



ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ
FOUNDATION FOR ECONOMIC & INDUSTRIAL RESEARCH

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΠΡΟΘΥΡΑ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ Η ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥ GEM 2008-2009

Σταύρος Ιωαννίδης

Άγγελος Τσακανίκας

Στελίνα Χατζηχρήστου



Νοέμβριος 2009



Global Entrepreneurship Monitor



Το **Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών** είναι ιδιωτικός, μη κερδοσκοπικός, κοινωφελής ερευνητικός οργανισμός. Ιδρύθηκε με σκοπό να προωθεί την επιστημονική έρευνα για τα τρέχοντα και αναδυόμενα προβλήματα της ελληνικής οικονομίας και να παρέχει αντικειμενική πληροφόρηση και να διατυπώνει προτάσεις οι οποίες είναι χρήσιμες στη διαμόρφωση πολιτικής

Copyright © 2009 Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών

ISSN 1790-1731

ISBN 978-960-7536-41-9

Απαγορεύεται η με οιονδήποτε τρόπο ανατύπωση ή μετάφραση οποιουδήποτε μέρους της μελέτης, χωρίς την άδεια του εκδότη.

Χορηγός Έκδοσης:

PRICEWATERHOUSECOOPERS 

<p>Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) Τσάμη Καρατάση 11, 117 42 Αθήνα, Τηλ. (+30210 9211200-10), Fax:(+30210 9233977) http://www.iobe.gr</p>
--

ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΙΟΒΕ

Υπεύθυνος: Σταύρος Ιωαννίδης
Καθηγητής, Πάντειο Πανεπιστήμιο

**Το Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας του ΙΟΒΕ αποτελεί τον ελληνικό εταίρο του
Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας
(Global Entrepreneurship Monitor -GEM)**

Εθνική ερευνητική ομάδα GEM

Υπεύθυνοι έργου: Σταύρος Ιωαννίδης, Καθηγητής, Πάντειο Πανεπιστήμιο
Άγγελος Τσακανίκας, Υπεύθυνος Ερευνών ΙΟΒΕ

Έρευνα – Ανάλυση: Στελίνα Χατζηχρήστου, Ερευνητική Συνεργάτιδα, ΙΟΒΕ
Ευαγγελία Βαλαβανιώτη, Ερευνητική Συνεργάτιδα, ΙΟΒΕ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Το IOBE συμμετέχοντας για 6^η χρονιά στο διεθνές ερευνητικό πρόγραμμα Global Entrepreneurship Monitor (GEM) δημοσιεύει την Ετήσια Έκθεση για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα που αναφέρεται στην περίοδο 2008-2009. Το GEM αποτελεί μία ερευνητική κοινοπραξία από ερευνητικά ινστιτούτα και πανεπιστήμια από όλο τον κόσμο στα πλαίσια της οποίας συλλέγονται εμπειρικά δεδομένα από ένα ευρύ σύνολο χωρών. Το GEM δημοσιεύει παγκόσμιες, αλλά και ειδικές θεματικές εκθέσεις σχετικά με διάφορες διαστάσεις της επιχειρηματικότητας, συνεισφέροντας στην παγκόσμια συζήτηση για την προώθηση της επιχειρηματικότητας. Το IOBE, αποτελώντας τον ελληνικό εταίρο στην ερευνητική κοινοπραξία του GEM, είναι υπεύθυνο για τη διεξαγωγή των αναγκαίων ερευνών στον ελληνικό πληθυσμό, την επεξεργασία των αποτελεσμάτων με βάση την κοινή εναρμονισμένη μεθοδολογία και την ένταξη τους στο διεθνές αναλυτικό πλαίσιο του GEM, ώστε να επιτυγχάνεται η συγκρισιμότητα των στοιχείων.

Η φετινή έκθεση δημοσιεύεται σε μια ιδιαίτερα δύσκολη συγκυρία. Η χρηματοπιστωτική κρίση που επηρέασε την παγκόσμια οικονομία, οδήγησε σε αρρυθμίες του τραπεζικού συστήματος διεθνώς και τελικά σε κάμψη των επενδύσεων, του διεθνούς εμπορίου και ύφεση στις σημαντικότερες οικονομίες του κόσμου. Η Ελλάδα, αν και επηρεάστηκε λιγότερο και σε μεταγενέστερη φάση σε σχέση με τις λοιπές ευρωπαϊκές οικονομίες, ήδη αντιμετωπίζει τις συνέπειες αυτής της κρίσης, με την εγχώρια οικονομική δραστηριότητα να εμφανίζει στασιμότητα.

Θα πρέπει να σημειωθεί όμως ότι τα στοιχεία που παρουσιάζονται στην έκθεση αυτή αναφέρονται στο 2008, όταν η κρίση ήταν περισσότερο διεθνές παρά ελληνικό φαινόμενο. Επομένως, δεν αποτυπώνουν με ευκρίνεια – τουλάχιστον για την Ελλάδα - τις επιπτώσεις που η κρίση αυτή έχει στην επιχειρηματικότητα, όσο περισσότερο την εικόνα της επιχειρηματικότητας στα πρόθυρα της κρίσης. Ωστόσο στην έκθεση περιλαμβάνεται ξεχωριστό κεφάλαιο που εστιάζει στις πρώτες ενδείξεις σχετικά με τον τρόπο που η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα φαίνεται ότι αντιδρά στη σημερινή κρίση. Ακόμα στην έκθεση υπάρχει μία νέα ενότητα η οποία αξιοποιεί τα αποτελέσματα συμπληρωματικής έρευνας του GEM για τη σχέση εκπαίδευσης και επιχειρηματικότητας.

