

Έλληνες επιχειρηματίες: Η νέα γενιά ενάντια στην κρίση



Δημοσίευση | 12 Ιουνίου 2013

του **Νικόλα Γεωργιακόδη**

«Νέα ελληνική επιχείρηση». Ακούγεται σαν σύντομο και κακόγουστο ανέκδοτο, όμως η πραγματικότητα είναι τουλάχιστον ενθαρρυντική δεδομένης της τραγικής κατάστασης στην οποία βρίσκεται η χώρα. Ολοένα και περισσότερες νέες προσπάθειες έχουν κάνει την εμφάνισή τους τα τελευταία αυτά, «πέτρινα» χρόνια και έχουν καταφέρει να επιβιώσουν παρά τις όποιες αντιξοότητες.

Αντιξοότητες οι οποίες οφείλονται σε διάφορους καθαρά «ελληνικούς» παράγοντες, όπως για παράδειγμα η... αθάνατη γραφειοκρατία ή η μη επαρκής αξιολόγηση στον τομέα των χρηματοδοτήσεων. Και όμως, προ κρίσης και κατά την διάρκεια αυτής, αναπτύχθηκε και μια νέα γενιά Ελλήνων οι οποίοι επιχειρούν σε πείσμα των καιρών, παραμένοντας πιστοί και προσηλωμένοι στους στόχους της.



«Κατάσταση έκτακτης ανάγκης»

Αυτή είναι η απάντηση του κ. Ανδρέα Στεφανίδη, Προέδρου της ΟΕΣΥΝΕ (Ομοσπονδία Ελληνικών Συνδέσμων Νέων Επιχειρηματιών), σε σχετική μας ερώτηση για την παρούσα κατάσταση στην ελληνική επιχειρηματικότητα. «Τόσο για τις υπάρχουσες επιχειρήσεις όσο και για τις νέες τα πράγματα είναι απελπιστικά. Έχουμε τρίτη χρονιά παρατεταμένης ύφεσης, με ένα σύστημα το οποίο λειτουργεί χάλια και με κάποια μικρά capital funds τα οποία κάτι προσπαθούν να κάνουν, όμως με πέντε επενδύσεις τον χρόνο και 30% ανεργία καταλαβαίνετε

ότι τα πράγματα δεν είναι και τόσο ρόδινα.

»Υπάρχουν πολλές εξαιρετικές προσπάθειες από νέους ανθρώπους, όμως σε ένα περιβάλλον ύφεσης και τέτοιας γραφειοκρατίας πολύ λίγες από αυτές ευδοκίμουν με αποτέλεσμα το ζητούμενο, δηλαδή η ανάπτυξη και οι νέες θέσεις εργασίας να πηγαινούν περίπατο. Δεν μας ενδιαφέρουν οι πέντε-δέκα εξαιρετικές περιπτώσεις που πάντα θα προκύπτουν, μας ενδιαφέρει η αύξηση των ποσοστών επιτυχίας μαζικά. Γιατί ακόμα και αν δημιουργήσεις αύριο επιχείρηση, έτσι όπως έχει σβήσει η αγοραστική δύναμη των πολιτών δεν θα βρεις ανθρώπους να αγοράσουν το προϊόν σου», εξηγεί ο ίδιος.

Πέρα όμως από την οικονομική κρίση, ποια είναι τα υπόλοιπα εμπόδια τα οποία ταλαιπωρούν το νέο ελληνικό επιχειρείν; Κατ' αρχήν, η έλλειψη ρευστότητας. «Κανένας νέος άνθρωπος και προ κρίσης και κατά τη διάρκειά της δεν είχε να βάλει λεφτά για να τολμήσει την ιδέα του., αναφέρει σχετικά ο κ. Στεφανίδης και στέκεται και στο ζήτημα της αξιολόγησης: «Ο αδιαφανής τρόπος με τον οποίο αξιολογούνται μέχρι σήμερα οι νέες ιδέες, δεν εξασφαλίζει ότι όλες οι αξιόλογες ιδέες θα βγουν μπροστά, ιδιαίτερα στο κομμάτι που αφορά τις κρατικές και ευρωπαϊκές ενισχύσεις μέσα από το ΕΣΠΑ».

