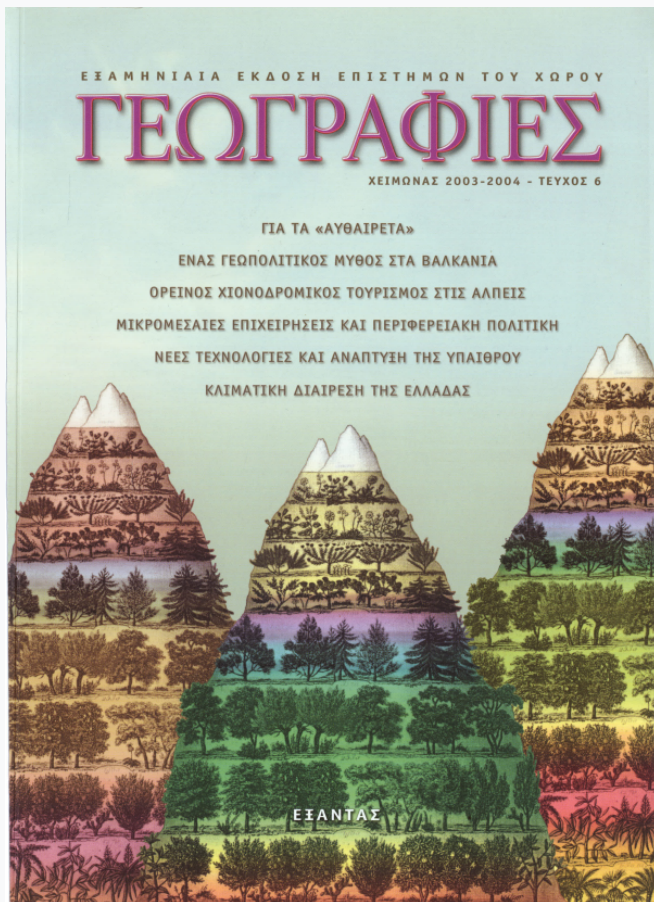


Γεωγραφίες

Αρ. 6 (2003)

Γεωγραφίες, Τεύχος 6, 2003



Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

*Μαργαρίτα Παπαχρόνη, Γιάννης Χρηστίδης,
Αναστάσιος Τασόπουλος*

Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Μαργαρίτα Παπαχρόνη*, Γιάννης Χριστίδης, Αναστάσιος Τασόπουλος*****

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η διεθνοποίηση και η παγκοσμιοποίηση πιέζουν όλες τις επιχειρήσεις, και ιδιαίτερα τις μικρές, να βελτιώσουν την ανταγωνιστική τους θέση. Η διατήρηση του οριακού κέρδους, η μείωση του κόστους, η καινοτομία και η υιοθέτηση αποτελεσματικών τεχνολογιών αποκτά συνεχώς μεγαλύτερη σημασία. Τα δίκτυα αναδεικνύονται ως σημαντικό εργαλείο στην ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, στη μείωση των χωρικών και κοινωνικών ανισοτήτων, στη δραστηριοποίηση και στη διάχυση της τοπικής παραγόμενης γνώσης και γενικότερα στην οικονομική περιφερειακή ανάπτυξη. Το άρθρο αυτό, μέσα από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας στις διεπιχειρησιακές συνεργασίες, στις πρωτοβουλίες δικτύωσης, στο περιφερειακό πρόβλημα και στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ) παρέχει μια κατανόηση της πιθανής χρήσης των δικτύων σε αυτές και στη διαδικασία της περιφερειακής ανάπτυξης. Η πρόσφατη έρευνα στα δίκτυα δείχνει ευκαιρίες για εφαρμογή σε νέες μορφές επιχειρηματικών οργανωτικών σχημάτων. Επιπλέον, η υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών και η συμμετοχή σε δίκτυα βοηθά στην επίλυση των προβλημάτων και την υπερνίκηση των εμποδίων που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ στη διαδικασία ανάπτυξης τόσο στις αστικές όσο και στις αγροτικές περιοχές.

The Role of Networks in SMEs and in Regional Economic Policy

Margarita Papachroni, Yannis Christidis, Anastasios Tassopoulos

ABSTRACT

Internationalization and globalization force enterprises, especially small and medium-sized ones, to improve their competitive advantage. The holding of the marginal profit, the reduction of the product cost and the adoption of new effective technologies are very crucial. The networking emerges as a significant tool in the enhancement of small and medium-sized enterprises (SMEs), for the decrease of spatial and social inequalities, the diffusion of local knowledge and generally in the regional development. We review the literature to the inter-firm cooperation, the networking initiatives, the regional problem, and the difficulties Greek small enterprises face. This paper provides an understanding of the potential use of networks in the economic development of SMEs and in the process of regional development. The current research in networks indicates that there are many benefits from the implementation of the new forms of organization. Beside the adoption of new technologies, participation in networks helps solve problems faced by SMEs in the process of development in the urban and rural areas.

* Επιστημονικός συνεργάτης, ΤΕΙ Αθήνας.

** Αναπλ. καθηγητής, ΤΕΙ Πάτρας.

*** Καθηγητής, Τμήμα Οικονομικής και Περιφερειακής Πολιτικής, Πάντειο Παν/μο.

1. Εισαγωγή

Ο διεθνής ανταγωνισμός και η ανάπτυξη της οικονομίας η οποία βασίζεται στη γνώση έχει επιφέρει αλλαγές στον τρόπο οργάνωσης των επιχειρήσεων καθώς και στον τρόπο λειτουργίας τους, αφού είναι αναγκασμένες να δραστηριοποιούνται σε ένα περιβάλλον ανταγωνιστικό, με συνεχώς μεταβαλλόμενες συνθήκες. Η εφαρμογή των νέων τεχνολογιών οδήγησε σε οργανωτικές αλλαγές στο εσωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης αλλά και στη δημιουργία νέων σχημάτων συνεργασιών μεταξύ των επιχειρήσεων. Η ιδέα της δικτύωσης των επιχειρήσεων έχει αποκτήσει σημασία τα τελευταία χρόνια, και αυτό οφείλεται στην αλλαγή της φύσης του ανταγωνισμού. Για την επιτυχία στη διαδικασία της καινοτομίας οι επιχειρήσεις εξαρτώνται από τη συμπληρωματική γνώση και την τεχνογνωσία των άλλων επιχειρήσεων. Η συνέργια, η οποία προέρχεται από τη συμπληρωματικότητα και τις διαφορετικές δραστηριότητες και η αναγκαιότητα για την αντιμετώπιση της εξάρτησης του περιβάλλοντος είναι οι κινητήριες δυνάμεις για την ανάπτυξη των συνεργασιακών σχέσεων, οι οποίες συμβάλλουν στην αύξηση της καινοτομίας και της ανταγωνιστικότητας των συμμετεχόντων (των δρώντων).

Η διεθνής βιβλιογραφία σχετικά με τις επιχειρήσεις και τα δίκτυα αναφέρεται σε τρία διαφορετικά ερευνητικά επίπεδα, τα οποία μπορούν να οριστούν σε διάφορες κλίμακες χωρικής ανάλυσης (Yeung 2000). Το πρώτο επίπεδο έρευνας αφορά την οργάνωση των δικτύων, όπου εξετάζονται οι διαφορετικοί τύποι των δικτύων, τα οργανωτικά τους χαρακτηριστικά και η συνεισφορά τους στην ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων (Malecki & Tootle 1996, Rosenfeld 1996). Το δεύτερο αφορά τη γεωγραφική συγκέντρωση των επιχειρήσεων και τα δίκτυα, όπου εξετάζονται τα αποτελέσματα της δικτύωσης μεταξύ των βιομηχανιών, των επιχειρήσεων και των οργανισμών (Malmberg & Maskell 2001, Enright & Roberts 2001, Dumais et al. 1997). Τέλος, εξετάζεται η επίδραση της δικτύωσης στα ευέλικτα συστήματα παραγωγής (Malecki & Tootle 1996, Larssons 1993).

1.1. Εισαγωγή στα δίκτυα και τους δικτυακούς οργανισμούς (επιχειρήσεις)

Τις δύο τελευταίες δεκαετίες έχει δοθεί μεγάλη έμφαση στα δίκτυα, και σε αυτό συνέλεξαν οι τρεις παρακάτω λόγοι (Nohria 1992). Ο πρώτος λόγος είναι η εμφάνιση του φαινομένου το οποίο ο *Best (1990)* ονομάζει «*New Competition*». Το νέο μοντέλο των οργανισμών δεν στηρίζεται στην ιεραρχική δομή των μεγάλων επιχειρήσεων αλλά σε δίκτυα μικρών επιχειρήσεων. Η επιτυχία της ιδέας του «*New Competition*» αύξησε το ενδιαφέρον για την ανάλυση των δικτύων. Οι οργανισμοί προσπάθησαν να μεταρρυθμίσουν την εσωτερική τους δομή στηριζόμενοι στην ιδέα των δικτύων, καθώς επίσης να καθορίσουν τις σχέσεις τους μεταξύ των πωλητών, των πελατών, ακόμα και των ανταγωνιστών τους. Ο δεύτερος λόγος έχει να κάνει με την αλματώδη ανάπτυξη της πληροφορικής τεχνολογίας που παρατηρείται έντονα τις τελευταίες δεκαετίες. Ο τρίτος λόγος αναφέρεται στο επιστημονικό ενδιαφέρον των ερευνητών, το οποίο στρέφεται προς μια βαθύτερη ανάλυση και μελέτη των δικτύων.

Η ιδέα της δικτύωσης έχει αναδειχθεί ως το πλέον κατάλληλο μοντέλο και συγχρόνως πρακτική μέθοδος ανάλυσης στις επιστήμες της ανθρωπολογίας, ψυχολογίας, κοινωνιολογίας, μοριακής βιολογίας, αλλά και στην οικονομική

θεωρία. Η θεωρία των δικτύων είναι βασισμένη στην υπόθεση ότι τα κοινωνικά φαινόμενα μπορούν να περιγραφούν και να εξηγηθούν με το συνδυασμό των δύο παραγόντων που αναφέρονται παρακάτω (Tijssen 1998):

- τα χαρακτηριστικά και τις ιδιότητες ενός οργανισμού, και
- τον τρόπο με τον οποίο οι οργανισμοί συνδέονται μεταξύ τους.

Ως *δίκτυο* ορίζουμε ένα σύνολο κόμβων που συνδέονται μεταξύ τους. Με την ευρεία έννοια, δίκτυο μπορεί να θεωρηθεί ένας οργανισμός ή σύνολο οργανισμών όπου ως κόμβοι θεωρούνται τα άτομα ή οι οργανισμοί, οι οποίοι συνδέονται μεταξύ τους με ένα σύνολο σχέσεων. Οι σχέσεις αυτές μπορεί να είναι επίσημες, προκαθορισμένες, ανεπίσημες ή και αναδυόμενες (Czepiel 1974).

Το μοντέλο των δικτύων έχει χρησιμοποιηθεί από αναλυτές (Nohria 1992: 1-8) για να περιγράψει έναν εξεταζόμενο οργανισμό ή οργανισμούς. Με τη ευρεία έννοια, ένας οργανισμός θεωρείται δίκτυο. Για την κατανόηση του δικτυακού οργανισμού είναι απαραίτητος ο προσδιορισμός των τεσσάρων βασικών διαστάσεων, που αναλύονται στους δρώντες, τους πόρους, τις δραστηριότητες και τις σχέσεις μεταξύ αυτών. Η επιχείρηση ορίζεται ως δρών που χρησιμοποιεί διάφορους πόρους για την εκτέλεση δραστηριοτήτων και έχει σχέσεις με έναν αριθμό άλλων μονάδων. Οι σχέσεις συνδέουν την επιχείρηση με τις άλλες μονάδες σε μια δικτυακή δομή (Hakansson 1990).