Τέλος, το IOBE θα ήθελε να ευχαριστήσει όλους αυτούς που συνέβαλαν στην επιτυχία του έργου και κυρίως τους ειδικούς εμπειρογνώμονες, οι οποίοι ο καθένας στον τομέα του βοήθησαν στην ερμηνεία των χαρακτηριστικών της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ	9
----------------------------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΤΟ ΝΕΟ ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΟΥ GEM	19
--	-----------

1. Οι πλευρές της επιχειρηματικότητας.....	21
1.1 Στάσεις και αντιλήψεις απέναντι στην επιχειρηματικότητα	21
1.2 Επιχειρηματική δραστηριότητα	23
1.3 Επιχειρηματικές φιλοδοξίες.....	24
2. Επιχειρηματικότητα και στάδιο οικονομικής ανάπτυξης.....	25
2.1 Οικονομίες που βασίζονται στην εκμετάλλευση συντελεστών παραγωγής	26
2.2 Οικονομίες που βασίζονται στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας.....	26
2.3 Οικονομίες που βασίζονται στην εκμετάλλευση της καινοτομίας.....	27
3. Το νέο εννοιολογικό μοντέλο του GEM.....	28

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	33
--	-----------

2.1. Η εξέλιξη των βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα	33
2.2 Τα κίνητρα της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης.....	47
2.3. Κλαδικά χαρακτηριστικά των νέων εγχειρημάτων.....	51
2.4. Ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων: καινοτομία, ανταγωνισμός, εξωστρέφεια	53
2.5. Ύψος επένδυσης.....	63

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΤΟ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ ΚΑΙ ΟΙ ΑΠΟΨΕΙΣ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	67
--	-----------

3.1 Εισαγωγή.....	67
3.2 Η εξέλιξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας.....	70
3.3 Άλλα Δημογραφικά χαρακτηριστικά των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών	77
3.3.1 Ηλικία νέων / επίδοξων επιχειρηματιών	77
3.3.2. Επίπεδο εκπαίδευσης νέων / επίδοξων επιχειρηματιών	81
3.3.3. Εισόδημα νέου / επίδοξου επιχειρηματία	84
3.4 Προσωπικοί παράγοντες	86
3.4.1 Συναναστροφή με νέους επιχειρηματίες	86
3.4.2. Επιχειρηματική Συγκυρία	87

3.4.3. Γνώσεις και Ικανότητες.....	89
3.4.4. Φόβος Αποτυχίας	91
3.5 Πολιτισμικοί παράγοντες.....	94

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ..... 99

4.1 Εκπαίδευση / κατάρτιση στην έναρξη επιχείρησης	99
4.2 Οι απόψεις των ειδικών για την εκπαίδευση περί επιχειρηματικότητας	106
4.3 Η επίδραση της εκπαίδευσης περί επιχειρηματικότητας στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση.....	108

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΜΠΡΟΣΤΑ ΣΤΗΝ ΚΡΙΣΗ: ΟΙ ΠΡΩΤΕΣ ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ..... 113

5.1 Επιχειρηματικές στάσεις και αντιλήψεις.....	115
5.2 Επιχειρηματική δραστηριότητα	119
5.3 Επιχειρηματικές φιλοδοξίες.....	122
 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	 127

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

1. Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (GEM)	131
2. Βασικοί ορισμοί και δείκτες της επιχειρηματικότητας: μεθοδολογικό πλαίσιο του GEM	133
3. Γιατί διαφέρουν τα στοιχεία του GEM από τα συνήθη δημογραφικά στοιχεία (μητρώα) των επιχειρήσεων;	137
4. Το εμπειρικό κομμάτι του ερευνητικού προγράμματος GEM	138
5. Ο ρόλος του IOBE στο GEM	139

ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ

Στην παρούσα έκθεση για την επιχειρηματικότητα παρουσιάζονται οι εξελίξεις των βασικών δεικτών, αλλά και των ποσοτικών και ποιοτικών χαρακτηριστικών της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, σε σύγκριση με τις αντίστοιχες επιδόσεις των υπόλοιπων χωρών που συμμετέχουν στην έρευνα του GEM. Η ανάλυση αυτών των δεικτών έχει ιδιαίτερη σημασία λόγω του ότι καταγράφονται τη στιγμή που η παγκόσμια κρίση αρχίζει να γίνεται αισθητή (2008), ενώ και οι πρώτες ενδείξεις για το 2009 φανερώνουν επιδείνωση των δεικτών.

Βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας

Στην Ελλάδα το 2008 ένα 9,9% του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών – περίπου 670.000 άτομα- δήλωσαν ότι βρίσκονται στα αρχικά στάδια έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης). Πρόκειται για το βασικότερο δείκτη του GEM (επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων) και περιλαμβάνει δύο κατηγορίες ατόμων: τους επίδοξους επιχειρηματίες, όσους δηλαδή έχουν κάνει κάποιες προκαταρτικές ενέργειες στην κατεύθυνση της έναρξης ενός νέου εγχειρήματος και τους νέους επιχειρηματίες, όσους δηλαδή έχουν μόλις ξεκινήσει μία νέα επιχείρηση που λειτουργεί το πολύ 3,5 έτη.