«Πρέπει να γίνουμε περισσότερο εξωστρεφείς»



Ο Διαμαντής Κιτριδής, CEO και ιδρυτής της Citrine Marketing Communication παραδέχεται ότι η κατάσταση είναι δύσκολη σήμερα, όμως βλέπει με αισιοδοξία το μέλλον. Η εταιρεία του αποτελεί μια από τις πρώτες στην Ευρώπη που σχεδίασε και υλοποίησε καμπάνιες σε social media για μεγάλες εταιρείες όπως η PepsiCo και η L'Oréal, ενώ ο ίδιος αντιλαμβανόμενος το 2005 την δύναμη του virality στα social media ενσωμάτωσε στην επικοινωνία των πελατών του τεχνικές προώθησης μέσω αυτών.

«Αυτή τη στιγμή αγωνιζόμαστε να σταθούμε όρθιοι. Το μεγαλύτερο πρόβλημα είναι η έλλειψη ρευστότητας και η απουσία επιχειρηματικής κουλτούρας στην Ελλάδα. Όταν κάποιος ακούει την λέξη 'επιχειρηματίας' φαντάζεται έναν τύπο με ακριβό αυτοκίνητο και πούρο που κλέβει λεφτά. Ο Έλληνας επιχειρηματίας κατά μέσο όρο είναι ένας άνθρωπος που αγωνίζεται και δίνει λεφτά σε θέσεις εργασίας», λέει χαρακτηριστικά. **«Πρέπει να γίνουμε περισσότερο εξωστρεφείς και να συνεργαστούμε καλύτερα.** Έχουν γίνει αρκετές κινήσεις και από το κράτος. Φτάσαμε στο 2013 για να καταργηθεί ο κώδικας βιβλίων και στοιχείων για την επιχείρηση. Αυτό υπήρχε μόνο στην Ελλάδα και σε κάποιες αφρικανικές χώρες. Εν μέσω κρίσης, γίνονται αλλαγές που δεν τολμούσε κανείς να κάνει πριν. Είμαι αισιόδοξος παρά την κρίση και τα προβλήματα», προσθέτει.

Η μεγαλύτερη δυσκολία για την εταιρεία του κ. Κιτριδή την εποχή που ιδρύθηκε, ήταν το ότι δεν μπορούσε να επικοινωνήσει πράγματα καινοτόμα και καινούργια. «Αυτό που προσφέραμε ήταν πολύ δύσκολο να το καταλάβει ο μέσος Έλληνας επιχειρηματίας. Ακολουθούσαμε σαν χώρα την περπατημένη και δεν επενδύαμε εύκολα σε πρωτοποριακές ιδέες. Όλα αυτά πλέον με την τεχνολογία έχουν αλλάξει, δεν έχει σημασία αν ζεις στην Αμερική, την Ινδία ή την Ελλάδα, έχεις πρόσβαση σε όλα τα σύγχρονα επιχειρηματικά εργαλεία. Αυτό που δεν έχεις ακόμα όμως, είναι η εύκολη πρόσβαση σε funds, σε business agents, δηλαδή σε ανθρώπους οι οποίοι μπορούν να επενδύσουν σε νέες ιδέες», επισημαίνει.

Τα σχέδιά του για το μέλλον; «Εξωστρέφεια. Έχουμε αναπτύξει πολλά καινοτόμα προϊόντα τόσο στον τομέα των mobile apps όσο και σε διαδικτυακές εφαρμογές και στο Facebook και στόχος μας είναι να αναπτύσσουμε ακόμα περισσότερα. Σκεφτόμαστε επίσης το ενδεχόμενο του εξωτερικού και το δουλεύουμε αρκετά αυτό το κομμάτι, το οποίο μας είναι απαραίτητο», αναφέρει.