1.2. Κατηγορίες δικτύων

Το δίκτυο, ως δομή που εξασφαλίζει την *επικοινωνία*, απαιτεί ένα σύνολο κόμβων που συνδέονται μεταξύ τους με κάποιες συνδέσεις. Η *ροή της πληροφορίας και η διαδικασία επικοινωνίας* είναι τα κύρια χαρακτηριστικά του νέων οικονομικών δεδομένων (ευρωπαϊκή ολοκλήρωση, διεθνοποίηση της αγοράς κ.τ.λ.). Οι σημερινές απαιτήσεις ως προς την ένταση, τη φύση και τη χρησιμότητα της πληροφορίας διαφέρουν ποιοτικά από αυτές των προηγούμενων χρόνων. Η ποιότητα της πληροφορίας στο δίκτυο, ο τρόπος που τη διαχειρίζεται και η διαδικασία ανατροφοδότησης το καθιστούν ζωτικό παράγοντα στην ανάπτυξη της οικονομίας.

Έτσι, το δικτυακό μοντέλο χρησιμοποιείται για να περιγράψει πολύ διαφορετικές περιπτώσεις επικοινωνίας:

- ηλεκτρονικά πληροφοριακά δίκτυα (electronic information networks)
- κοινωνικά δίκτυα (social networks).

Τα *ηλεκτρονικά πληροφοριακά δίκτυα ή δίκτυα υπολογιστών* (computer networks) είναι η πιο συνηθισμένη μορφή. Σ' αυτή την περίπτωση ο όρος δίκτυο χρησιμοποιείται για να περιγράψει μια υποδομή όπου οι κόμβοι είναι οι Η/Υ, στους οποίους γίνεται επεξεργασία πληροφοριών, και οι συνδέσεις, που είναι το τηλεπικοινωνιακό υλικό μέσω του οποίου γίνεται η ανταλλαγή και η ροή της πληροφορίας.

Ο όρος *κοινωνικά δίκτυα* αναφέρεται σε ένα σύνολο δρώντων (set of actors) και στις συνδέσεις (ties) ή σχέσεις (relations) που αναπτύσσονται μεταξύ τους. Επικεντρώνονται σε κάποιες μορφές και διαδικασίες κοινωνικών αλληλεπιδράσεων μεταξύ των ατόμων, των επιχειρήσεων, των φορέων και άλλων συμμετεχόντων ή ομάδων συμμετεχόντων. Κατ' αρχάς, τα δίκτυα περιγράφουν τη διαδικασία με την οποία οι συμμετέχοντες συνεργάζονται για την επίτευξη κάποιων κοινών στόχων στη βάση κάποιου κοινού οράματος. Αυτή η διαδικασία δεν είναι πάντοτε, κατά κανόνα, βασισμένη σε επίσημα συμβόλαια αλλά

και στην αμοιβαία εμπιστοσύνη με σκοπό το κέρδος. Έτσι, το κεντρικό ζήτημα στα δίκτυα είναι οι αλληλεπιδράσεις μεταξύ των συμμετεχόντων, οι οποίες διαφοροποιούν τα δίκτυα σε διαπροσωπικά (inter-personal), ενδοεπιχειρησιακά (intra-organizational) και διεπιχειρησιακά (inter-firm).

Τα *διαπροσωπικά* δίκτυα διακρίνονται για τις προσωπικές επαφές και οι σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των επιχειρηματιών, των διοικητών και των υπαλλήλων διαφορετικών επιχειρήσεων και οργανισμών σε μια περιφέρεια από τα επίσημα γεγονότα, τις ομάδες εργασίας, τα επιχειρηματικά κλαμπ κ.τ.λ. Ανάλογα με το βαθμό έντασης, οι σχέσεις αυτές χαρακτηρίζονται ως ισχυρές, χαλαρές ή και απύσες (Granovetter 1973) και αποτελούν διόδους ροής πληροφορίας αλλά και τη βάση για τη δημιουργία των διεπιχειρησιακών και των περιφερειακών δικτύων.

Τα *ενδοεπιχειρησιακά* δίκτυα αναφέρονται στις σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των υπαλλήλων στον ίδιο οργανισμό καθώς και στις επίσημες σχέσεις μεταξύ των προακτόρων, των επιχειρηματιών και των τμημάτων ενός οργανισμού.

Τα *διεπιχειρησιακά* (ή επιχειρηματικά) δίκτυα (business networks) ορίζονται ως ένα σύνολο επιχειρήσεων οι οποίες μέσα από τη συνεργασία και τη χρησιμοποίηση κάποιων κοινών πόρων αποβλέπουν στην επίτευξη κοινών στόχων όπως η αντιμετώπιση κοινών προβλημάτων, η συλλογική αποτελεσματικότητα και η εισαγωγή σε νέες αγορές (Ffocows-Williams 2000). Μεταξύ των μελών του δικτύου υπάρχει συνεργασία, μεγάλος βαθμός εξειδίκευσης, συμπληρωματικότητα, συμφωνία ως προς τον τρόπο συνεργασίας, και για οποιαδήποτε μελλοντική επέκταση πρέπει να υπάρχει η σύμφωνη γνώμη όλων των μελών του δικτύου. Έχουν διαφορετικό σχήμα και εξυπηρετούν διαφορετικούς στόχους. Είναι δομημένα, ανάλογα με τους στόχους που εξυπηρετούν, άλλοτε με επίσημο και άλλοτε με ανεπίσημο τρόπο. Ανάλογα με τη δραστηριότητά τους και τον τρόπο οργάνωσης και λειτουργίας τους, τα επιχειρηματικά δίκτυα διακρίνονται σε ανεπίσημα επιχειρηματικά δίκτυα (soft business networks) και επίσημα επιχειρηματικά δίκτυα (hard business networks).

Ως *ανεπίσημα* χαρακτηρίζονται τα δίκτυα που έχουν έμμεσους οικονομικούς στόχους, όπως η ανταλλαγή ιδεών και εμπειριών, τα εκπαιδευτικά προγράμματα κ.τ.λ. Τα δίκτυα της κατηγορίας αυτής είναι συνήθως εκπαιδευτικού περιεχομένου και περιλαμβάνουν ένα μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων. Είναι ανοικτά σε νέα μέλη και έχουν ελάχιστες απαιτήσεις από τα μέλη (συνήθως μια ετήσια συμβολική αμοιβή). Τα *επίσημα* (ή εμπορικά) δίκτυα περιλαμβάνουν τις στρατηγικές συμμαχίες, τις ομάδες εργασίας (projects), τα δίκτυα ΜΜΕ και joint ventures. Επιτρέπουν όλους τους τύπους συνεργασίας (παραδοσιακά συμβόλαια, μετοχές κ.τ.λ.). Στις μορφές αυτές συνεργασίας κυριαρχούν οι οριζόντιες και οι κάθετες σχέσεις (Maskell 2002).

Έτσι, από το συνδυασμό των επίσημων και των ανεπίσημων δικτύων προκύπτουν τα *περιφερειακά* δίκτυα (regional networks). Στα περιφερειακά δίκτυα, τα οποία υποστηρίζουν την απασχόληση και την προστασία του περιβάλλοντος, αναπτύσσεται συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων, των ενδιάμεσων οργανισμών (οικονομικών και εμπορικών οίκων, εμπορικών οργανισμών κ.τ.λ.), ερευνητικών και εκπαιδευτικών ινστιτούτων, δημοσίων υπηρεσιών και διαφόρων άλλων κοινωνικών ομάδων (Sprenger 2001). Κάποια τυπικά παραδείγματα περιφερειακών δικτύων είναι οι περιφερειακές πρωτοβουλίες συστάδων των επι-

χειρήσεων, οι περιφερειακές πρωτοβουλίες για την προστασία του περιβάλλοντος και την απασχόληση κ.ά. Τα περιφερειακά δίκτυα με τη μορφή συστάδων (clusters) σχηματίζονται υπό ειδικές συνθήκες από τα δίκτυα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

1.3. Δίκτυα μικρομεσαίων επιχειρήσεων (small-business-enterprise networks)

Η συμμετοχή των μικρών επιχειρήσεων σε δίκτυα θεωρείται στρατηγική για επιβίωση αλλά και εναλλακτικός τρόπος ανάπτυξης. Τα τελευταία χρόνια η ανάπτυξη της τεχνολογίας έχει συντελέσει σε μεγάλες αλλαγές στην οργανωτική δομή των επιχειρήσεων. Έτσι, από τις μεγάλες ολοκληρωμένες επιχειρήσεις, με την εμφάνιση των νέων τεχνολογιών και των αναγκών της αγοράς για γρήγορη και ευέλικτη παραγωγή, οδηγηθήκαμε στη δημιουργία ΜΜΕ. Το μέγεθος, η οργανωτική δομή και η έλλειψη γραφειοκρατίας στη λειτουργία τους επιτρέπεται να μπορούν να ανταποκριθούν στις συνεχώς μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς. Η υποδομή και η ευρεία ειδίκευση που διαθέτει το προσωπικό είναι συνθήκες οι οποίες ευνοούν και καθιστούν εύκολη την αναδιοργάνωση της επιχείρησης. Η ευρεία αυτή ειδίκευση τους δίνει την ικανότητα να κάνουν πραγματικότητα μια ιδέα. Έχουν επίσης την ικανότητα να επιλέγουν προμηθευτές και έτσι τους δίνεται η ευκαιρία για μεγαλύτερη και πιο ευρεία ενημέρωση σχετικά με τις νέες τεχνολογικές αλλαγές.

ΛΟΓΟΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΔΙΚΤΥΩΝ ΜΜΕ

Η μεταξύ τους αλληλεπίδραση, αλλά και ο ανταγωνισμός, η ανταλλαγή πληροφοριών και η κινητικότητα του προσωπικού οδήγησαν στη δημιουργία των δικτύων μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Έχει γίνει πλέον αντιληπτό ότι η επιβίωση μιας επιχείρησης εξαρτάται από τον κλάδο στον οποίο ανήκει και είναι στενά συνδεδεμένη με τις ανταγωνιστικές επιχειρήσεις. Οι πολλαπλές συνδέσεις των ΜΜΕ και κατά συνέπεια η δημιουργία δικτύου δεν οφείλεται μόνο στην προστασία από την εκμετάλλευση αλλά και στο συνεχή ανταγωνισμό. Ο ανταγωνισμός αυτός απαιτεί συνεχή καινοτομία στις μεθόδους παραγωγής και στα προϊόντα, και αυτό επιτυγχάνεται με τη βοήθεια και τη συγκατάβαση των εργαζομένων. Η ύπαρξη ενός δικτύου προμηθεύει τη συσσώρευση καινοτομίας, την ευελιξία σε ένα βιομηχανικό τομέα ή σε μια βιομηχανία, καθώς επίσης και τη βελτιστοποίηση επίλυσης προβλημάτων του τομέα αυτού.

Άλλοι λόγοι οι οποίοι στηρίζουν την ύπαρξη τέτοιου είδους δικτύων είναι η *εμπιστοσύνη* και η *συνεργασία* που αναπτύσσονται σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον και οφείλονται στα παρακάτω χαρακτηριστικά (Malerba 1993):

- Οι επιχειρήσεις που ανήκουν στον ίδιο κλάδο μοιράζονται και συζητούν πληροφορίες που αναφέρονται στην αγορά, στα κέρδη, στην τεχνολογία και στους μισθούς.

- Παρουσιάζουν αρκετές ομοιότητες στη διαδικασία παραγωγής και τις τεχνικές, που τους επιτρέπουν να καταλαβαίνει ο ένας τον άλλο και να κρίνει τη συμπεριφορά του.