Η επίδοση αυτή είναι η υψηλότερη που έχει καταγραφεί για την Ελλάδα στις έρευνες του GEM και έρχεται μετά από μία χρονιά με πτώση. Μάλιστα αξίζει να σημειωθεί ότι η άνοδος είναι μεγαλύτερη στους νέους επιχειρηματίες, όσους δηλαδή έχουν πράγματι ξεκινήσει το εγχείρημά τους, οι οποίοι φθάνουν στο 4,6% του πληθυσμού (περίπου 300 χιλ. άτομα), και αποτελούν σχεδόν τους μισούς επιχειρηματίες αρχικών σταδίων. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι τα προκαταρτικά στοιχεία από την έρευνα του 2009 δείχνουν πως παρά τη διεθνή κρίση (αλλά ενδεχομένως και εξαιτίας της όπως θα εξηγηθεί και παρακάτω), το επίπεδο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα όχι μόνο δε μειώνεται σημαντικά (φτάνει το 8,8%), αλλά και ξεπερνά το μέσο όρο της τελευταίας πενταετίας, με τους νέους επιχειρηματίες να εξακολουθούν να αποτελούν περίπου τους μισούς του συνόλου.

Αν συνυπολογιστεί και το ποσοστό των **καθιερωμένων επιχειρηματιών στην Ελλάδα** (περίπου 14% τη διετία 2008-2009), δηλαδή οι επιχειρηματίες που είναι ιδιοκτήτες ή συνιδιοκτήτες μιας επιχείρησης που λειτουργεί τουλάχιστον 3,5 χρόνια, τότε συνολικά ένα

22% περίπου του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών (σχεδόν 1,5 εκατ. άτομα) συμμετείχε σε κάποιου τύπου επιχειρηματική δραστηριότητα τη διετία 2008-2009. Πρόκειται για την υψηλότερη επίδοση στην Ευρώπη και μία από τις υψηλότερες στο σύνολο των χωρών που συμμετέχουν στο GEM, αποτέλεσμα βεβαίως που αποτυπώνει το μεγάλο ποσοστό της αυτοαπασχόλησης στην Ελλάδα.

Εκτός όμως από το τμήμα του πληθυσμού που βρίσκεται ήδη με τον ένα ή άλλο τρόπο εντός της επιχειρηματικής ή προ-επιχειρηματικής «κοινότητας», υψηλό είναι και το ποσοστό των ατόμων που δηλώνουν πως σκοπεύουν να εισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο κάποια στιγμή τα επόμενα τρία χρόνια. Έτσι, το 16,6% του πληθυσμού, έναντι 13,7% το 2007, απαντά θετικά στη σχετική ερώτηση, συνιστώντας μία ευρεία δυνητική δεξαμενή νέων επιχειρηματιών για τη χώρα.

Από την άλλη πλευρά, περιορίζεται το 2008 το ποσοστό του ελληνικού πληθυσμού που χαρακτηρίζεται ως «άτυπος επενδυτής», δηλαδή όσοι δήλωσαν ότι έχουν χρηματοδοτήσει κατά την τελευταία τριετία με προσωπικά τους κεφάλαια ένα νέο εγχείρημα που ξεκίνησε κάποιος άλλος. Το 2008 το ποσοστό αυτό φτάνει μόλις στο 1,8% του πληθυσμού, το χαμηλότερο ποσοστό την τελευταία πενταετία. Όμως, όπως δείχνουν τα προκαταρκτικά αποτελέσματα του 2009, το ποσοστό αυτό επανακάμπει στο 2,3%, υπογραμμίζοντας έτσι την αύξηση του αριθμού των νέων/επίδοξων επιχειρηματιών που αναζήτησαν χρηματοδότηση από κάποιο φυσικό πρόσωπο (κυρίως οικογενειακού/ φιλικού περιβάλλοντος), ίσως ως αποτέλεσμα και της πιστωτικής στενότητας που χαρακτήρισε τη φετινή χρονιά.

Πάντως, το 2008 τουλάχιστον καταγράφεται μείωση και του ποσού που διαθέτουν οι άτυποι επενδυτές. Έτσι, ενώ τα προηγούμενα έτη το μέσο ποσό, το οποίο είχε δαπανηθεί από τους άτυπους επενδυτές βρισκόταν στην περιοχή των 40.000 ευρώ, ποσό πολύ υψηλό για τα ευρωπαϊκά δεδομένα, το 2008 αυτό δεν ξεπερνά τα 25.000 ευρώ. Η συρρίκνωση αυτή αντικατοπτρίζει την οικονομική στενότητα ή/και την αβεβαιότητα των επενδυτών που προξενεί η οικονομική κρίση. Πάντως, το επενδύόμενο ποσό παραμένει σχετικά υψηλό για τα ελληνικά δεδομένα, γεγονός που αντανakλά περισσότερο τις υψηλές κεφαλαιακές απαιτήσεις για την έναρξη νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα, παρά μία αφθονία διαθέσιμων κεφαλαίων για χρηματοδότηση της επιχειρηματικότητας.