«Η κρίση δημιουργεί ευκαιρίες»

Σύμφωνα με τον ιδρυτή και Διευθύνοντα Σύμβουλο της εταιρίας ολικής επικοινωνίας [mscomm](#) **Μιχάλη Στάγκο**, η περίοδος που διανύουμε είναι μια χρυσή ευκαιρία για να ξεκινήσει κάποιος την επιχείρησή του. «Η κρίση δημιουργεί ευκαιρίες, υπάρχουν πραγματικά 'παράθυρα', όχι μια απλή χαράμαδα. Είναι μια πραγματική ευκαιρία για νέες επιχειρήσεις να ωριμάσουν και να βγάλουμε μια νέα γενιά επιχειρηματιών πολύ δυνατή», λέει χαρακτηριστικά. «Εμείς δώσαμε περισσότερο βάρος στην στρατηγική επικοινωνία και στην δημιουργία

πιο μακροπρόθεσμων σχέσεων με τους πελάτες μας, μέσα από συμβόλαια υπηρεσιών. Μειώσαμε την έκθεσή μας σε media προκειμένου να αποφύγουμε επισφάλεις και ενισχύσαμε το κομμάτι των δημοσίων σχέσεων εστιάζοντας σε ελληνικές εξωστρεφείς εταιρείες και ξένες πολυεθνικές.

Επίσης, επικεντρωθήκαμε στους τομείς της υγείας, των τροφίμων και των τηλεπικοινωνιών, δηλαδή κατηγορίες οι οποίες είχαν την μικρότερη έκθεση στον κίνδυνο», αναφέρει σχετικά με τις στρατηγικές τις οποίες ακολούθησε η εταιρεία του για να καταφέρει να μειώσει όσο το δυνατόν περισσότερο τις συνέπειες της κρίσης. «Το μεγάλο μας στοιχείο είναι μια νέα προσπάθεια, η οποία λέγεται Industry Disruptors. Θέλουμε να δημιουργήσουμε ένα οικοσύστημα για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας. Ήδη έχουμε συνεργασίες με τους λεγόμενους επιταχυντές (accelerators), δηλαδή κοιτίδες όπου επωάζονται

και ωριμάζου νέες ιδέες.

»**Δυσκολίες πάντα υπάρχουν και θα υπάρχουν, όμως αντίστοιχα υπάρχουν και λύσεις.** Είμαι κατά των γενικεύσεων που λένε για γραφειοκρατία, δυσκολίες κτλ. Προφανώς όταν κάποιος επιχειρεί το κάνει επειδή έχει το όραμα και το τσαγανό για να προχωρήσει. Στην Ελλάδα έχουμε μια συμπλεγματοκτικότητα με την έννοια της αποτυχίας. Στο εξωτερικό είναι πολύ πιο απενοχοποιημένο όλο αυτό. Ρισκάρουμε, δεν τα καταφέραμε, πάμε πάλι».

«Οι Έλληνες δεν είναι συνηθισμένοι στο να ξοδεύουν για τεχνολογία»

Ο Πάνος Παπαδόπουλος και ο Γιάννης Βλαχογιάννης αφού δούλεψαν για δύο startups ως freelancers, αποφάσισαν να ξεκινήσουν την δική τους επιχείρηση το 2010, αναπτύσσοντας το Bugsense, ένα εργαλείο το οποίο συλλέγει και αναλύει αναφορές σφαλμάτων από εφαρμογές για κινητά. Αφού η ιδέα τους απορρίφθηκε από την ελληνική [πλατφόρμα χρηματοδότησης Open Fund](#), ταξίδεψαν στην Καλιφόρνια ανταποκρινόμενοι σε ένα κάλεσμα από την [Silicon Valley Greek Seed Fund](#), μια εταιρεία με ελληνικής καταγωγής επενδυτές και εν τέλει κατάφεραν να εξασφαλίσουν αρχική χρηματοδότηση εκατό χιλιάδων δολαρίων.