- Έχουν αποκτήσει την εμπειρία να ζητούν και να δέχονται βοήθεια από εξωτερικές πηγές. Στην πραγματικότητα, δεν είναι ολοκληρωμένοι οργανισμοί και είναι αναγκασμένοι να δανείζονται και να ζητούν.

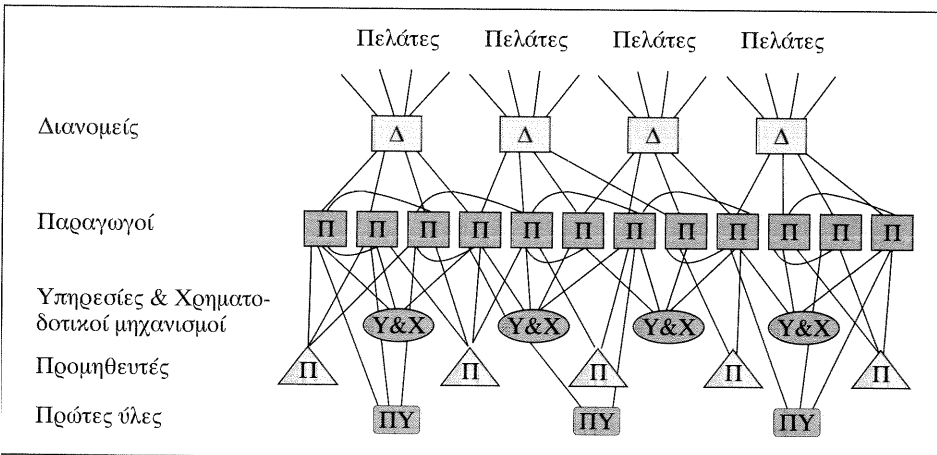
- Παρουσιάζουν λίγες διαφορές μεταξύ τους ως προς το μέγεθος, τη δύναμη και τη στρατηγική θέση.
- Οι μισθοί και τα κέρδη δεν έχουν μεγάλες διαφορές.

ΟΡΙΣΜΟΣ ΔΙΚΤΥΟΥ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Ως δίκτυο μικρομεσαίων επιχειρήσεων (Σχ. 1) ορίζονται οι συνδέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των ΜΜΕ και έχουν ως αποτέλεσμα την αύξηση των πελατών και των προμηθευτών (Perrow 1992: 457). Οι συνδέσεις αυτές έχουν περισσότερο την έννοια της επικοινωνίας και της εμπιστοσύνης. Ένας άλλος όρος που χρησιμοποιείται για τα δίκτυα των ΜΜΕ είναι industrial districts.

Στα δίκτυα αυτά των ΜΜΕ περιλαμβάνονται συνήθως μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες αλληλοεπηρεάζονται, μοιράζονται τις ίδιες πληροφορίες, εξοπλισμό, προσωπικό και παραγγελίες, παρόλο που ανταγωνίζονται μεταξύ τους. Συμπληρώνονται από έναν αριθμό μικρομεσαίων επιχειρήσεων που τους παρέχουν χρηματοοικονομικές υπηρεσίες (όπως τεχνική εκπαίδευση, έρευνα και ανάπτυξη, διοικητικές συμβουλές κ.τ.λ.). Υπάρχουν επίσης προμηθευτές εξοπλισμού και πρώτων υλών. Η προώθηση των προϊόντων μπορεί να γίνεται από τους ίδιους τους παραγωγούς ή από έναν αριθμό μικρών επιχειρήσεων. Επιπλέον, οι τοπικοί οργανισμοί, όπως οι τράπεζες, οι επαγγελματικές σχολές, η περιφερειακή πολιτική, οι χρηματοοικονομικοί πόροι, στηρίζουν σημαντικά τα δίκτυα των επιχειρήσεων, έτσι ώστε να μπορέσουν να αντεπεξέλθουν στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν.

Στη διεθνή βιβλιογραφία χρησιμοποιείται ο όρος βιομηχανικά δίκτυα (industrial districts) ή συστάδες επιχειρήσεων (clusters) και τις τελευταίες δεκαετίες έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον των κοινωνιολόγων (Porter 1990, Raines 2001). Αν και η άποψη η οποία επικρατεί στις περισσότερες χώρες σχετικά με τις ΜΜΕ, ότι δηλαδή χρησιμοποιούν ανθρώπινο δυναμικό χωρίς εξειδίκευση με χαμηλούς μισθούς και ότι υπάρχει έντονο το φαινόμενο της εκμετάλλευσης και της εξάρτησης, υποβαθμίζει το ρόλο των δικτύων τους, οι επιστήμονες παρατήρησαν ότι στη ΒΑ και Κεντρική Ιταλία σ' ένα μεγάλο αριθμό τομέων όπου κυριαρχούσαν οι ΜΜΕ, ομάδες επιχειρήσεων συγκεντρώθηκαν σε ορισμένες περιφέρειες όπου οι ειδικές και ιδιαίτερα ευνοϊκές συνθήκες που επικρατούσαν στις περιοχές αυτές εννόησαν την ταχεία ανάπτυξή τους, αύξησαν τις εξαγωγές και προσέφεραν νέες ευκαιρίες για ανάπτυξη (Russo 2002). Τέτοια παραδείγ-



Σχήμα 1.
Δίκτυα μικρομεσαίων επιχειρήσεων.
Πηγή: Perrow 1992: 455

ματα είναι το βιομηχανικό δίκτυο «Prato», που δραστηριοποιείται στον τομέα της κλωστοϋφαντουργίας στην περιφέρεια της Τοσκάνης στην Ιταλία, το «Cargi» στον τομέα των κεραμικών στην περιφέρεια Μόντενα της Ιταλίας κ.ά. Το παράδειγμα της Ιταλίας έδωσε το έναυσμα για έρευνα και σε άλλες περιφέρειες άλλων χωρών και επίσης προξένησε το ενδιαφέρον στους υπεύθυνους άσκησης πολιτικής, ειδικά στις αναπτυσσόμενες χώρες, με στόχο την προαγωγή των ΜΜΕ και την ενεργοποίηση της ικανότητας να γίνουν ανταγωνιστικές σε εθνικές και διεθνείς αγορές χωρίς να απαιτούν συνεχή κυβερνητική υποστήριξη.

1.4. Πρωτοβουλίες δικτύωσης

Τις τελευταίες δεκαετίες έχουν χρηματοδοτηθεί πολλά προγράμματα που αφορούν τη δικτύωση των επιχειρήσεων, τα οποία έχουν στόχους: την αύξηση της εξειδίκευσης των συμμετεχόντων, την ανάπτυξη εγκαταστάσεων, την αλλαγή της επιχειρηματικής συμπεριφοράς, την αύξηση των εξαγωγών μέσα από σχήματα συνεργασίας, τη σύνδεση ομοειδών επιχειρήσεων οι οποίες έχουν γεινίαση, τη δημιουργία δικτύων σε μια περιφέρεια με στόχο την αύξηση των εξαγωγών, και τη συνεργασία των μικρών με τις μεγάλες επιχειρήσεις. Το πρώτο επίσημο πρόγραμμα δικτύωσης ξεκίνησε στη Δανία το 1989 και προκάλεσε το διεθνές ενδιαφέρον. Στη συνέχεια οι Νορβηγοί προκάλεσαν τη δεύτερη γενιά παρέμβασης. Η τεχνογνωσία της δικτύωσης αποτέλεσε παράδειγμα και για άλλες χώρες, όπως οι Ισπανία, Πορτογαλία, Γαλλία, Αγγλία, Αυστραλία Αμερική, Καναδάς και Νέα Ζηλανδία, οι οποίες υποστήριξαν τέτοιου είδους πρωτοβουλίες για την υποστήριξη της επιχειρηματικής δικτύωσης (Ffocows-Williams 2000).

ΚΟΙΝΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΤΙΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Η ελάχιστη διάρκεια δραστηριοποίησής τους είναι η τριετία. Είναι το μικρότερο διάστημα το οποίο απαιτείται για την ενημέρωση των ΜΜΕ και για την προετοιμασία τους ώστε να κερδίσουν από τέτοιου είδους πρωτοβουλίες. Η εργασία σε πραγματικό πλαίσιο χρόνου για ένα σημαντικό πρόγραμμα δικτύου συνήθως απαιτεί μια συμφωνία 3-4 χρόνων. Η διαδικασία ολοκλήρωσής τους περιλαμβάνει τρία στάδια. Στο πρώτο στάδιο δίνεται προτεραιότητα σε ενέργειες που αποβλέπουν στον προσδιορισμό των επιχειρήσεων οι οποίες έχουν κοινούς στόχους ή κοινά στοιχεία, ώστε να τους φέρει σε επαφή και από κοινού να αναλάβουν την εκπόνηση μελέτης σκοπιμότητας ενός προτεινόμενου για χρηματοδότηση δικτύου. Το δεύτερο στάδιο περιλαμβάνει την ανάπτυξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου δράσης και, τέλος, την εφαρμογή του σχεδίου αυτού (Ffocows-Williams 2000, OECD 2000).

Τα έργα χρηματοδοτούνται από εθνικούς πόρους, το δε ποσοστό της επιχορήγησης ανέρχεται στο 50% του συνολικού προϋπολογισμού· συνήθως καλύπτονται τα έξοδα της μεσιτείας, οι δραστηριότητες έναρξης, οι εργασίες σκοπιμότητας κ.τ.λ. Συνήθως χρηματοδοτούνται κάποια πιλοτικά έργα πριν από την έναρξη των πρωτοβουλιών δικτύωσης.

Το σημαντικότερο στοιχείο στις πρωτοβουλίες δικτύωσης είναι η δημιουργία και η υιοθέτηση δικτύου μεσιτών. Οι ενέργειες οι οποίες απαιτούνται για το σχηματισμό του δεν είναι κερδοφόρες για την πλειονότητα των μεσιτών, ακόμα και με την επιχορήγηση. Εγκαθιστώντας δίκτυο μεσιτών, διευκολύνο-

νται οι ανταλλαγές μεταξύ των επιχειρήσεων, αυξάνεται η αποτελεσματικότητά και διατηρείται το κίνητρο για συνεργασία. Το 80% των δικτύων σχηματίζεται με τη βοήθεια του 20% των μεσιτών.

Οι περισσότερες χρηματοδοτήσεις αφορούν πρωτοβουλίες δικτύωσης στον αγροτικό τομέα και πολύ λίγες στον κατασκευαστικό τομέα και στις υπηρεσίες. Δίνεται προτεραιότητα στην *αύξηση της ανταγωνιστικότητας* των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, στην αλλαγή της επιχειρηματικής συμπεριφοράς και στην υιοθέτηση της ιδέας της συνεργασίας.

2. Περιφερειακή οικονομική ανάπτυξη

Σημαντικό στοιχείο στην κατανόηση της περιφερειακής οικονομίας αλλά και σύγχρονο εργαλείο στην άσκηση της περιφερειακής πολιτικής θεωρείται η δικτύωση των επιχειρήσεων. Είναι αποδεκτό ότι η παροχή βοήθειας από την Πολιτεία ή από τους περιφερειακούς οργανισμούς είναι αποτελεσματικότερη όταν απευθύνεται σε ομάδες επιχειρήσεων απ' ό,τι σε μεμονωμένες επιχειρήσεις. Τα περισσότερα προγράμματα ανάπτυξης απευθύνονται συνήθως σε μεμονωμένες επιχειρήσεις. Τελικά, με δεδομένο ότι οι δημόσιοι πόροι είναι περιορισμένοι, έγινε αντιληπτό ότι η δικτύωση των επιχειρήσεων, ως μέσο άσκησης πολιτικής, είναι ο αποδοτικότερος και ο αποτελεσματικότερος τρόπος διαχείρισης, των πόρων οι οποίοι είναι διαθέσιμοι, για την προαγωγή των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων μιας περιφέρειας, για την εφαρμογή προγραμμάτων, για την παροχή υπηρεσιών στη βιομηχανία και γενικότερα στην ενίσχυση της οικονομικής ανάπτυξης.

