισσότερο συγκρατημένοι, κάτι που συνεπάγεται τη μείωση της κατανάλωσης οπότε και του τζίρου μιας επιχείρησης.

Ο συντηρητισμός που επικρατεί στις οικογενειακές επιχειρήσεις τείνει να γίνεται εντονότερος κάνοντας τους επιχειρηματίες να γίνονται ολοένα και περισσότερο συγκρατημένοι σε πιθανά νέα ανοίγματα που αφορούν την επιχείρησή τους όπως για παράδειγμα δημιουργία ενός υποκαταστήματος.

#### **ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΣΤΙΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

Σκοπός της έρευνας ήταν να καθοριστούν οι βασικές επιπτώσεις που δημιουργήθηκαν λόγω της οικονομικής κρίσης αλλά και να τονιστούν οι προοπτικές που γεννιούνται μέσω αυτής οι οποίες θα βοηθήσουν στην ανάδειξη της κάθε επιχείρησης εφόσον οι επιχειρηματίες τις λάβουν σοβαρά υπόψη και τις εκμεταλλευτούν σωστά.

Η έρευνα απευθυνόταν σε επιχειρήσεις του νομού Ευρυτανίας και αν και το δείγμα ήταν μικρό, σε σύγκριση με παρόμοιες έρευνες που πραγματοποιήθηκαν σε όλη την Ελλάδα και τον κόσμο τα ευρήματα είναι κοινά. Μέσα στην κρίση γεννιούνται ευκαιρίες. Αν οι διευθύνοντες των επιχειρήσεων εκμεταλλευτούν σωστά κάποιες καταστάσεις, σίγουρα θα καταφέρνουν συνεχώς να βελτιώνουν την επιχείρησή τους. Η απογοήτευση αποτελεί σημαντικό μειονέκτημα.

## **ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ**

Η παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε ώστε να εξεταστούν τα βασικά προβλήματα που δημιουργήθηκαν με την έναρξη της οικονομικής κρίσης στις οικογενειακές επιχειρήσεις αλλά και να αναδείξει τις προοπτικές που μπορούν να προκύψουν εν μέσω αυτής της κατάστασης.

Η προσέγγιση και η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκαν σε αυτή την έρευνα μπορούν να αυξηθούν και να προχωρήσουν σε νέες έρευνες στο μέλλον. Για παράδειγμα, πόσο ευάλωτες τείνουν να είναι οι επιχειρήσεις στην αρχή μιας κρίσης (κυρίως οικονομικής), τι σημασία έχουν τα έτη που δραστηριοποιείται μια επιχείρηση, η σημασία της εμπειρίας των μελών της επιχείρησης στον κλάδο των επιχειρήσεων.

Επιπλέον, μια καλή πρόταση για μελλοντική έρευνα, είναι η επέκταση της έρευνας σε περισσότερους νομούς καθώς αυτό θα μπορούσε να αποφέρει πιο γενικευμένα και πιο έγκυρα αποτελέσματα.

Τέλος, είναι σημαντικό οι μελέτες σχετικά με τον τομέα των οικογενειακών επιχειρήσεων να επεκταθούν αφού αυτές οι επιχειρήσεις αποτελούν το μεγαλύτερο ποσοστό των ελληνικών επιχειρήσεων. Οι περαιτέρω μελέτες σίγουρα θα βοηθήσουν στην εξέλιξη, την ανταγωνιστικότητα και την επιβίωση των οικογενειακών αλλά και όλων των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που υφίστανται.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

**Ιωαννίδου, Β. Π.** (2015). *Ανάλυση της χρηματοοικονομικής κατάστασης μη οικογενειακών και οικογενειακών επιχειρήσεων πριν και κατά τη διάρκεια της χρηματοπιστωτικής κρίσης: η περίπτωση των κλάδων Προσωπικά & Οικιακά Είδη, Τηλεπικοινωνίες, Τρόφιμα & Ποτά, Χημικά του Χρηματιστηρίου Αθηνών* (Master's thesis).

**Κοκόλης, Γ.** (2016). *Η οικονομική κρίση και η χρηματοδότηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα* (Master's thesis, Πανεπιστήμιο Πειραιώς).

**Μαγκουρίλος, Α. Α., Μοσχονάς, Ν. Α., & Τσαρούχα, Λ. Α.** (2015). Η κρίση και οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα.