Σήμερα, η εταιρεία τους διατηρεί γραφεία σε Ελλάδα, Αμερική και πρόσφατα άνοιξε και στο Τόκυο της Ιαπωνίας. «Για κανέναν λόγο δεν κυνηγήσαμε κάτι στην Ελλάδα. **Θέλαμε Αμερικάνους επενδυτές για πολλούς λόγους, με κυριότερο αυτόν της σταθερότητας. Αυτά που λέγονται για τα προβλήματα με τους φόρους στην Ελλάδα είναι ένα ψέμα, η σταθερότητα είναι το μεγαλύτερο πρόβλημα.** Στην Αμερική ξέρεις τι θα αντιμετωπίσεις σε πέντε χρόνια, στην Ελλάδα με όλο αυτό το ασαφές νομικό σύστημα όχι», εξηγεί ο κ. Παπαδόπουλος, ενώ τονίζει ότι στην Ελλάδα δεν υπάρχει αγορά στον τομέα των τεχνολογικών λύσεων. «Οι Έλληνες δεν είναι συνηθισμένοι στο να ξοδεύουν για τεχνολογία. **Το μεγαλύτερό τους έξοδο είναι οι καφέδες και τα ρούχα, δεν υπάρχει καμία εκπαίδευση στην αγορά νέων υπηρεσιών.** Επομένως αν θέλεις να επεκταθείς γρήγορα και να έχεις ένα καλό τεχνολογικό προϊόν, το να ασχοληθείς με την ελληνική αγορά είναι χάσιμο χρόνου.

»Επίσης, μια αγορά δεν μεγαλώνει εσωτερικά, μεγαλώνει φέρνοντας συνάλλαγμα απ' έξω. Οπότε πρέπει να στοχεύεις στην παγκόσμια αγορά και να φέρνεις χρήματα πίσω. Τώρα αυτά θα είναι με την μορφή κερδών, μισθών ή στιδήποτε άλλο, για εμένα δεν έχει καμία διαφορά. Δεν έχω κόμπλεξ με την Ελλάδα, απλά δεν πρέπει να έχεις σύνορα σε αυτά που σκέφτεσαι και στο ποιους θέλεις να προσλάβεις. Δυστυχώς στην χώρα βολευόμαστε με την ελάχιστη προσπάθεια και αυτό είναι πρόβλημα, γιατί δεν υπάρχει καθόλου ανταγωνισμός», προσθέτει.



«Το επιχειρηματικό οικοσύστημα στην Ελλάδα έχει ωριμάσει»

Το 1998 υπήρξε συνιδρυτής του e-shop, το οποίο το 2012 αντιμετώπισε σοβαρά τον κίνδυνο να κλείσει, όμως δεν το έβαλε κάτω. Συνέχισε με πείσμα και αφού κατάφερε να σώσει το e-shop, συνέχισε να ασχολείται επιχειρηματικά με άλλες προσπάθειες όπως το Taxibeat, το site online παραγγελιών [e-food](#) και την πλατφόρμα [doctor anytime](#). Ο **Απόστολος Αποστολάκης** αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα επιχειρηματία ο οποίος επιχειρήσει με επιτυχία τόσο προ-, αλλά και κατά την διάρκεια

της οικονομικής κρίσης.

Ο ίδιος θυμάται **τις κρίσιμες στιγμές που πέρασε όταν το e-shop κινδύνεψε να κλείσει:** «Το μεγαλύτερο μπαμ ήταν καθαρά ψυχολογικό. Η διαδικασία ήταν ψυχοφθόρα, έπρεπε να βοηθήσω σε διαπραγματεύσεις με πιστωτές και τράπεζες έτσι ώστε η εταιρεία να απορροφήσει το σοκ της πτώσης του κύκλου εργασιών. Με πολύ προσπάθεια και cost cutting το e-shop από τον Αύγουστο του 2012 κατάφερε να ισορροπήσει και να βελτιώνει τα μεγέθη του. **Παράλληλα είχα ξεκινήσει να τρέχω και τα υπόλοιπα projects. Από την μία δηλαδή έβλεπα κάτι να μεγαλώνει και από την άλλη προσπαθούσα να επιβιώσω. Πώς τα κατάφερα και δεν έγινα διπολικός είναι πραγματικά περιεργό».**

Πλέον τα πράγματα είναι σαφώς πιο ευχάριστα για τον κ. Αποστολάκη μιας και το e-shop πάει καλύτερα, αλλά και τα πιο πρόσφατα projects του, το e-food και το doctor anytime έχουν ανοδική πορεία. «Το e-food μέχρι στιγμής εξυπηρετεί τρεις πόλεις. Μέσα στο 2013 θέλουμε να πάμε σε τουλάχιστον δέκα πόλεις και να έχουμε περίπου δύο χιλιάδες εστιατόρια με δύο χιλιάδες παραγγελίες την ημέρα. Αυτή τη στιγμή έχουμε περίπου χίλιες», αναφέρει σχετικά.