2.1. Η συμβολή των ΜΜΕ στην ανάπτυξη της περιφέρειας

Η σημασία των ΜΜΕ στην ανάπτυξη του ιστού της περιφέρειας είναι σημαντικός παράγοντας. Έτσι, οι ΜΜΕ, σε περιφερειακό επίπεδο, θα πρέπει να αναπτύξουν συνδέσεις μεταξύ τους και να συνεργάζονται με τα τοπικά πανεπιστήμια και τις συμβουλευτικές οικονομικές υπηρεσίες. Παίζουν δε σημαντικό ρόλο στη διαδικασία της καινοτομίας. Βέβαια, κάθε περιφέρεια έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, τα οποία έχουν ως αποτέλεσμα ένα μοντέλο καινοτομίας που λειτουργεί σε μια περιφέρεια ενδεχομένως να μη λειτουργεί σε μια άλλη. Επίσης, το τεχνολογικό κενό το οποίο υπάρχει μεταξύ των αναπτυγμένων και των λιγότερο αναπτυγμένων περιοχών της Ε.Ε. είναι σημαντικό (Cresson 1997). Προτεραιότητα στην Ευρώπη είναι η κάλυψη του κενού όσον αφορά την καινοτομία των περιφερειών μέσα από την υποστήριξη των ΜΜΕ. Έχει γίνει πλέον αποδεκτό πως τόσο οι μεγάλες όσο και οι μικρές επιχειρήσεις δεν συμβάλλουν σημαντικά στην τεχνολογική καινοτομία χωριστά, αλλά έχουν συμπληρωματικούς ρόλους και δέχονται αλληλεπιδράσεις (Rothwell & Dodgson 1991).

Οι περισσότερες ΜΜΕ έχουν αποκτήσει μεγάλη εμπειρία και εξειδίκευση στο αντικείμενο με το οποίο ασχολούνται, αλλά σχετικά μικρή στον τρόπο αναζήτησης πληροφορίας από το εξωτερικό περιβάλλον για τη λήψη αποφάσεων. Σε πολλές περιπτώσεις η αναζήτηση αυτή είναι ανύπαρκτη. Μόνο ένας μικρός αριθμός ΜΜΕ μπορεί να χρησιμοποιεί άμεσα τις παραδοσιακές υπηρεσίες πληροφοριών. Οι περισσότερες χρειάζονται κάποιες ειδικές υπηρεσίες, οι οποίες θα τους βοηθήσουν να καθορίσουν το πρόβλημα της πληροφορίας, να αναζητή-

σουν και να ερμηνεύσουν την πληροφορία αυτή. Η αναζήτηση της πληροφορίας είναι μια διαδικασία συνεχής και απαιτείται χρόνος και εμπειρία. Τα προβλήματα της πληροφορίας στις ΜΜΕ είναι πολύπλοκης υφής και απαιτούν πρόσβαση σε πολλές διαφορετικές πηγές (Pettersson 1982).

Η νέα πρόκληση για τις τοπικές αρχές είναι η δημιουργία ενός υποστηρικτικού περιβάλλοντος το οποίο θα παρέχει την απαιτούμενη υποδομή για την ανάπτυξη των ΜΜΕ, ώστε να αποκτήσουν την ικανότητα της εκμετάλλευσης των δυναμικών κερδών, να αντιμετωπίσουν το επιπρόσθετο κόστος ή και ακόμα τις απειλές από τις πιέσεις της παγκοσμιοποίησης. Στο πλαίσιο αυτό μια καλή πρακτική ή ένα εργαλείο ανάπτυξης για να επιβιώσουν οι εγχώριες ΜΜΕ στο διεθνές ανταγωνιστικό περιβάλλον είναι η λήψη πρωτοβουλιών με στόχο την ενθάρρυνση και τη διευκόλυνση της συνεργασίας μεταξύ των επιχειρήσεων και της δικτύωσης. Πρέπει επίσης να επισημάνουμε ότι η δικτύωση προσφέρει την ευκαιρία για μείωση του κόστους στις μικρές επιχειρήσεις με τη χρήση του outsourcing, αφού τους δίνεται η δυνατότητα να επικεντρωθούν σε δραστηριότητες όπου η ευελιξία που τους προσφέρει το μικρό μέγεθος έτσι ώστε να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (OECD 2000b).

Η Ε.Ε., στην προσπάθεια υποστήριξης των ΜΜΕ σε μειονεκτικές περιφέρειες, στην ευρωπαϊκή και διεθνή εξάπλωση των ΜΜΕ έχει θεσπίσει μια σειρά μέτρων και προγραμμάτων τα οποία αποσκοπούν στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας, στην καλύτερη πρόσβαση στην έρευνα, στην υιοθέτηση νέων ιδεών και τεχνικών. Κυρίως υποστηρίζει την ανάπτυξη των ΜΜΕ μέσω της παροχής καλύτερων υπηρεσιών πληροφόρησης και της ανάπτυξης συνεργασίας μεταξύ τους, με τη δημιουργία των παρακάτω δικτύων (COM97):

- το δίκτυο των Ευρωπαϊκών Κέντρων Πληροφοριών (Euro Info Centres, EIC)
- τα δίκτυα διυπηρεσιακής συνεργασίας BC-NET και BRE
- τα δίκτυα αναζήτησης εταιρών και ειδικά προγράμματα μεταξύ των επιχειρήσεων (EUROPARTENARIAT & INTERPRISE)
- τα Ευρωπαϊκά Κέντρα Επιχειρήσεων και Καινοτομίας (EKEK)
- το δίκτυο Κέντρων Αναδιανομής (Innovation Relay Centres).

2.2. Περιφερειακή πολιτική και δίκτυα

Σύμφωνα με τον Myrdal, οι δυνάμεις της αγοράς, δηλαδή ο μηχανισμός των τιμών, κατά κανόνα δεν οδηγούν στην εξίσωση της ανάπτυξης μεταξύ των γεωγραφικών περιοχών, αλλά, αντίθετα, οδηγούν στην ανισότητα. Οδηγούν στη συγκέντρωση της βιομηχανικής, εμπορικής, τραπεζικής, ασφαλιστικής, εφοπλιστικής και κάθε άλλης δραστηριότητας σε ορισμένες περιοχές, με συνέπεια την ταυτόχρονη τάση συγκέντρωσης των επιστημών, της τέχνης, της παιδείας σε αυτές τις περιοχές, ενώ η υπόλοιπη χώρα παραμένει καθυστερημένη. Ποιοι παράγοντες οδηγούν στην τάση αυτή; Η απάντηση είναι ότι πολλοί παράγοντες, τυχαίοι ή όχι, οδηγούν στη συγκέντρωση της οικονομικής δραστηριότητας σε συγκεκριμένη περιοχή. Μόλις σημειωθεί αυτή η συγκέντρωση, οι δυνάμεις της αγοράς οδηγούν σε περαιτέρω προσέλκυση οικονομικών πόρων στη περιοχή αυτή σε βάρος των λοιπών γεωγραφικών διαμερισμάτων. Πράγματι, εκεί που αναπτύσσεται μια δυναμική αγορά δημιουργούνται εξωτερικές οικονομίες, με αποτέλεσμα να προσελκύεται εργασία και κεφάλαιο. Με την προσέλκυση εργασίας, κεφαλαίου και επιχειρηματιών εκδηλώνεται η γνωστή σωρευτικού χαρακτήρα

διαδικασία που οδηγεί στην οικονομική ανάπτυξη της συγκεκριμένης περιοχής, στη στασιμότητα δε ή και την πτώση των άλλων περιοχών (Myrdal 1957).

Οι ανεπτυγμένες περιφέρειες είναι προικισμένες με ενεργά διαλογικά δίκτυα μάθησης τα οποία συμβάλλουν στην περαιτέρω ανάπτυξή τους. Αυτό βέβαια δεν σημαίνει ότι και στις λιγότερο ευνοημένες περιφέρειες δεν υπάρχουν δίκτυα, αλλά συνήθως κυριαρχούν τα κάθετα δίκτυα σε αντίθεση με οριζόντια δίκτυα. Τα κάθετα δίκτυα είναι λιγότερο χρήσιμα από τα οριζόντια στη λύση του διλήμματος της συλλογικής δράσης και στην προαγωγή της τοπικής γνώσης. Ανεξάρτητα από την πυκνότητα και τη σπουδαιότητα που έχουν για τους συμμετέχοντες σε αυτά, δεν συντηρούν κοινωνική εμπιστοσύνη και συνεργασία. Μέσα από την οριζόντια συνεργασία οι επιχειρήσεις μπορούν να επιτύχουν συλλογικά οικονομίες κλίμακας, όγκο αγοράς εισροών, βέλτιστη κλίμακα στη χρήση του εξοπλισμού και να συγκεντρώσουν τις παραγωγικές ικανότητες για την ικανοποίηση μεγάλης κλίμακας παραγγελιών. Μια συνεργασιακή προσέγγιση η οποία θα διευκολύνει τις κάθετες και τις οριζόντιες συνδέσεις αναδύεται ως τάση για την υποστήριξη των συνδέσεων για τη διευκόλυνση της μικρής κλίμακας ανάπτυξη σε επίπεδο τομέα (Cook 2000).

Ως οικονομικός και κοινωνικός θεσμός, τα δίκτυα προάγουν την αλληλεπίδραση μεταξύ των επιχειρήσεων και τη συλλογική μάθηση στις περιφέρειες. Ένας από τους σημαντικότερους μηχανισμούς οι οποίοι λειτουργούν ως υποστηρικτές για τη διευκόλυνση των διεπιχειρησιακών συνδέσεων και των δικτύων είναι ο ρόλος της περιφέρειας, και ιδιαίτερα οι τοπικοί υποστηρικτικοί οργανισμοί όπως οι ιδιωτικοί πράκτορες, οι ιδιωτικοί εμπορικοί οργανισμοί κ.τ.λ. Στο σχεδιασμό πολιτικής για τη στήριξη των ΜΜΕ, οι φορείς χάραξης πολιτικής θα πρέπει να έχουν επιχειρηματικό χαρακτήρα ανταποκρινόμενοι ευέλικτα στις διαφορετικές ανάγκες των τοπικών περιβαλλόντων (Asian Development Bank 2001). Σε πολλές περιφέρειες όπου η πολιτική έχει ως στόχο την ενθάρρυνση των δραστηριοτήτων μεταξύ των επιχειρήσεων, ειδικά των ΜΜΕ, είναι δύσκολη η συνεργασία μεταξύ του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα (Malecki & Tootle 1996). Επίσης είναι αποδοτικότερη και αποτελεσματικότερη η παροχή βοήθειας και η εφαρμογή μέτρων ανάπτυξης σε μια ομάδα ομοειδών επιχειρήσεων από ό,τι σε μεμονωμένες επιχειρήσεις.

Οι τηλεπικοινωνίες παρέχουν σημαντικές ευκαιρίες για δικτύωση μεταξύ των επιχειρήσεων. Η αποτελεσματική επικοινωνία είναι ζωτικής σημασίας αν οι επιχειρήσεις οποιουδήποτε μεγέθους, μεγάλες εταιρείες, καθώς και μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, συμμετέχουν από κοινού σε εμπειρίες. Ένας από τους τρόπους με τον οποίο οι ΜΜΕ μπορούν να απαλλαγούν από τον ανταγωνισμό είναι η αύξηση της συνεργασίας μεταξύ των επιχειρήσεων. Η τεχνολογία των πληροφοριών και οι τηλεπικοινωνίες μπορούν να παρέχουν βοήθεια στην επικοινωνία και την επιχειρηματική διαδικασία με μια ποικιλία τρόπων, που αρχίζουν από την υιοθεσία απλών εφαρμογών, όπως οι συσκευές φαξ ή τα λογισμικά πακέτα επεξεργασίας κειμένου και λογιστικής, εκτείνονται δε σε περισσότερο τελειοποιημένα μέσα επικοινωνίας, όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και τα τηλέφωνα με παροχή εικόνας, την πλήρη ηλεκτρονική ανταλλαγή πληροφοριών και αντίστοιχες πληρωμές (ηλεκτρονική μεταβίβαση κεφαλαίων).