**ΜΠΑΛΑΝΤΟΥΜΗ, Γ.** (2015). ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

**Μυριλιώτης, Β.** (2015). Ο ρόλος των οικογενειακών και μικρών επιχειρήσεων στη νέα οικονομία.

**Ντέλια, Μ. Σ., & Παπαδάκη, Ε.** (2015). Διερεύνηση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις σε Ελλάδα και Ευρώπη: Ειδική αναφορά στον κλάδο των μαρμάρων.

**Πατρονίδου, Π.** (2015). Επιχειρηματικός κίνδυνος σε οικογενειακές επιχειρήσεις.

**Πουρνάρα, Σ.** (2012). *Η επίδραση της οικονομικής κρίσης στην επίδοση των ελληνικών επιχειρήσεων* (Doctoral dissertation).

**Σουρλαντζή, Α. Χ.** (2012). *Επιχειρηματικότητα και καινοτομία-Οικογενειακές επιχειρήσεις* (Master's thesis).

**Τσακαλάκη, Α.** (2019). Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα, το φορολογικό και ασφαλιστικό σύστημα και η πορεία των επιχειρήσεων στη χώρα μας.

**Χαλικιάς, Μ., Λάλου, Π., & Μανωλέσου, Α.** (2015). Μεθοδολογία έρευνας και εισαγωγή στη στατιστική ανάλυση δεδομένων με το ibm spss statistics.

## ΛΙΕΘΝΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

**Al-Dubai, S.,** Ismail, K., Izah, K. N., & Amran, N. A. (2014). Family business definition: A matter of concern or a matter of convenience?. *Corporate Ownership and Control*, 11(2).

**Balios, D.,** Daskalakis, N., Eriotis, N., & Vasiliou, D. (2016). SMEs capital structure determinants during severe economic crisis: The case of Greece. *Cogent Economics & Finance*, 4(1), 1145535.

**Bourletidis, K.,** & Triantafyllopoulos, Y. (2014). SMEs survival in time of crisis: strategies, tactics and commercial success stories. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 148, 639-644.

**Brunner, L. D.** (2020). *Family business and crisis: A psycho-social perspective* (Doctoral dissertation).

**Colli, A.** (2003). *The history of family business, 1850-2000* (Vol. 47). Cambridge University Press.

**Cosh, A.,** Hughes, A., Bullock, A., & Milner, I. (2009). SME finance and innovation in the current economic crisis. *Centre for Business Research* ([http://www.cbr.cam.ac.uk/pdf/crcr\\_econcrisis.pdf](http://www.cbr.cam.ac.uk/pdf/crcr_econcrisis.pdf)).

**Giannacourou, M.,** Kantaraki, M., & Christopoulou, V. (2015). The perception of crisis by Greek SMEs and its impact on managerial practices. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175, 546-551.

**Harms, H.** (2014). Review of family business definitions: cluster approach and implications of heterogeneous application for family business research. *International Journal of Financial Studies*, 2(3), 280-314.

**Kennickell, A. B.,** Kwast, M. L., & Pogach, J. (2016). Small businesses and small business finance during the financial crisis and the great recession: New evidence from the survey of consumer finances. In *Measuring Entrepreneurial Businesses: Current Knowledge and Challenges* (pp. 291-349). University of Chicago Press.

**Lacina, L.,** & Vavřina, J. (2013). The impact of financial and economic crisis on SME's in Greece and Ireland. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 61(4), 1005-1016.

**Minichilli, A.,** Brogi, M., & Calabrò, A. (2016). Weathering the storm: Family ownership, governance, and performance through the financial and economic crisis. *Corporate Governance: An International Review*, 24(6), 552-568.

**Neubauer, F.,** & Lank, A. G. (2016). *The family business: Its governance for sustainability*. Springer.

**Ozturk<sup>a</sup>**, S., & Sozdemir<sup>b</sup>, A. (2015). Effects of global financial crisis on Greece economy. *Procedia Economics and finance*, 23, 568-575.

**Saleh**, A. S., Halili, E., Zeitun, R., & Salim, R. (2017). Global financial crisis, ownership structure and firm financial performance. *Studies in Economics and Finance*.

**Sharma**, P., Chrisman, J. J., & Chua, J. H. (Eds.). (2012). *A review and annotated bibliography of family business studies*. Springer Science & Business Media.

**Siakas**, K., Naaranoja, M., Vlachakis, S., & Siakas, E. (2014). Family businesses in the new economy: How to survive and develop in times of financial crisis. *Procedia Economics and Finance*, 9(14), 331-341.

**Sotirios**, V., Aristeidis, C., & Athanasios, B. (2011). Research on the operation conditions for Greek family businesses during financial crisis. *International Journal of Practical Issues in Management and Economics*, 1, 136-147.