Για το μέλλον του νέου ελληνικού επιχειρείν, ο κ. Αποστολάκης εμφανίζεται αισιόδοξος. «Στον χώρο του

Internet και των startups τα πράγματα είναι πάρα πολύ ευνοϊκά, παρά την αβεβαιότητα. Έχει ανοίξει πολύ η αγορά και γεννιέται ένα επιχειρηματικό οικοσύστημα το οποίο υποστηρίζει τις νέες επιχειρήσεις.

Υπάρχουν **accelerators, incubators, άνθρωποι που είναι διατεθειμένοι να πάρουν το ρίσκο και άλλοι που το έχουν πάρει ήδη**», λέει ο ίδιος.

«Υπάρχει κακό κλίμα ανταγωνισμού»

Σε έναν εντελώς διαφορετικό χώρο, αυτόν του Fitness, ο **Πάνος Μπαλατσινός** ξεκινώντας το 2007 με ένα personal training studio στην Νέα Σμύρνη κατέφερε μέσα σε έξι χρόνια να ιδρύσει μια σχολή εξειδίκευσης προπονητών, την **Base Training Academy**, να ανοίξει άλλα δύο studio προπόνησης στην Γλυφάδα και το Παλαιό Φάληρο και να επεκτείνει την ακαδημία προπονητών και στην Κρήτη. Από πέρσι μάλιστα, η ακαδημία του έφερε σε αποκλειστικότητα στην Ελλάδα πιστοποιήσεις με διεθνή αναγνώριση, από οργανισμούς όπως τα **Αμερικάνικα Πανεπιστήμια ACSM και NSCA**.



«Το 2007 όταν και ανοίξαμε με τον συνέταγό μου το studio στην Νέα Σμύρνη υπήρχε μεγάλη ζήτηση στον χώρο, αφού **το personal training ήταν ένα νέο trend στον χώρο του fitness**. Πέρα από αυτό όμως, μειώσαμε τον χρόνο της εκγύμνασης σε μισή ώρα προτείνοντας εναλλακτικούς τρόπους σε πιο προσιτές τιμές. **Η ακαδημία που ακολούθησε ήταν επίσης κάτι πρωτοποριακό, αφού δεν ασχοληθήκαμε με κομμάτια χορογραφίας και ό,τι είχε να κάνει με ομαδικά προγράμματα, αλλά δώσαμε έμφαση στο personal training** και στην εκπαίδευση προπονητών, δίνοντας πιστοποιήσεις με διεθνή αναγνώριση», λέει ο ίδιος.

Για τον κ. Μπαλατσινό το μεγαλύτερο εμπόδιο για κάποιον ο οποίος θέλει να ανοίξει μια επιχείρηση στον χώρο του fitness δεν είναι τόσο η χρηματοδότηση και η γραφειοκρατία όσο ο μη υγιής ανταγωνισμός.

«Υπάρχει **ένας μηδενισμός για ό,τι κάνεις και μια κακοπροαίρετη προσέγγιση από τους ανταγωνιστές σου, η οποία όμως σε βάθος χρόνου γυρνάει μπουμπεραγκ**. Όταν λανσάραμε την μισάωρη προπόνηση, όλοι μας έλεγαν ότι κοροϊδεύουμε τον κόσμο, όμως σήμερα η πλειοψηφία των προπονητών δουλεύει έτσι. Όταν ξεκινήσαμε τα σεμινάρια για personal trainers, οι άμεσα συσχετιζόμενοι τα χαρακτήρισαν 'μπούρδες', στην πορεία όμως υιοθετήθηκαν και από άλλες σχολές», αναφέρει ο ίδιος.