Μια ριζικά νέα περιφερειακή πολιτική αναδύεται στην Ε.Ε., όπου θα έχει τη χροιά της συλλογικής μάθησης και της καινοτομίας και όχι την παροχή βασικής υποδομής (Hederson & Morgan 2001). Στη νέα αυτή περιφερειακή πολιτική οι προσπάθειες θα είναι προσανατολισμένες στη δόμηση κοινωνικού κεφα-

λαίου, και με αυτό εννοούμε μια σχεσιακή υποδομή για συλλογική δράση στηριζόμενη στην εμπιστοσύνη, την αμοιβαιότητα και τη συνεργασία για την επίτευξη αμοιβαίων κερδών. Εν συντομία, αυτό συνιστά μια μορφή περιφερειακού πειραματισμού που έχει ως σκοπό τη δημιουργία μηχανισμών και δομών μέσα από τους οποίους οι τοπικοί πράκτορες θα αρχίσουν να αναπτύσσουν νέες και πρακτικές συζητήσεις για λύσεις σε κοινά προβλήματα.

2.3. Το περιφερειακό πρόβλημα στην Ελλάδα

Το κύριο χαρακτηριστικό του περιφερειακού προβλήματος της Ελλάδας (Κόνσολας και συν. 1993) οφείλεται αρχικά στη μεγάλη συγκέντρωση του πληθυσμού, εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού, οικονομικών δραστηριοτήτων και υποδομών στα δύο μεγάλα αστικά κέντρα, της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης. Επίσης, παρατηρείται συγκέντρωση μεσαίου μεγέθους βιομηχανικών δραστηριοτήτων και εξωτερικού εμπορίου στα τέσσερα άλλα σημαντικά κέντρα, της Πάτρας, του Ηρακλείου, της Λάρισας και του Βόλου. Η συγκέντρωση του πληθυσμού στα παραπάνω αστικά κέντρα σημαίνει και έλλειψη εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού και οικονομικών δραστηριοτήτων στις άλλες περιοχές της χώρας, που έχει ως αποτέλεσμα την καθυστέρηση της ανάπτυξής τους, ακόμα και στους τομείς υποδομής.

Παρά τις προσπάθειες που καταβάλλονται από την Πολιτεία και τους περιφερειακούς οργανισμούς για τη χωρική διασπορά των οικονομικών δραστηριοτήτων, παρατηρείται μια τάση συγκέντρωσης, ιδίως των καινοτομικών και αυτών που αφορούν υψηλή τεχνολογία, σε μεγάλα αστικά κέντρα. Οι λόγοι που ευνοούν τη συγκέντρωση αναφέρονται εκτενώς στο Malecki & Nijkamp 1996. Είναι ευρέως αποδεκτή η άποψη ότι οι μητροπολιτικές περιοχές ικανοποιούν όλες τις χωροθετικές προϋποθέσεις, όπως η διαθεσιμότητα εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού και ινστιτούτων έρευνας, η κρατική υποστήριξη των δραστηριοτήτων έρευνας, η κτηριακή υποδομή και το κατάλληλο επιχειρηματικό περιβάλλον για την προσέλκυση των καινοτομικών επιχειρήσεων, αν και τελευταία έχουν παρατηρηθεί στις περιοχές αυτές φαινόμενα συμφόρησης. Στις περιπτώσεις συμφόρησης χρησιμοποιούνται ως χώρος εγκατάστασης οι περιοχές γύρω από τη μητροπολιτική περιοχή.

Στο τέλος της δεκαετίας του '50 παρατηρείται ανομοιογένεια στην ανάπτυξη των περιφερειών της χώρας. Στην όξυνση του προβλήματος αυτού βοήθησε και η έλλειψη της κατάλληλης αναπτυξιακής και περιφερειακής πολιτικής. Η προσπάθεια για ολοκληρωμένο περιφερειακό πρόβλημα άρχισε για πρώτη φορά στην Ελλάδα στα τέλη της δεκαετίας του '50 και στις αρχές της δεκαετίας του '60. Στο πλαίσιο της προσπάθειας αυτής ιδρύθηκε το ΚΕΠΕ και 12 Υπηρεσίες Περιφερειακής Ανάπτυξης (Βαΐου-Χατζημιχάλη & Χατζημιχάλης 1979). Ήδη από τις αρχές της δεκαετίας του '60 άρχισαν να καταρτίζονται τα πρώτα προγράμματα ανάπτυξης, χωρίς όμως να προχωρήσει και η ουσιαστική εφαρμογή τους. Την περίοδο 1975-1979 δίνεται έμφαση στην παροχή κινήτρων για την ανάπτυξη των παραμεθόριων περιοχών, καθιερώνεται η ενίσχυση των επιχειρήσεων, ανάλογα με τον κλάδο στον οποίο ανήκουν, χρησιμοποιούνται ευρύτερα τα πιστωτικά κίνητρα και ενισχύονται τα ειδικά προγράμματα και τα προγράμματα υποδομής. Το 1980 άρχισε η προσπάθεια συντονισμού της ελληνικής περιφερειακής πολιτικής με την περιφερειακή πολιτική της ΕΟΚ, με κορύφωση την ψήφιση του νόμου 1116/81, που κύριο χαρακτηριστικό του είναι η αυξημέ-

νη διαφάνεια με την καθιέρωση των επιδοτήσεων, την εκπόνηση του πρώτου ειδικού «Προγράμματος Περιφερειακής Ανάπτυξης 1981-1985» και την είσπραξη των πρώτων ενισχύσεων από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και των πρώτων δανείων από την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (Κλωνής 1998).

Ακολουθεί η ψήφιση του νόμου 1262/82, ο οποίος ενισχύει τις αποκεντρωτικές διαδικασίες, και η κατάρτιση του «Πενταετούς Προγράμματος 1983-1987». Το Πρόγραμμα αυτό καθιερώνει τις αρχές του δημοκρατικού προγραμματισμού και επισημαίνει τα προβλήματα και τις δυνατότητες ανάπτυξης όλων των νομών της χώρας. Η τελευταία περίοδος του περιφερειακού προγραμματισμού στην Ελλάδα αρχίζει με την εφαρμογή των Μεσογειακών Ολοκληρωμένων Προγραμμάτων (1985-1990) και των δύο Κοινοτικών Πλαισίων Στήριξης (1989-1993 και 1994-1999), με τα οποία σηματοδοτείται η οριστική ένταξη της ελληνικής περιφερειακής πολιτικής στις διαδικασίες της περιφερειακής πολιτικής της Κοινότητας.

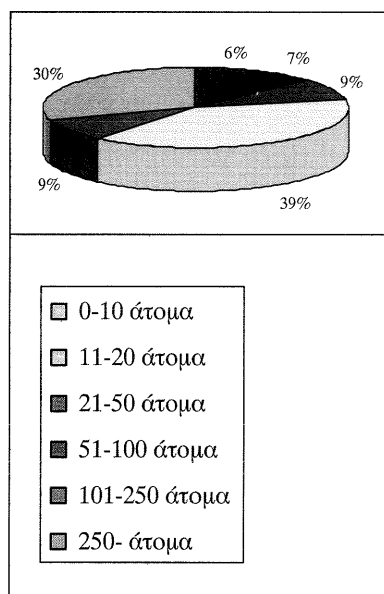
Τη δεκαετία του '80 παρατηρείται έντονα το φαινόμενο της διάχυσης της καινοτομίας στις περιφέρειες, μέσα από τη δημιουργία τεχνολόγων και τη χρήση προηγμένων συστημάτων τηλεπικοινωνιών. Τη δεκαετία του '90 η περιφερειακή πολιτική ακολουθεί μια πιο πολύπλοκη στρατηγική (Κόνσολας 1995), που «κύριο συστατικό της είναι η ανάδειξη δυνάμεων συνεργασίας ανάμεσα στους παράγοντες που προωθούν την αναπτυξιακή διαδικασία, η οργάνωση δικτύων θεσμικής, κλαδικής και χωρικής μορφής και η συγκρότηση ολοκληρωμένων πακέτων στρατηγικών σχεδίων, που εξυπηρετούν μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα αναπτυξιακά σενάρια». Στην Ε.Ε. οι Περιφερειακές Στρατηγικές Καινοτομίας (RIS) αποτελούν το πλαίσιο μιας μεγάλης προσπάθειας για την προώθηση της καινοτομίας. Η προσπάθεια αυτή, που ξεκίνησε το 1995, καθώς και τα διαπεριφερειακά προγράμματα καινοτομίας (TRIPS) αντιμετωπίζουν την καινοτομία ως περιβαλλοντική συνθήκη. Θεωρούν ότι η καινοτομία απορρέει από ένα περιβάλλον μέσα στο οποίο συντίθενται παράγοντες και μηχανισμοί που επιτρέπουν τη μετατροπή επιστημονικών γνώσεων σε προϊόντα και υπηρεσίες (Κομνηνός και συν. 2001).

Η περιφερειακή πολιτική αποτελεί βασική ευρωπαϊκή στρατηγική και μία από τις πλέον σημαντικές προτεραιότητες για την ανάπτυξη των ευρωπαϊκών χωρών. Η σπουδαιότητα και η συμβολή των ΜΜΕ στη χάραξη της περιφερειακής πολιτικής έχει εντοπιστεί και αναλυθεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η οποία έχει θεσπίσει ένα σημαντικό αριθμό υποστηρικτικών δράσεων. Οι ενέργειες της Ε.Ε. υποδεικνύουν την ανάλυση της διάρθρωσης των ελληνικών ΜΜΕ καθώς επίσης και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους, που παρουσιάζεται στην επόμενη ενότητα.

3. Ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις

3.1. Παρουσίαση της διάρθρωσης των ελληνικών ΜΜΕ

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία του μητρικού επιχειρήσεων της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας (ΕΣΥΕ), κατά το 1994 στην Ελλάδα λειτουργούν συνολικά 469.015 επιχειρήσεις. Από τις επιχειρήσεις αυτές οι 458.463 απασχολούν προσωπικό από 0-10 άτομα, οι 5.302 απασχολούν από 11-20 άτομα, οι 3.321



Σχήμα 2.
Ποσοστιαία κατανομή
της απασχόλησης
στην Ελλάδα
κατά μέγεθος
επιχειρήσεων (1994)
Πηγή: ΕΣΥΕ,
Μητρώο Επιχειρήσεων 1994

απασχολούν από 21-50 άτομα, οι 975 απασχολούν από 51-100 άτομα, οι 617 απασχολούν από 101-250 άτομα και οι 337 απασχολούν πάνω από 250 άτομα.

Όπως βλέπουμε από το Σχ. 2, σε σύνολο 1.099.400 εργαζόμενων στις ελληνικές επιχειρήσεις, το 39% (422.446) εργάζεται σε επιχειρήσεις που απασχολούν από 0-10 άτομα, το 7% (76.838) σε επιχειρήσεις που απασχολούν από 11-20 άτομα, το 9% (103.496) σε επιχειρήσεις που απασχολούν από 21-50 άτομα, το 6% (68.105) σε επιχειρήσεις που απασχολούν από 51-100 άτομα, το 9% (94.247) σε επιχειρήσεις που απασχολούν από 101-250 άτομα, και το 30% (334.273) σε επιχειρήσεις που απασχολούν πάνω από 250 άτομα.