Τέλος, το 2,3% του πληθυσμού 18-64 ετών (έναντι 2,6% το 2007) δηλώνει ότι έχει διακόψει τη λειτουργία ή έκλεισε μια επιχείρηση που κατείχε ή συμμετείχε στη διοίκηση, ή έχει σταματήσει οποιαδήποτε μορφή αυτοαπασχόλησης κατά το 2008. Η επίδοση αυτή

συνεχίζει να είναι από τις υψηλότερες στις εξεταζόμενες χώρες του GEM, γεγονός που υποδηλώνει ότι η υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων μπορεί να συνοδεύεται και από αντίστοιχα υψηλό ποσοστό αναστολής λειτουργίας. Η ευκολία με την οποία μπορεί να ανοίγουν νέες επιχειρήσεις μπορεί, δηλαδή, να οδηγεί και σε αντίστοιχα περισσότερες επιχειρηματικές αποτυχίες. Άλλωστε, είναι γεγονός ότι χώρες με υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων παρουσιάζουν αντίστοιχα και υψηλές τιμές σε αυτόν το δείκτη, ανεξαρτήτως της οικονομικής ανάπτυξης της χώρας. Το 2008, αλλά και το 2009 ωστόσο, οι κύριες αιτίες για τη διακοπή λειτουργίας των επιχειρημάτων δε διαφέρουν σημαντικά σε σύγκριση με τις προηγούμενες έρευνες, μεταβάλλεται όμως η βαρύτητα κάθε αιτίας: σχεδόν τα μισά επιχειρήματα δεν ήταν επαρκώς κερδοφόρα και γι' αυτό και ο(οι) ιδιοκτήτης(ες) του αποφάσισαν να τα κλείσουν. Φέτος, όμως, ένα σημαντικό 17% δήλωσε πως η δυσκολία χρηματοδότησης αποτέλεσε το πρόσκομμα εκείνο που οδήγησε στην αναστολή λειτουργίας της επιχείρησης, ενώ μόλις το 3,7% βρήκε μια καλή ευκαιρία για να πουλήσει την επιχείρηση, έναντι 10% την προηγούμενη χρονιά. Μικρότερο είναι και το ποσοστό αυτών που δηλώνει ότι βρήκε άλλη απασχόληση (πιθανόν μισθωτή) ή αποφάσισε να αξιοποιήσει μία άλλη επιχειρηματική ευκαιρία (7,5% έναντι 9% τα προηγούμενα χρόνια). Άρα, η χαμηλή κερδοφορία ως συνέπεια της κρίσης επηρέασε φέτος περισσότερο την απόφαση για έξοδο από την επιχειρηματικότητα, σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια.

Τα κίνητρα της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης

Η άνοδος της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων το 2008 και η διατήρηση ενός υψηλού ποσοστού και το 2009 συνοδεύεται όμως από σημαντική ενίσχυση της επιχειρηματικότητας ανάγκης. Το 2008, το 35% των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών στην Ελλάδα δηλώνει ως κύριο κίνητρο της επιχειρηματικής του δραστηριοποίησης την ανάγκη, έναντι μόλις 13% την προηγούμενη χρονιά. Η κάθετη αυτή αύξηση της επιχειρηματικότητας ανάγκης υπογραμμίζει τελικά τις απώλειες στην ποιοτική διάσταση της επιχειρηματικότητας, που θα πρέπει να συνεκτιμάται κατά την αποτίμηση των ωφελειών σε ποσοτικό επίπεδο, της ανόδου δηλαδή της επιχειρηματικότητας. Η αύξηση του αριθμού των νέων/ επίδοξων επιχειρηματιών και δη αυτών που δηλώνουν ως βασικό τους κίνητρο την ανάγκη δε μπορεί παρά να αποδοθεί κατά ένα μεγάλο μέρος και στην οικονομική κρίση που βρισκόταν στα πρώτα στάδια το 2008.

Η τόνωση του προσωπικού εισοδήματος συνεχίζει να αποτελεί την κινητήρια δύναμη των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (το ¼ του συνόλου), ενώ η επίτευξη μεγαλύτερης εργασιακής ανεξαρτησίας δηλώνεται από το 14,5%. Το στοιχείο αυτό διαφοροποιεί τους

Έλληνες επιχειρηματίες από τους υπόλοιπους Ευρωπαίους, οι οποίοι προβάλλουν κατά κύριο λόγο την εργασιακή ανεξαρτησία ως βασικό τους κίνητρο (24,2% κατά μέσο όρο).

Η κλαδική διάσταση της επιχειρηματικότητας

Το 2008 παρατηρείται ενίσχυση του ποσοστού των επιχειρήσεων που επικεντρώνουν τις δραστηριότητές τους στην προσφορά προϊόντων / υπηρεσιών με τελικό αποδέκτη τον καταναλωτή (58% έναντι 51% πέρυσι). Σαφώς και στην υπόλοιπη Ευρώπη επικρατούν αυτά τα εγχειρήματα, όμως ο αντίστοιχος ευρωπαϊκός μέσος όρος δεν ξεπερνά το 37,0%. Την ίδια στιγμή το μερίδιο των εγχειρημάτων που προσφέρουν υπηρεσίες σε άλλες επιχειρήσεις - εγχειρήματα που θεωρείται ότι έχουν μεγαλύτερη επίδραση στη συνολική ανάπτυξη της χώρας, με ευνοϊκότερες προοπτικές σε όρους απασχόλησης, εξωστρέφειας και καινοτομίας - περιορίζεται αισθητά μετά την άνοδο των δύο προηγούμενων ερευνών στο 15,0% (23,5% το 2007). Η κλαδική αυτή διάρθρωση υπογραμμίζει για άλλη μια χρονιά τη ρηχότητα της νέας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα με την έννοια ότι αυτή δεν εκδηλώνεται σε ολόκληρη την «αλυσίδα αξίας» μέχρι το τελικό προϊόν, αλλά μόνο στον έσχατο κρίκο αυτής της αλυσίδας. Είναι προφανές, πάντως, ότι το γεγονός αυτό συνδέεται και με την υψηλή γενικά επιχειρηματικότητα ανάγκης που καταγράφεται το 2008, αλλά και το 2009, όπως δείχνουν τα πρώτα αποτελέσματα.

Ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας

Ο βαθμός **καινοτομίας** των προσφερόμενων προϊόντων / υπηρεσιών αποτελεί έναν από τους δείκτες ποιότητας των εγχειρημάτων σε μια οικονομία, όπως τουλάχιστον μετράται στο πλαίσιο του GEM. Παραδόξως ίσως στην Ελλάδα, το 2008 οι ποιοτικοί δείκτες δεν εμφανίζουν επιδείνωση: ένας στους τέσσερις νέους επιχειρηματίες θεωρεί ότι τα προϊόντα / υπηρεσίες που (θα) προσφέρει είναι **εντελώς νέα για όλους τους πελάτες** στους οποίους (θα) απευθύνεται, ενώ την προηγούμενη χρονιά ήταν σχεδόν το μισό. Ταυτόχρονα, συνεχίζεται η σταδιακή συρρίκνωση του ποσοστού αυτών που θεωρούν πως τα προϊόντα τους δεν εκδηλώνουν κανένα βαθμό καινοτομίας (49% το 2008 έναντι 64% το 2007 και 70% το 2006), με το ποσοστό αυτό να είναι χαμηλότερο του ευρωπαϊκού μέσου όρου.

Ομοίως, το 2008 υπερδιπλασιάζεται το ποσοστό των νέων επιχειρηματιών που δηλώνει ότι εισέρχεται σε μία **πραγματικά νέα αγορά** όπου δεν υπάρχει κανένας άλλος ανταγωνιστής (10,6% έναντι 5,4% το 2007). Η επίδοση αυτή ξεπερνά τις αντίστοιχες επιδόσεις των μέσων όρων των άλλων ευρωπαϊκών κρατών και των χωρών του GEM και συγκλίνει με τις

υπόλοιπες οικονομίες που βασίζονται στην καινοτομία. Θεαματική είναι εξάλλου και η άνοδος του ποσοστού αυτών που δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν **νέες τεχνολογίες ή διαδικασίες** (πάνω από το 20%, έναντι 8% το 2007).

Θα πρέπει ωστόσο τα αποτελέσματα αυτά να αντιμετωπιστούν με επιφύλαξη. Η εκτίναξη της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων σε συνδυασμό με την άνοδο της επιχειρηματικότητας ανάγκης καθιστούν δυσερμήνευτη αυτή την εντυπωσιακή εξέλιξη. Είναι, μάλλον, πιο πιθανό να πρόκειται για διατύπωση μιας υπερβολικής βεβαιότητας από την πλευρά των επιχειρούντων ατόμων, παρά για πραγματική κατάσταση και ουσιαστική βελτίωση του σχετικού δείκτη. Μόνο εφόσον επιβεβαιωθεί στις επόμενες έρευνες του GEM θα μπορούσε να ερμηνευτεί ως ποιοτική αλλαγή.

Παρά τα σχετικά ενθαρρυντικά αποτελέσματα στους παραπάνω δείκτες, οι νέοι Έλληνες επιχειρηματίες εμφανίζονται εξαιρετικά απαισιόδοξοι για την ανάπτυξη της επιχείρησής τους σε όρους **απασχόλησης**. Τέσσερα στα εννέα νέα εγχειρήματα απασχολούν μόνο τον/ τους ιδιοκτήτη/τες κατά την έναρξη λειτουργίας τους, ενώ σχεδόν το 40% δεν αναμένει να απασχολήσει κάποιον υπάλληλο μετά από 5 χρόνια. Από τα παραπάνω εξάγονται δύο ασφαλή συμπεράσματα: α) πως τελικά η άνοδος της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ενισχύει την αυτοαπασχόληση χωρίς προσωπικό, έχοντας ως εκ τούτου περιορισμένη βαρύτητα στο σύνολο της απασχόλησης, και β) πως τα εγχειρήματα τα οποία καταγράφονται στις έρευνες του GEM ξεκινούν ως πολύ μικρές επιχειρήσεις και παραμένουν ως επί το πλείστον πολύ μικρές επιχειρήσεις.

Σημαντική και σταθερή ποιοτική υστέρηση των ελληνικών εγχειρημάτων και ενδεικτικό της χαμηλής ανταγωνιστικότητας συνολικά της χώρας είναι η υπερβολική – και μυωπική κατά μία έννοια - έμφαση των νέων επιχειρήσεων στην κάλυψη της εσωτερικής ζήτησης. Το 70% των εγχειρημάτων που ανακάλυψε η έρευνα δεν έχει κανέναν πελάτη εκτός Ελλάδας. Πρόκειται για τη χαμηλότερη επίδοση στην Ευρώπη, καθώς ο αντίστοιχος ευρωπαϊκός μέσος όρος εκτιμάται στο 48% και συνδέεται έντονα με το λιανεμπορικό χαρακτήρα των περισσότερων εγχειρημάτων στην Ελλάδα.