«Υπάρχει κακό κλίμα στον χώρο, δυστυχώς. Κάθε τι καινούργιο έχει πάρα πολλούς πολέμους. Όμως η άσχημη οικονομική κατάσταση, σε αναγκάζει να έχεις διαρκώς καινούργιες και πρωτοπόρες ιδέες, διαφορετικά δεν θα μπορέσεις να επιβιώσεις», προσθέτει.

Συμβουλές για υγιές επιχειρείν

Τι θα πρέπει λοιπόν να έχει κατά νου ο νέος Έλληνας επιχειρηματίας πριν ξεκινήσει να δραστηριοποιείται στον χώρο;

«Να κάνει προσεκτική έρευνα αγοράς σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο για αυτό που θέλει να κάνει. Να δει αν εκεί έξω, όταν ξεκινήσει ένα πρωί, υπάρχει αγορά για να απορροφήσει αυτό που θα κάνει. **Να μην κλείνει τα μάτια λέγοντας 'εγώ αυτό πιστεύω, πάμε'**. Επίσης, να εξαντλήσει τη δυνατότητα συνεργασιών με οργανισμούς και επιχειρήσεις που ήδη υπάρχουν και ει δυνατόν, να κάνει μια υγιή συνεργασία μαζί τους. Τέλος, να μείνει μακριά από το δανεισμό, αν δεν υπάρχουν έσοδα και κέρδη από ένα επίπεδο και πάνω. **Ο τραπεζικός δανεισμός δεν είναι για την έναρξη μας, είναι για όταν έχουμε κερδοφορία και σίγουρα έσοδα στην πορεία**», αναφέρει ο κ. Στεφανίδης.

«Πείσμα, υπομονή και όποιος αντέξει», λέει από την πλευρά του ο κ. Κιτριδης, ενώ ο κ. Στάγκος αναφέρει ότι το πιο σημαντικό είναι ο νέος επιχειρηματίας να ξεπεράσει την αντίληψη του «εγώ ξέρω» και της καχυποψίας. «Δεν είναι ανάγκη να φοβάται να πάρει συμβούλους που θα τον βοηθήσουν να εξελιχθεί και να τους πληρώνει. Στην πραγματικότητα θα κόψει δρόμο. Επίσης, θα πρέπει να έχει εξωστρεφή λογική και η ιδέα του να μπορεί να μεγαλώσει, να έχει αναγωγή προς άλλες αγορές. Θέλει πολύ δουλειά, προσήλωση σταθερότητα και να μην έχεις τον φόβο της αποτυχίας. Όταν ξεκινάς δεν έχεις και τίποτα να χάσεις», τονίζει.

«Το σημαντικότερο είναι να μην επαναπαύεσαι ποτέ. **Να βάζεις έναν στόχο και να προσπαθείς να τον φτάσεις. Για να το καταφέρεις αυτό θα πρέπει να φύγεις από την Ελλάδα**. Το περιβάλλον εδώ είναι πολύ κακό, δεν έχεις κανέναν για έμπνευση και συμβουλές και δεν βλέπεις την μεγαλύτερη εικόνα. Πρέπει να βγεις στο εξωτερικό, να μιλήσεις με ανθρώπους, με πελάτες, να δεις πως είναι πραγματικά μια εταιρεία. Στην Ελλάδα όλοι κάθονται στο comfort zone και αυτοσυγχαίρονται μεταξύ τους», λέει από την πλευρά του ο κ. Παπαδόπουλος.

«Θα πρέπει να απαντήσεις σε μερικά βασικά ερωτήματα: Τι ακριβώς θέλω να κάνω που θα είναι διαφορετικό; Τι θα αλλάξω;». Να δεις το value proposition της επιχείρησής σου, να δεις **πόσο μεγάλο είναι το πρόβλημα που θα λύσεις και να κάνεις market sizing** για να δεις πόσο μεγάλη είναι η

αγορά», συμβουλεύει ο κ. Αποστολάκης.

Δημοσίευση | 12 Ιουνίου 2013