Στο Σχ. 3 παρουσιάζεται η κατανομή των ελληνικών επιχειρήσεων στις περιφέρειες. Η χωρική κατανομή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων ακολουθεί την αντίστοιχη κατανομή του πληθυσμού. Το υψηλότερο ποσοστό (37%) συγκεντρώνεται στην περιφέρεια της Αττικής και ακολουθούν η περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας (15%), οι περιφέρειες της Θεσσαλίας, της Πελοποννήσου και της Κρήτης με ποσοστό (6%). Το μικρότερο ποσοστό συμμετοχής παρουσιάζουν οι περιφέρειες του Β. Αιγαίου, του Ν. Αιγαίου, τα Ιόνια Νησιά και η Ήπειρος.

Στον Πίν. 1 παρουσιάζονται ο αριθμός των επιχειρήσεων και ο κύκλος εργασιών ανά περιφέρεια.

Από την επεξεργασία των παραπάνω στοιχείων προκύπτουν τα εξής:

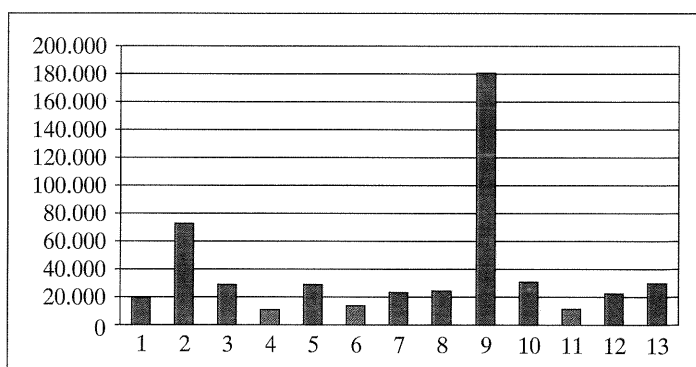
– Το 98% των ελληνικών επιχειρήσεων είναι οι μικρές επιχειρήσεις που απασχολούν από 0-10 άτομα.

– Από την αντιστοιχία του αριθμού των επιχειρήσεων αυτών (458.463) με τον αριθμό των εργαζομένων σε αυτές (422.446), ένας μεγάλος αριθμός είναι μικρές επιχειρήσεις οικογενειακής μορφής.

– Παρατηρείται μεγάλη συγκέντρωση (ποσοστό 53%) στις δύο μεγάλες αστικές περιφέρειες της χώρας: την Αττική και την Κεντρική Μακεδονία.

Επίσης, από τα λεπτομερή στοιχεία που περιέχονται «για την έρευνα στην Ελλάδα κατά το 1993», Εκδόσεις της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας, επιβεβαιώνεται η υπερσυγκέντρωση του ερευνητικού δυναμικού 70,28% και το 71,64% της απασχόλησής τους στις δύο περιφέρειες, της Αττικής και της Κεντρικής Μακεδονίας. Σημειώνεται δε ότι ο αριθμός των ερευνητών, των τεχνικών και το προσωπικό υποστήριξης, που ασχολείται με τις δραστηριότητες της έρευνας τόσο στον ιδιωτικό όσο και στο δημόσιο τομέα, είναι πολύ περιορισμένος, αφού κατά το 1993 απασχολήθηκαν στην έρευνα σε όλη την επικράτεια 30.545 άτομα που αφιέρωσαν σε αυτήν 14.549 ανθρωποέτη. Ο αριθμός των ιδιωτικών επιχειρήσεων που ασχολήθηκαν με έρευνα κατά το έτος 1991 και 1993 ανέρχονται στις 272 και 317 αντίστοιχα.

Σχήμα 3.
Ποσοστιαία κατανομή
των επιχειρήσεων
ανά περιφέρεια (1994)
Πηγή: ΕΣΥΕ,
Μητρώο
Επιχειρήσεων 1994



Πίνακας 1.
Αριθμός επιχειρήσεων και κύκλος εργασιών ανά περιφέρεια

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ	18.529	787.512
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	70.960	3.801.584
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	27.477	902.797
ΗΠΕΙΡΟΣ	8.712	488.776
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	27.527	1.005.793
ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	12.103	324.791
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	20.956	728.750
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	22.148	704.052
ΑΤΤΙΚΗ	178.989	21.560.280
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	27.645	815.397
ΝΗΣΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	8.685	227.388
ΝΗΣΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	19.081	559.159
ΚΡΗΤΗ	26.586	1.056.764

Πηγή: ΕΣΥΕ, Μητρώο Επιχειρήσεων 1994

Το 1993 στην Αττική η απορρόφηση της Κρατικής Δημόσιας Δαπάνης για Επιστημονική και Τεχνολογική Έρευνα (ΚΔΕΤΕ) ανέρχεται στο 48,61%, στην Κεντρική Μακεδονία στο 19,86%, στην Κρήτη στο 11,50% και στη Δυτική Ελλάδα στο 7,8%. Όλες οι άλλες περιφέρειες μαζί απορρόφησαν το υπόλοιπο 12,21%. Τα αίτια επικεντρώνονται στο γεγονός της εγκατάστασης του συνόλου σχεδόν των κρατικών ερευνητικών κέντρων και των μεγαλύτερων πανεπιστημίων της χώρας στις τέσσερις αυτές περιφέρειες.

3.2. Χαρακτηριστικά των ελληνικών ΜΜΕ και ο ρόλος των δικτύων

Το 98% των ελληνικών επιχειρήσεων είναι ατομικές επιχειρήσεις, οι οποίες απασχολούν λιγότερους από 10 εργαζόμενους και αντιμετωπίζουν μια σειρά προβλημάτων που αφορούν την εσωτερική λειτουργία τους, καθώς και την επικοινωνία και τη σύνδεσή τους με το εξωτερικό περιβάλλον. Η χώρα μας βρίσκεται ακόμη σημαντικά πίσω από τις άλλες χώρες της Ε.Ε. σε ό,τι αφορά τη χρήση Η/Υ και Internet για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις. Αντιθέτως, ικανοποιητική είναι η χρήση των ΤΠΕ στις μεγαλύτερες των 11 ατόμων ΜΜΕ, όπου υπάρχει σύγκλιση με τις υπόλοιπες χώρες της Ε.Ε. Ως σημαντικότερο πρόβλημα για την εισαγωγή νέων τεχνολογιών αναδείχθηκε το πρόβλημα της έλλειψης γνώσεων και προσαρμογής (Καρούνος & Γουσίου 2002).

Τα προβλήματα τα οποία αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ, όπως η χαμηλή ποιότητα στο τελικό προϊόν, το υψηλό κόστος παραγωγής, η έλλειψη πληροφόρησης, είναι γνωστά στις πολιτικές και επιστημονικές συζητήσεις. Δεν εφαρμόζουν σύγχρονες μορφές οργάνωσης των διοικητικών, οικονομικών και παραγωγικών διαδικασιών και εμφανίζουν δυσκολία στην ανανέωση και τον εκσυγχρονισμό του παραγωγικού εξοπλισμού τους. Επίσης, υπάρχουν προβλήματα στη διακίνηση των προϊόντων λόγω της έλλειψης οργανωμένων δικτύων προώθησης των προϊόντων των ΜΜΕ κυρίως στο εξωτερικό (SEC 2001).

Πολλές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν σήμερα προβλήματα στην εξεύρεση συνεργατών σε ειδικότητες αιχμής. Υπάρχουν θέσεις που δεν μπορούν να κα-

λυφθούν διότι υπάρχει έλλειμμα σε ειδικευμένο προσωπικό, ενώ παράλληλα η ανεργία αυξάνεται. Αυτό το έλλειμμα προκαλεί δυσλειτουργία στην αγορά εργασίας, στέκεται εμπόδιο στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων και στην αύξηση της απασχόλησης (ΣΕΒ 2001).

Οι ΜΜΕ (ανάλογα με τη χώρα) συνήθως αντιμετωπίζουν προβλήματα χρηματοδότησης και αδυναμία στον τρόπο διοίκησης, αφού τις περισσότερες φορές ο επιχειρηματίας είναι υπεύθυνος για όλες τις διοικητικές λειτουργίες. Υπάρχει μεγαλύτερη δυσκολία και κόστος στην πρόσβαση της πληροφορίας και της τεχνογνωσίας απ' ό,τι στις μεγάλες επιχειρήσεις. Οι ΜΜΕ είναι απρόθυμες να ζητήσουν βοήθεια ή συμβουλή. Είναι γενικώς λιγότερο ανοικτές στη συνεργασία (Rothwel 1991). Ένας από τους πρωταρχικούς στόχους της περιφερειακής πολιτικής είναι η μείωση του «κενού συνοχής» μεταξύ των περιφερειών. Σήμερα οι οικονομικοί αναλυτές επιβεβαιώνουν ότι το διαπεριφερειακό «κενό στην καινοτομία, την έρευνα και την τεχνολογία» είναι μεγαλύτερο απ' ό,τι το «κενό συνοχής».

Η κατανομή της χρήσης των νέων τεχνολογιών έχει καθοριστική επίδραση και στην ανύψωση του βιοτικού επιπέδου της περιφέρειας. Εδώ πρέπει να τονίσουμε ότι ο «πλούτος των κρατών (περιφερειών)» καθορίζεται πλέον από τον πλούτο των πληροφοριών που τα κράτη (οι περιφέρειες) έχουν στη διάθεσή τους. Η ελεύθερη πρόσβαση σε πληροφοριακά δίκτυα που εμπεριέχουν «γνώση» είναι ζωτικής σημασίας για την ομοιόμορφη ανάπτυξη ενός κράτους (περιφέρειας) ή μιας γενικότερης οικονομίας, όπως είναι η ευρωπαϊκή (Σαουνάκη-Δρακάκη & Τασόπουλος 1993).

Επιπλέον, παρατηρείται μεγάλη διασπορά των ΜΜΕ που οφείλεται στα γεωγραφικά εμπόδια. Ένα ποσοστό των επιχειρήσεων αυτών, κυρίως στον τομέα της επεξεργασίας των γεωργικών και κτηνοτροφικών προϊόντων, αλλά και παροχής υπηρεσιών, είναι εγκατεστημένες σε μειονεκτικές περιφέρειες της χώρας, οι οποίες είναι αποκομμένες, όπως τα νησιά, οι ορεινές και παραμεθόριες περιοχές. Οι περιφέρειες αυτές έχουν ανεπαρκή βασική υποδομή, κυρίως στον τομέα των μεταφορών. Η μεγάλη απόσταση από τα σημαντικότερα βιομηχανικά κέντρα της Ε.Ε. και τα κέντρα πληροφόρησης οδηγούν στην έλλειψη σύγχρονης πληροφόρησης για τη βέλτιστη λήψη αποφάσεων.

Οι ΜΜΕ οι οποίες δραστηριοποιούνται στον αγροτικό τομέα είναι σχεδόν απομονωμένες από τις πηγές πληροφόρησης, την τεχνολογία και τους άλλους κατασκευαστές, με αποτέλεσμα να έχουν λιγότερες ευκαιρίες ανάπτυξης. Η εφαρμογή της πολιτικής για την ανάπτυξη της αγροτικής οικονομίας αφενός είναι πολύπλευρη και σύνθετη, αφετέρου πρέπει να έχει κοινωνική διάσταση και να καλύπτει τις ανάγκες κάθε περιφέρειας ή περιοχής οι οποίες συνήθως παρουσιάζουν ιδιαιτερότητες. Τα δίκτυα είναι σημαντικό εργαλείο για την υπερνίκηση όλων των δυσκολιών που εμποδίζουν την ανάπτυξη των μικρών επιχειρήσεων στις αγροτικές περιοχές. Μέσα από τη συνεργασία έχουν τη δυνατότητα να ανταλλάξουν πληροφορίες, να πάρουν συμβουλές σε κοινά προβλήματα, να έχουν στη διάθεσή τους δεδομένα τα οποία βοηθούν στη λήψη των αποφάσεων για τυχόν επενδύσεις και να ενημερωθούν για τις νέες επιχειρηματικές μεθόδους. Ο σχηματισμός ανεπίσημων δικτύων δίνει την ευκαιρία στις αγροτικές περιοχές να παρακάμψουν τα εμπόδια της απόστασης και να γνωρίσουν ο ένας τον άλλον (Rosenfeld 2001).