**Vallone**, C. (2013). Contribution on family business definition. In *XXXVI AIDEA Conference*. Cacucci.

**Vassiliadis**, S., & Vassiliadis, A. (2014). The Greek family businesses and the succession problem.

**Vlachakis**, S., Naaranoja, M., & Siakas, K. (2014). Family Business in Greece Investigation of the basic problems. In *8th Annual South-East European Doctoral Student Conference* (p. 172).

**Zahra**, I. (2017). AN ANALYSIS INTO THE DEFINITION OF A 'FAMILY BUSINESS' IN THE FAMILY BUSINESS ACT.

**Zellweger**, T. (2017). *Managing the family business: Theory and practice*. Edward Elgar Publishing.

**Zheng**, J. (2010). *How do family firms cope with economic crisis?: Case studies about Chinese family firms*.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ: ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-  
ΜΒΑ

ΚΑΤΕΥΘΥΣΗ: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ

### **ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

ΤΟ ΠΑΡΟΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΙΝΑΙ ΑΝΩΝΥΜΟ ΚΑΙ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΘΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΘΟΥΝ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ ΤΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕ ΘΕΜΑ: **ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΩΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ.** Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΑΣ ΕΙΝΑΙ ΠΟΛΥΤΙΜΗ ΚΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΑΥΤΗΣ.

ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΕΚ ΤΩΝ ΠΡΟΤΕΡΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΓΙΑ ΤΟ ΧΡΟΝΟ ΠΟΥ ΔΙΑΘΕΣΑΤΕ.

Η ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ:

ΧΙΝΟΠΩΡΟΥ ΕΙΡΗΝΗ ΧΡΥΣΟΒΑΛΑΝΤΩ

ΛΑΡΙΣΑ, 2020

## A. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

- **Φύλο:** Άνδρας  Γυναίκα
- **Ηλικία:** 18-25  26-35  36-45  46-55  56-65  66+
- **Τόπος Κατοικίας:** Καρπενήσι  Άλλος
- **Εκπαίδευση:** Αγράμματος/η  Απόφοιτος Δημοτικού   
Απόφοιτος Γυμνασίου  Απόφοιτος Λυκείου   
Απόφοιτος Μεταλυκειακών Σχολών Κατάρτισης   
Απόφοιτος ΙΕΚ  Πτυχιούχος Α.Ε.Ι.   
Πτυχιούχος Α.Τ.Ε.Ι.  Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου   
Κάτοχος Διδακτορικού Τίτλου
- **Μηνιαίο Εισόδημα:** ≤ 500€  501€-1000€  1001€-1500€   
1501€-2000€  2001€-2500€  ≥ 2501€
- **Ειδικότητα-Θέση Εργασίας:** Ελεύθερος Επαγγελματίας   
Διοικητικό Προσωπικό   
Βοηθητικό Προσωπικό
- **Χρόνια Υπηρεσίας:** ≤ 5  6-10  11-15  16-20  21-25   
26-30  > 30

## B. ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

- **Τομέας Δραστηριότητας της Επιχείρησης:**  
Χονδρικό/Λιανικό Εμπόριο  Τουρισμός/Ξενοδοχεία   
Πληροφορική/Τηλεπικοινωνίες  Υπηρεσίες Εστίασης και Διασκέδασης   
Εμπόριο, Συντήρηση, Επισκευή Αυτοκινήτων/Μοτοσικλετών



Μεταφορές  Παροχή Υπηρεσιών Καλλωπισμού  Κατασκευές

Άλλες δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών υπέρ του κοινωνικού συνόλου

• **Η Θέση σας στην Επιχείρηση:**

Ιδρυτής  Διάδοχος  Μέλος της οικογένειας  Υπάλληλος

• **Έτος Ίδρυσης της Επιχείρησης: .....**

• **Τι σας ώθησε στην δημιουργία/διαδοχή της επιχείρησης (ΔΕΝ ΑΦΟΡΑ ΤΟΥΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΥΣ);**

Ανάγκη για δημιουργία

Ανάγκη για ανεξαρτησία

Ανάγκη για επίτευξη υψηλών εσόδων

Ανάγκη για κοινωνική καταξίωση

• **Με βάση ποια κριτήρια επιλέξατε το είδος της επιχείρησης;**

Σπουδές  Συνέχιση της οικογενειακής επιχείρησης

Με βάση τις «ανάγκες» της τοπικής αγοράς

• **Ποιο είναι το μέγεθος της επιχείρησης;**

Πολύ μικρή (1-9 άτομα)  Μικρή (9-49 άτομα)

Μεσαία (50-249 άτομα)

• **Που βρίσκεται η έδρα της επιχείρησης;**

Καρπενήσι  Άλλο (ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΠΟΥ) .....