Ύψος επένδυσης

Το ύψος των επενδύσεων των εγχειρημάτων που βρίσκονταν στα αρχικά στάδια το 2008 στην Ελλάδα εκτιμάται στα 26 δισεκ. € περίπου, υψηλότερα σε σχέση με πέρυσι όταν είχε καταγραφεί η χαμηλότερη επίδοση του δείκτη (23 δισεκ. €), αλλά προσεγγίζοντας τα επίπεδα του 2006 (27 δισεκ. €). Αυτό σημαίνει ότι αν όλα τα επίδοξα εγχειρήματα που

κατέγραψε η φετινή έρευνα προχωρήσουν πράγματι στο στάδιο της υλοποίησης, θα προκύψει μία αντίστοιχου ύψους κεφαλαιακή εισροή στην ελληνική οικονομία. Σημαντικό είναι, επίσης, να σημειωθεί πως ενώ οι μεγάλες επενδύσεις (επένδυση πάνω από 150.000 ευρώ) αυξήθηκαν κατά το 2008, η μέση επένδυση μειώνεται ελαφρώς σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Τούτο φανερώνει πως η αύξηση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων και ειδικά της επιχειρηματικότητας ανάγκης αφορούσε στην ίδρυση μικρών επιχειρήσεων που δεν απαιτούσαν την επένδυση σημαντικών κεφαλαίων και που αποτέλεσαν την «εύκολη λύση» στα άτομα που δεν είχαν τη δυνατότητα επιλογής άλλων επαγγελματικών διαδρομών. Η στροφή προς την αυτοαπασχόληση αποτελεί, άλλωστε, ένα βασικό αποτέλεσμα της εμφάνισης της οικονομικής κρίσης, καθώς όσο κάποια τμήματα του πληθυσμού δυσκολεύονται να βρουν κάποια σχέση εξαρτημένης εργασίας ή περιορίζεται σε πραγματικούς όρους το συνολικό τους εισόδημα, ενισχύεται η απόφασή τους για κάποια μικρή επιχειρηματική δραστηριότητα, ακόμα και αν η χρηματοδότηση από το τραπεζικό σύστημα είναι φειδωλή.

Δημογραφικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας

Κατά το 2008, το 12,1% των Ελλήνων ανδρών ηλικίας 18-64 ετών βρισκόταν στη φάση έναρξης ενός νέου εγχειρήματος, και το αντίστοιχο ποσοστό για τις γυναίκες έφτασε το 7,7%. Και οι δύο δείκτες έχουν ενισχυθεί σημαντικά σε σχέση με το 2007, αλλά η αύξηση στις γυναίκες είναι εντονότερη, με αποτέλεσμα σχεδόν το 40% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων να είναι γυναίκες, έναντι περίπου 30% την προηγούμενη διετία. Οι αυξομειώσεις του ποσοστού των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων κατά την τελευταία τριετία, φαίνεται να μην έχει επηρεάσει τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, η οποία ενισχύεται σταθερά. Ωστόσο, όπως δείχνει η προκαταρκτική επεξεργασία των αποτελεσμάτων του 2009, η οικονομική κρίση πλήττει ιδιαίτερα την επιχειρηματικότητα των γυναικών με αποτέλεσμα να ανοίγει εκ νέου η «ψαλίδα» μεταξύ της επιχειρηματικότητας ανδρών και γυναικών.

Δε θα πρέπει να αγνοηθεί ωστόσο η συνέχιση της ποιοτικής βελτίωσης των εγχειρημάτων των γυναικών. Πιο συγκεκριμένα, από πλευράς κινήτρων σχεδόν σε όλες τις προηγούμενες έρευνες είχε διαπιστωθεί ότι ένα ευρύ τμήμα της γυναικείας επιχειρηματικότητας είχε κίνητρο την ανάγκη, σε μεγαλύτερο βαθμό, μάλιστα, από το αντίστοιχο των ανδρών. Το 2008, όμως, πάνω από τις μισές (53,3%) γυναίκες νέες / επίδοξες επιχειρηματίες δηλώνουν ως κίνητρο αποκλειστικά την ευκαιρία, έναντι 37,6% των αντίστοιχων ανδρών. Ως γυναίκα επιχειρηματίας ανάγκης δηλώνει μόλις μία στις τέσσερις, ποσοστό που αν και

είναι υψηλό γενικά (2η υψηλότερη επίδοση στις χώρες καινοτομίας), είναι 10 μονάδες χαμηλότερο από εκείνο των ανδρών. Χαρακτηριστικό είναι επίσης το γεγονός ότι με την εξέλιξη αυτή η Ελλάδα ανήκει σε ένα μικρό σύνολο 15 χωρών του GEM όπου η ανδρική επιχειρηματικότητα ανάγκης είναι μεγαλύτερη από την αντίστοιχη γυναικεία.

Όσον αφορά στη μέση **ηλικία** του νέου / επίδοξου επιχειρηματία, αυτή έχει ανέβει το 2008. Διαμορφώνεται στα 38 έτη, έναντι 36 ετών τα προηγούμενα χρόνια, λόγω κυρίως του τριπλασιασμού του ποσοστού των νέων/ επίδοξων επιχειρηματιών άνω των 55 ετών. Μάλιστα, σχεδόν οι μισοί από τους τελευταίους δηλώνουν ως κίνητρο την ανάγκη, γεγονός που υπογραμμίζει με emphaticό τρόπο τις συνέπειες της χρηματοοικονομικής κρίσης η οποία φαίνεται να αναγκάζει άτομα αυτής της ηλικίας να αποφασίζουν να ξεκινήσουν ένα νέο εγχείρημα, σε αυτό το δυσμενές περιβάλλον. Παρ' όλ' αυτά, τα άτομα ηλικίας 25-34 ετών είναι τα πλέον ενεργά σε όρους επιχειρηματικότητας και για το 2008.