Τα δίκτυα είναι βασικό εργαλείο για την ανάπτυξη της περιφερειακής πολιτικής, αφού δίνουν τη δυνατότητα σύνδεσης γεωγραφικά απομακρυσμένων περιοχών και εξασφαλίζουν με ακρίβεια την ανταλλαγή πληροφοριών και την

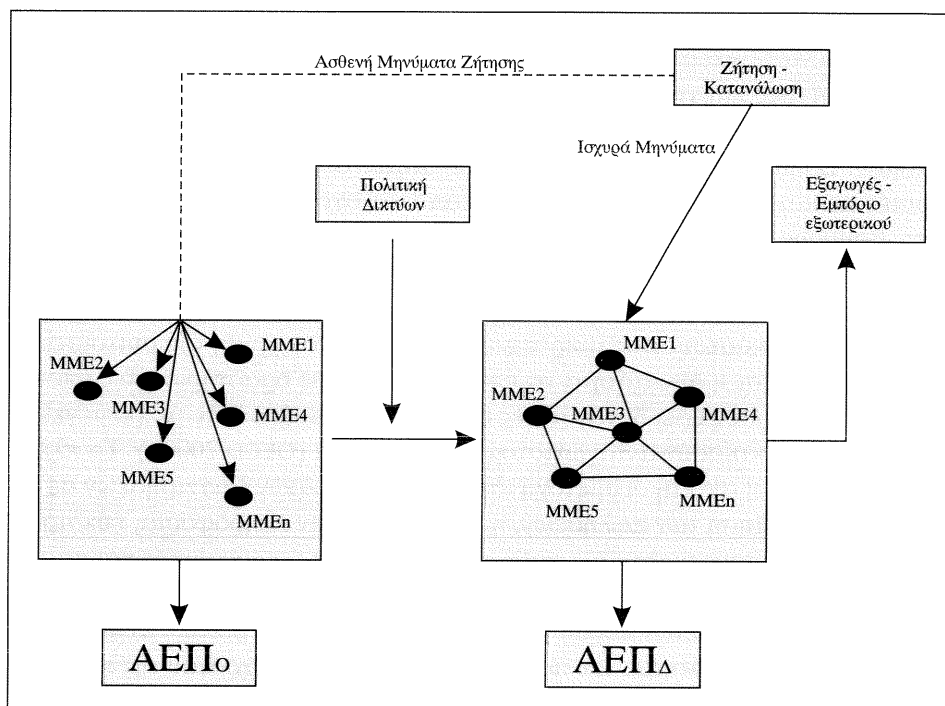
επανατροφοδότηση της τεχνογνωσίας σε σύντομο χρονικό διάστημα. Επίσης, δίνουν τη δυνατότητα σε κοινότητες με χαμηλό δείκτη ανάπτυξης να αναπτύξουν την περιοχή τους και να συνδέσουν τις οικονομικές τους δραστηριότητες με τις κεντρικές περιοχές. Βελτιώνουν την αποτελεσματικότητα της διαδικασίας σχεδιασμού. Βοηθούν τις περιφερειακές κοινότητες στη διασύνδεσή τους με κεντρικές περιοχές. Παρέχουν υπηρεσίες από κατόχους τεχνογνωσίας σε χρήστες. Βοηθούν την αποκεντρωμένη εργασία σε περιφερειακό-τοπικό επίπεδο. Τέλος, διευκολύνουν την ανάπτυξη βιομηχανικών σχεδιασμών.

Πρέπει επίσης να επισημάνουμε ότι η δικτύωση προσφέρει την ευκαιρία για μείωση του κόστους στις μικρές επιχειρήσεις με τη χρήση του outsourcing, αφού τους δίνεται η δυνατότητα να επικεντρωθούν σε δραστηριότητες όπου η ευελιξία τους προσφέρει δυνατότητες ικανές να ξεπεράσουν το μικρό μέγεθος και έτσι να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (OECD 2000b). Τα πλέον σημαντικά οφέλη από τη συμμετοχή ιδιαίτερα των μικρών επιχειρήσεων σε δίκτυα είναι η αύξηση των πωλήσεων, η πρόσβαση στην πληροφορία, ευκαιρίες για μάθηση από τους ομότιμους, καθώς και αύξηση της οικονομικής και πολιτικής εξουσιοδότησης. Επίσης, προσδίδουν δύναμη η οποία προέρχεται από τον έλεγχο των επιπρόσθετων πόρων που είναι διαθέσιμοι στο δίκτυο. Συμβάλλουν στην αύξηση της ποιότητας του προϊόντος, τη μείωση του χρόνου της παραγωγικής διαδικασίας, τη μείωση του κόστους παραγωγής και, τέλος, στη μείωση του κόστους για την έρευνα της αγοράς. Δίνουν τη δυνατότητα της παροχής καλύτερης ποιότητας υπηρεσιών, προστασία από τον αυξανόμενο ανταγωνισμό στις παγκόσμιες αγορές και άλλα υποκειμενικά κέρδη (Chance & Vlosky 1995). Στο σημείο αυτό πρέπει να επισημάνουμε ότι οι ελληνικές ΜΜΕ πληροφορικής και επικοινωνιών (IT) δείχνουν περιορισμένες τάσεις στην ανάπτυξη της επιχειρηματικής δικτύωσης σε τοπικό επίπεδο (Aragoglou et al. 2001).

Συνοψίζοντας τα προβλήματα που δυσχεραίνουν την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ, είναι δυνατόν να επιλυθούν με την υιοθέτηση της πολιτικής των δικτύων. Όπως βλέπουμε και στο Σχ. 4, η πολιτική των δικτύων συντελεί στη δημιουργία ενός νέου ΑΕΠ(Δ), αφού στις δικτυωμένες ΜΜΕ έχουμε:

- Χαμηλό κόστος παραγωγής, που επιτυγχάνεται κυρίως από τη χρήση των νέων ή βελτιωμένων συστημάτων οργάνωσης και διοίκησης, καθώς και από τον εκσυγχρονισμό του τεχνολογικού εξοπλισμού και την υιοθέτηση προηγμένων συστημάτων παραγωγής.
- Ευκολότερη προσπέλαση στις νέες τεχνολογικές εξελίξεις και γενικότερα σε πληροφορίες στρατηγικής σημασίας για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων.
- Προαγωγή της καινοτομίας μέσα από την παραγωγή νέων ιδεών που είναι αποτέλεσμα της συνέργειας.
- Εφαρμογή μεθόδων και τεχνικών οι οποίες διασφαλίζουν την ποιότητα παραγωγής.
- Υψηλότερη ποιότητα προϊόντων, καλύτερη προβολή και διακίνηση μέσα από οργανωμένα δίκτυα πωλήσεων και διανομής.
- Δυνατότητα διαφοροποίησης τελικών προϊόντων.
- Καλύτερη συνεργασία μεταξύ προμηθευτών - παραγωγών - πελατών.
- Διευκόλυνση της πρόσβασης σε νέες αγορές.
- Ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ έρευνας - παραγωγής.
- Αύξηση της ανταγωνιστικότητας και δυνατότητα ανταγωνισμού στην παγκόσμια αγορά.

Σχήμα 4.
Δείκτες ΜΜΕ που λειτουργούν
σε δίκτυο



– Βελτίωση της εκμετάλλευσης των πόρων και ιδιαίτερα των ανθρώπινων ικανοτήτων. Η επαγόμενη ανεργία του πρώτου μοντέλου μειώνεται, αφού οι πλεονάζοντες πόροι μπορούν να είναι διαθέσιμοι μέσω των δικτύων σε άλλα σημεία ανάγκης.

Επίσης, ένα δίκτυο προώθησης νέων τεχνολογιών πρέπει να δείξει τη δυναμική του ομαδικού οφέλους στη διαδικασία προσέγγισης νέων μελών. Οι κύριες απόψεις για το δίκτυο είναι το μέγεθος, η σύνθεση, το υπόδειγμα ανάπτυξης (διαδικασίες), η διαχείριση και ο εσωτερικός ανταγωνισμός. Αυτά έχουν καθοριστεί σε κάθε δράση του δικτύου και λειτουργούν ως μέσο μεταφοράς τεχνολογίας και διάχυσης.

Τα πλεονεκτήματα της υιοθέτησης των δικτύων, όπως η μεταφορά τεχνολογίας, η ανταλλαγή πληροφοριών, η μείωση του κόστους αγοράς, η ελάττωση του χρόνου απασχόλησης και η βελτίωση της ποιότητας, πρέπει να υπερνικήσουν τα εμπόδια του γλωσσικού προβλήματος, της τηλεπικοινωνιακής υποδομής και της τυποποίησης.

4. Συμπεράσματα

Τα δίκτυα είναι βασικό εργαλείο για την ανάπτυξη της περιφερειακής πολιτικής, αφού δίνουν τη δυνατότητα της σύνδεσης των γεωγραφικά απομακρυσμένων περιοχών τόσο με κεντρικές περιοχές όσο και μεταξύ τους. Μέσα από αυτή τη διαδικασία παρέχεται η δυνατότητα σε περιφερειακές κοινότητες με χαμηλό δείκτη ανάπτυξης να συνδέσουν τις οικονομικές τους δραστηριότητες με τις κεντρικές περιοχές και να αναπτύξουν την περιοχή τους. Επίσης, εξασφαλίζουν με ακρίβεια την ανταλλαγή πληροφοριών και την επανατροφοδότηση της τεχνολογίας σε σύντομο χρονικό διάστημα και βελτιώνουν την αποτελεσματικότητα της διαδικασίας σχεδιασμού, βοηθούν την αποκεντρωμένη εργα-

σία σε περιφερειακό-τοπικό επίπεδο και, κατ' αυτό τον τρόπο, διευκολύνεται η ανάπτυξη βιομηχανικών σχεδιασμών.

Ιδιαίτερα η πολιτική δικτύων στις ΜΜΕ επιχειρήσεις συντελεί στη δημιουργία ενός νέου ΑΕΠ(Δ), αφού η υιοθέτηση της δικτύωσης στις ΜΜΕ έχει ως αποτέλεσμα το χαμηλό κόστος παραγωγής, που επιτυγχάνεται κυρίως από τη χρήση των νέων ή βελτιωμένων συστημάτων οργάνωσης και διοίκησης, καθώς και από τον εκσυγχρονισμό του τεχνολογικού εξοπλισμού και την υιοθέτηση προηγμένων συστημάτων παραγωγής. Η δικτύωση επιτρέπει στις ΜΜΕ ευκολότερη προσπέλαση στις νέες τεχνολογικές εξελίξεις και γενικότερα σε πληροφορίες στρατηγικής σημασίας για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, καθώς και την εφαρμογή μεθόδων και τεχνικών διασφάλισης της ποιότητας παραγωγής. Επίσης, τους παρέχεται η δυνατότητα διαφοροποίησης τελικών προϊόντων, η καλύτερη προβολή και διακίνηση μέσα από οργανωμένα δίκτυα πωλήσεων και διανομής, η διευκόλυνση της πρόσβασης σε νέες αγορές, η ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ έρευνας και παραγωγής, η αύξηση της ανταγωνιστικότητας και η δυνατότητα ανταγωνισμού στην παγκόσμια αγορά, καθώς και η καλύτερη συνεργασία μεταξύ των προμηθευτών - παραγωγών - πελατών.