• **Έχει υποκατάστημα η επιχείρηση; ΝΑΙ  ΟΧΙ**

**Αν ΝΑΙ, που βρίσκεται το άλλο υποκατάστημα;**

Εντός του ίδιου νομού  Σε άλλο νομό

## Γ. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

- Το έτος 2019 η επιχείρηση παρουσίασε:

Κέρδη  Ζημίες  Ούτε κέρδη ούτε ζημίες

- Ποιος ήταν ο τζίρος της επιχείρησής σας για το έτος 2019 σε €; .....

## Δ. ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ

- Κάνετε χρήση του internet για θέματα που αφορούν την επιχείρηση;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

- Έχει δική της ιστοσελίδα η επιχείρηση;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

## Ε. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΠΙΘΑΝΟΝ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΕΙΤΕ ΘΕΤΙΚΑ ΕΙΤΕ ΑΡΝΗΤΙΚΑ

	ΑΞΙΟΛΟΓΙΚΗ ΚΛΙΜΑΚΑ				
	Πολύ Αρνητι κά 1	Αρνητικ ά 2	Ούτε Αρνητικά/ Ούτε Θετικά 3	Θετικά 4	Πολύ Θετικά 5
• Αγορές μέσω διαδικτύου					
• Μείωση του πληθυσμού των κατοίκων του νομού					
• Υψηλοί φορολογικοί συντελεστές					
• Έλλειψη ικανών και σοβαρών ατόμων στη διοίκηση					
• Περιορισμένοι πελάτες					
• Οικογενειακές και επαγγελματικές σχέσεις					
• Αβεβαιότητα για το μέλλον της επιχείρησης					
• Νεοπλουτισμός					
• Συντηρητισμός					
• Οικονομική κρίση					
• Ιστοσελίδα και e-shop της επιχείρησης					

• Έμφαση στην ποιότητα					
• Δέσμευση των μελών στον κοινό στόχο					
• Δεσμοί με τους πελάτες					

**ΣΤ. ΜΕΘΟΔΟΙ ΜΕ ΣΚΟΠΟ ΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ, ΤΗΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ  
ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΒΙΩΣΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

	ΑΞΙΟΛΟΓΙΚΗ ΚΛΙΜΑΚΑ				
	Διαφωνώ Απόλυτα 1	Διαφωνώ 2	Ούτε Διαφωνώ/ Ούτε Συμφωνώ 3	Συμφωνώ 4	Συμφωνώ Απόλυτα 5
• Δημιουργία ιστοσελίδας και e-shop για την επιχείρηση					
• Πρόσληψη καταρτισμένων υπαλλήλων με βάση το αντικείμενο					
• Χρήση νέων τεχνολογιών (facebook, instagram, ιστοσελίδα της επιχείρησης) για την διαφήμιση της επιχείρησης και των προϊόντων της					
• Συνεχής ενημέρωση και εκπαίδευση πάνω σε θέματα που αφορούν το αντικείμενο της επαγγελματικής σας δραστηριότητας					
• Εφευρετικότητα					
• Δημιουργία καινοτόμων προϊόντων					
• Εστίαση στις ανάγκες και τις προτιμήσεις των καταναλωτών					

**Ζ. ΠΙΘΑΝΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΠΟΥ ΕΠΕΦΕΡΕ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ  
ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ**

	ΑΞΙΟΛΟΓΙΚΗ ΚΛΙΜΑΚΑ				
	Διαφωνώ Απόλυτα 1	Διαφωνώ 2	Ούτε Διαφωνώ/ Ούτε Συμφωνώ 3	Συμφωνώ 4	Συμφωνώ Απόλυτα 5
• Πεσμένος τζίρος					
• Έλλειψη έντονου ενδιαφέροντος καταναλωτών ως προς τα προϊόντα της επιχείρησης					
• Πεσμένη ψυχολογία εργοδότη και υπαλλήλων					
• Μείωση προσωπικού					

• Έλλειψη αυτοπεποίθησης και αποφυγή αντιμετώπισης δυσκολιών και κρίσεων					
• Εργασιακή απογοήτευση					
• Χαμηλή απόδοση της εργασίας					
• Περισσότερες συγκρούσεις μεταξύ των εργαζομένων της επιχείρησης					

**ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ!**