Το 2008 οι περισσότεροι νέοι/ επίδοξοι επιχειρηματίες στην Ελλάδα έχουν ολοκληρώσει μόλις τη δευτεροβάθμια **εκπαίδευση** (46,2%), ποσοστό αυξημένο συγκριτικά με πέρυσι. Από την άλλη πλευρά, πάνω από ένας στους τέσσερις επιχειρηματίες είναι κάτοχος μεταπτυχιακού/ διδακτορικού διπλώματος. Η πιο σημαντική αλλαγή σε σύγκριση με το 2007 όμως, αφορά στους νέους/ επίδοξους επιχειρηματίες που έχουν ολοκληρώσει πανεπιστημιακές σπουδές. Το ποσοστό των ατόμων αυτών συρρικνώνεται έντονα και φτάνει σε χαμηλότερα επίπεδα από αυτά του 2006, αντισταθμίζοντας έτσι τη διόγκωση του 2007.

Προσωπικά χαρακτηριστικά των νέων επιχειρηματιών

Ο πρώτος από τους «προσωπικούς» παράγοντες που εξετάζονται στο πλαίσιο του GEM αναφέρεται στην **προσωπική γνωριμία του ερωτώμενου με έναν επιχειρηματία** που έχει ξεκινήσει τη δραστηριότητά του κατά την τελευταία διετία. Μια τέτοια γνωριμία θεωρείται ότι επηρεάζει θετικά όποιον επιθυμεί να εισέλθει στον κόσμο των επιχειρήσεων. Το 2008 αναστρέφεται η πτωτική πορεία των τελευταίων ετών του εν λόγω δείκτη, και η Ελλάδα φτάνει τις επιδόσεις άλλων αναπτυγμένων χωρών. Έτσι, σχεδόν το 40% των Ελλήνων δηλώνει εξοικειωμένο με τη νέα επιχειρηματική δραστηριοποίηση μέσω κάποιου ατόμου στο κοινωνικό περιβάλλον του. Η επίδοση αυτή είναι κατά πολύ υψηλότερη σε σχέση με προηγούμενες χρονιές (29% το 2007 και 32% το 2006).

Οι επιπτώσεις της διεθνούς χρηματοοικονομικής κρίσης φαίνεται ότι επηρέασαν και τις αντιλήψεις των ερωτώμενων σχετικά με την ύπαρξη **προοπτικής ανάπτυξης** κάποιου

εγχειρήματος στην περιοχή που ζουν, τους προσεχείς έξι μήνες. Η επίδοση των Ελλήνων επιχειρηματιών αρχικών σταδίων το 2008 είναι, έτσι, χαμηλότερη σε σύγκριση με τα προηγούμενα χρόνια (28%, έναντι 32% τη προηγούμενη τριετία), αν και κινείται σε υψηλότερα επίπεδα από άλλες ευρωπαϊκές οικονομίες. Εντούτοις, δεδομένου ότι η κρίση αποτελούσε αντικείμενο συζήτησης, παρά είχε απεικονιστεί σε όρους πραγματικής οικονομίας, δε θεωρούνται ακόμα περιγραφικά των δυσμενών επιπτώσεών της.

Παρά την κρίση, οι Έλληνες για άλλη μια χρονιά κατέδειξαν τον υψηλό βαθμό **αυτοπεποίθησής** τους αναφορικά με τις γνώσεις, την ικανότητα και την εμπειρία για να ξεκινήσουν μία νέα επιχείρηση. Μάλιστα, η επίδοση της Ελλάδας (55,3% έναντι 48% το 2007) είναι η 2η υψηλότερη στις χώρες καινοτομίας, υπολειπόμενη ελάχιστα από αυτήν των ΗΠΑ. Δεδομένου όμως, ότι το ποσοστό αυτών που έχουν λάβει εκπαίδευση/κατάρτιση σχετικά με την έναρξη μιας επιχείρησης είναι χαμηλό, τέτοια υπέρμετρη αυτοπεποίθηση δε δικαιολογείται, γεγονός που υπογραμμίζει την υποκειμενικότητα του εξεταζόμενου παράγοντα και τη διαχρονική υπερεκτίμηση των ικανοτήτων τους από τους Έλληνες.

Το 2008 διατηρείται ένα ακόμα παράδοξο των πεποιθήσεων και αντιλήψεων των Ελλήνων νέων/επίδοξων επιχειρηματιών. Ενώ οι τελευταίοι εμφανίζονται σίγουροι για τις ικανότητές τους, διατηρείται σταθερά σε υψηλό επίπεδο το ποσοστό αυτών που φοβούνται την επιχειρηματική αποτυχία (60%, όπως και το 2007). Μάλιστα, η επίδοση αυτή είναι η δεύτερη χειρότερη στο σύνολο του GEM. Γενικότερα, βέβαια, ο παράγοντας αυτός διογκώθηκε σε παγκόσμιο επίπεδο, γεγονός που αποδίδεται στις δυσμενείς οικονομικές συνθήκες του 2008.