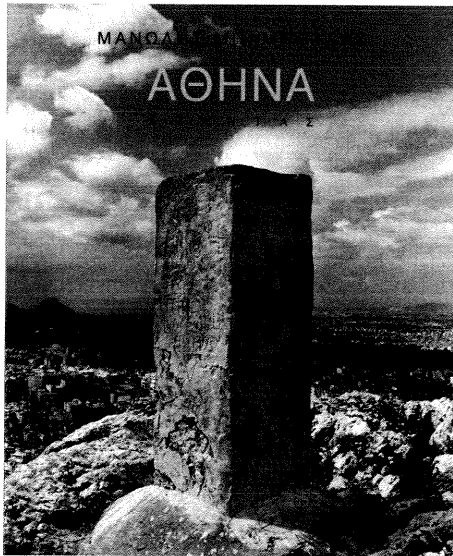
Η επαγόμενη ανεργία του μοντέλου των μη δικτυωμένων ΜΜΕ μειώνεται, αφού οι πλεονάζοντες μπορούν να είναι διαθέσιμοι μέσω των δικτύων σε άλλα σημεία ανάγκης. Βελτιώνεται, επίσης, η εκμετάλλευση των πόρων, και ιδιαίτερα των ανθρωπίνων ικανοτήτων, και προάγεται η καινοτομία μέσα από την παραγωγή νέων ιδεών που είναι αποτέλεσμα της συνέργιας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Arapoglou, V., Palaskas, T., Tsampa, M. (2001), «Innovativeness and Competitiveness of Regional Production Systems: Local and International Embeddedness of SMEs in Information Technology Industry», WP (RASTEI) 00-11.
- Asian Development Bank (2001), *Best Practice in Developing Industry Clusters and Business Networks*, Policy Discussion Paper No. 8.
- Βαΐου-Χατζημιχάλη, Ντ., Χατζημιχάλης, Κ. (1979), *Περιφερειακή ανάπτυξη και εκβιομηχάνιση. Μονοπωλιακές επενδύσεις στην Πύλο*, Αθήνα: Εξάντας.
- Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας (1995), *Δείκτες έρευνας και τεχνολογίας*, Αθήνα: ΓΓΕΤ.
- Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας (1997), *Η έρευνα στην Ελλάδα το 1993*, Αθήνα: ΓΓΕΤ.
- Chance, N., Vlosky, R. (1995), *Flexible Networks as a Means to Enhance Rural Small Business Competitiveness*, Working Paper #8, Louisiana State University Agricultural Center, Baton Rouge, LA.
- Cook, P. (2000), *Support Mechanisms for Interfirm Linkages among SMEs: Impact and Assessment*, paper presented to the Workshop on Small and Medium-Sized Enterprise Financing in Asia, 4-4 July (prepared for the AD Bank and OECD).
- Cresson, E. (1997), «First Action Plan Attacks Europe's Innovation Deficit within the Member States. Do the Regions Have a Specific Role in the Growth of Innovation?».
- Czepiel, J. (1974), «Word-of-Mouth Processes in the Diffusion of the Major Technological Innovation», *Journal of Marketing Research*, XI: 172-180.
- Dumais, G., Ellison, G., Glaeser, E. (1997), *Geographic Concentration as a Dynamic Process*, MIT & NBER.
- Enright, M., Roberts, B. (2001), «Regional Clustering in Australia», *Australian Journal of Management*, 26.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή (1998), *Έκθεση για το συντονισμό των δραστηριοτήτων υπέρ των ΜΜΕ και της βιοτεχνίας*, έγγρ. COM97, 610 τελικό της 25ης Νοεμβρίου 1997.

- European Commission (1995), *Green Paper on Innovation*.
- Ffocows-Williams, I. (2000), *Policy for Inter-Firm Networking and Clustering: A Practitioner's Perspective*, paper prepared for the OECD/Italian Ministry of Industry Bologna Conference for Ministers Responsible on «Enhancing the Competitiveness of SMEs in the Global Economy: Strategies and Policies».
- Granovetter, S. (1973), «The Strength of Weak Ties», *American Journal of Sociology*, 78: 1360-1380.
- Green Paper on Innovation (1995), communication from Mrs. Cresson and Mr. Bangemann in agreement with Mr. Papoutsis adopted by the Commission on 20 December 1995.
- Hakansson, H. (1990), «Technological Collaboration in Industrial Networks», *European Management Journal*, 8 (3): 371-379.
- Hederson, D., Morgan, K. (2001), «Regions as Laboratories. The Rise of Regional Experimentalism in Europe», στο Getler, B., Wolfe, D. (επιμ.), *Innovation and Social Learning*, Macmillan.
- Humphrey, J., Schmitz, H. (1995), *Principles for Promoting Clusters and Networks of SMEs*, paper commissioned by Small and Medium Enterprises Branch, UNIDO.
- Καρούνος, Θ., Γουσίου, Α. (2002), *Η χρήση νέων τεχνολογιών & επικοινωνιών (ΤΠΕ) από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ)*, Εθνικό Δίκτυο Έρευνας και Τεχνολογίας (ΕΔΕΤ).
- Κλωνίς, Δ. (1998), *Πολιτικές της Ε.Ε. για την ανάπτυξη των ηθιωτικών περιοχών*, Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΙΠΑ).
- Κοιμηνός, Ν., Κυργιαφίτη, Α., Σεφεριτζή, Ε. (2001), *Τεχνολογίες Ανάπτυξης Καινοτομίας σε περιφέρειες και συμπλέγματα παραγωγής*, Αθήνα: Gutenberg.
- Κόνσολας, Ν. (1995), «Νέες τάσεις στην περιφερειακή ανάπτυξη», Ημερίδα: Σύγχρονες Τάσεις στην Περιφερειακή Ανάπτυξη.
- Κόνσολας, Ν. (1997), *Σύγχρονη περιφερειακή οικονομική πολιτική*, Παπαζήσης.
- Κόνσολας, Ν., Παπαδασκαλόπουλος, Α., Ράνος, Κ., Σιδηρόπουλος, Η. (1993), *Regional Prospects in Greece*, Ερευνητικό πρόγραμμα GREM - EEC, National Report, ΙΠΑ.
- Larssons, S. (1993), «New Dimensions in Organizing Industrial Networks», *Int J Technology Management*, 11(1/2): 39-57.
- Malecki, E., Nijkamp, P. (1996), «Τεχνολογία και περιφερειακή ανάπτυξη», στο Κυλλάση, Ντ., Νικηταρίδη, Μ. (επιμ.), *Τεχνοπόλεις. Νέο μέσο της περιφερειακής πολιτικής*, ΙΠΑ, σ. 52-76.
- Malecki, E., Tootle, D. (1996), «The Role of Networks in Small-Firm Competitiveness», *Int. J. Technology Management*, 8(1/2).
- Malerba, F. (1993), «The National System of Innovation: Italy», στο Richard, N. (επιμ.), *National Innovation Systems*, Oxford University Press.
- Malmberg, A., Maskell, P. (2001) *The Elusive Concept of Localization Economies. Towards a Knowledge-Based Theory of Spatial Clustering*, paper for the «Industrial Clusters Revised: Innovative Places or Uncharted Spaces?», Session AAG Annual Conference, Νέα Υόρκη 27/2-2/3.
- Maskell, P. (2002), *Towards a Knowledge-Based Theory of the Geographical Cluster*, Copenhagen Business School.
- Myrdal, G. (1957), *Economic Theory and Underdeveloped Regions*, London Press.
- Nohria, N. (1992), «Is a Network Perspective a Useful Way of Studying Organizations?», στο Nohria, N., Eccles, R. G. (επιμ.), *Networks and Organizations*, Harvard Business School Press.
- OECD (2000a), «Enhancing the Competitiveness of SMEs in the Global Economy: Strategies and Policies, Local Partnership, Clusters and SME Globalization», *Annals*, Conference for Ministers Responsible for SMEs and Industry Ministers, Bologna 14-15/6.
- OECD (2000b), «Enhancing the Competitiveness of SMEs in the Global Economy: Strategies and Policies, Economy and Their Partnership with SMEs of OECD Countries», *Annals*, Conference for Ministers Responsible for SMEs and Industry Ministers, Bologna 14-15/6.
- Perrow, C. (1992), «Small-Firm Networks», στο Nohria, N., Eccles, R. G. (επιμ.), *Networks and Organizations*, Harvard Business School Press.
- Porter, M. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, The Macmillan Press Ltd.
- Petterson, E. (1982), «Description of the Way Transfer of Scientific and Technical Information of SMEs Is Organised in Sweden», *Regional Industrial Information Transfer Proceedings*.
- Raines, P. (2001), *The Cluster Approach and the Dynamics of Regional Policy-Making*, paper presented to the Regional Studies Association International Conference: Regional Transitions, Gdansk 19/9.
- Rosenfeld, S. (1996), «Does Cooperation Enhance Competitiveness? Assessing the Impacts of Inter-Firm Collaboration», *Research Policy*, 25: 247-273.
- Rosenfeld, S. (2001), «Networks and Clusters: The Yin and Yang of Rural Development», στο *Exploring Policy for a New Rural America*, Federal Reserve Bank of Kansas City.

- Rothwell, R. (1991), «External Networking and Innovation in Small and Medium-Sized Manufacturing Firms in Europe», *Technovation*, 11(2): 93-112.
- Rothwell, R., Dodgson, M. (1991), «The External Linkages and Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises», *R&D Management*, 21(2).
- Russo, F. (2002), *The Italian Experience of Industrial Districts*, UNIDO, Industrial Business Development Services (www.unido.org).
- Σαουνάκη-Δρακάκη, Λ., Τασόπουλος, Α. (1993), «Η περιφερειακή διάσταση του προγράμματος Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης των Υπηρεσιών της Τηλεματικής», Α΄ Εθνικό Συνέδριο ελληνικού τμήματος Regional Science Association, Αθήνα.
- ΣΕΒ (2001), Έρευνα του ΣΕΒ για τις ανάγκες των βιομηχανικών επιχειρήσεων σε ειδικότητες αιχμής (Μάιος 2001), www.fgi.org.gr.
- SEC (2001), *Benchmarking Enterprise Policy: Results from the 2001 Scoreboard*, commission staff working paper.
- Sprenger, R. (2001), *ADAPT, Inter-Firm Networks and Regional Networks: Opportunities for Employment and Environmental Protection*, National Support Structure (NSS), ADAPT of the Federal Labour Office, Bonn.
- Tijssen, R. (1998), «Quantitative Assessment of Large Heterogeneous R&D Networks: The Case of Process Engineering on the Netherlands», *Research Policy*, 26: 791-809.
- Yeung, H. W. C. (2000), «Organizing “the Firm” in Industrial Geography. I: Networks, Institutions and Regional Development», *Progress in Human Geography*, 24(2): 301-315.



ΑΘΗΝΑ

Μανώλης Μπαμπούσης

Η Αθήνα είναι πάντα επίκαιρη!

Χορεύει αδιάκοπα χωρίς να κουράζεται σ' έναν ιδιαίτερο ρυθμό που την καθιστά αξεπέραστη στο είδος της! Πόλη-μούσα και πόλη-σύμβολο, ξετυλίγει μέσα σ' ένα φωτογραφικό λεύκωμα τις γειτονίες της, τα πρόσωπα που την κατοικούν, τα μνημεία της, το σφυγμό της προσωπικότητάς της.

Σίγουρη για την αθανασία και το κέφι της, μας προκαλεί να τη νιώσουμε καλύτερα και να θαυμάσουμε από πολλές οπτικές γωνίες τη ζωντάνια της!