Επιχειρηματικότητα και Εκπαίδευση

Από την ειδική έρευνα που διεξήγαγε το GEM το 2008 για το ρόλο της εκπαίδευσης στην επιχειρηματική δραστηριότητα προέκυψαν κάποια ενδιαφέροντα συμπεράσματα. Καταρχήν υπάρχουν σημαντικές διαφορές μεταξύ των χωρών ως προς το ποσοστό συμμετοχής του πληθυσμού σε εκπαίδευση / κατάρτιση σχετικά με την ίδρυση μιας επιχείρησης. Αυτές οι διαφορές, ακόμα και σε χώρες με παρόμοιο επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης, υπογραμμίζουν ότι άλλοι παράγοντες και όχι το βιοτικό επίπεδο, ερμηνεύουν τη συμμετοχή στην εκπαίδευση (όπως π.χ. κοινωνικές συνθήκες, αντιλήψεις, πολιτισμικές διαφορές κ.α.).

Στην Ελλάδα, μόλις το 17% του πληθυσμού - κυρίως άνδρες - έχει συμμετάσχει σε εκπαίδευση/κατάρτιση σχετικά με την έναρξη επιχείρησης (4η χαμηλότερη ανάμεσα στις

χώρες που βασίζουν την οικονομική τους ανάπτυξη στην καινοτομία). Το μεγαλύτερο μάλιστα μέρος αυτή της εκπαίδευσης είναι εθελοντική και έχει γίνει μετά το πέρας της βασικής εκπαίδευσης, φαινόμενο που αν και καταγράφεται στις περισσότερες χώρες, αποτυπώνεται με μεγαλύτερη ένταση στην Ελλάδα. Σημειώνεται επομένως η ανάγκη για πολιτικές που θα έχουν ως στόχο την ενσωμάτωση της υποχρεωτικής παρακολούθησης μαθημάτων σχετικά με την έναρξη μιας επιχείρησης, τουλάχιστον στην τριτοβάθμια εκπαίδευση. Ένα επιτυχημένο παράδειγμα, το οποίο μια χώρα σαν την Ελλάδα, θα μπορούσε να χρησιμοποιήσει ως πρότυπο είναι η Φινλανδία, όπου είναι η χώρα με τη υψηλότερη συμμετοχή σε αυτή τη μορφή εκπαίδευσης. Το γεγονός αυτό αφενός υπογραμμίζει τη θεσμική υποστήριξη που παρέχεται ως προς την εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα, αφετέρου ερμηνεύει την υψηλή θέση της Φινλανδίας στα πιο συνηθισμένα μοντέλα μέτρησης της ανταγωνιστικότητας (WEF, IMD).

Στην Ελλάδα η ευρεία πλειονότητα των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (78%) δεν έχει λάβει κάποια σχετική εκπαίδευση / κατάρτιση στην έναρξη επιχείρησης. Σημειώνεται όμως αυξημένο ενδιαφέρον για εκπαίδευση / κατάρτιση στην έναρξη επιχείρησης από άτομα τα οποία δεν έχουν μέχρι στιγμής σχέση με επιχειρηματικότητα, ποσοστό που σε μεγάλο βαθμό ανταποκρίνεται σε εκείνο το τμήμα του πληθυσμού που σκέφτεται να ιδρύσει μια επιχείρηση στα επόμενα τρία χρόνια. Συνεπώς, η ανάγκη για την ανάπτυξη τέτοιων προγραμμάτων είναι δεδομένη και το ζήτημα είναι πλέον αυτά να ενταχθούν στην επίσημη διαδικασία της εκπαίδευσης ώστε να μην έχουν εθελοντικό και αποσπασματικό, τελικά, χαρακτήρα.

Η επιχειρηματικότητα μπροστά στην κρίση: οι πρώτες ενδείξεις

Με την έρευνα του GEM να κλείνει μια δεκαετία ανάλυσης βασικών δεικτών και χαρακτηριστικών της επιχειρηματικότητας σε πλήθος χωρών, μπορούν πλέον να διατυπωθούν κάποιες πρώτες σκέψεις για την εξάρτηση της επιχειρηματικότητας από τον οικονομικό κύκλο. Η σημερινή δυσμενής οικονομική συγκυρία δε μπορεί παρά να έχει πλήξει αρκετά την επιχειρηματική δραστηριότητα. Αν και οι ουσιαστικές επιπτώσεις θα φανούν στην έρευνα του 2009, ήδη τα ευρήματα του 2008 παρέχουν κάποιες πρώτες ενδείξεις για τις επιπτώσεις της κρίσης, τουλάχιστον σε κάποιες από τις συνιστώσες της επιχειρηματικότητας σε όλες τις χώρες.

Στο πλαίσιο αυτό, η αντίληψη για την ύπαρξη καλών επιχειρηματικών ευκαιριών επηρεάστηκε στην Ελλάδα ήδη από το 2008, ως αποτέλεσμα της επιδείνωσης του οικονομικού κλίματος που προκλήθηκε από τις πρώτες ενδείξεις της κρίσης. Η υποχώρηση

είναι όμως ηπιότερη σε σχέση με άλλες χώρες που αντιμετώπισαν σοβαρότερα προβλήματα όπως π.χ. Ισλανδία, Ιρλανδία, Λετονία και Ουγγαρία. Το παράδοξο όμως είναι ότι τα προηγούμενα χρόνια, όταν η ελληνική οικονομία αναπτυσσόταν με ταχύτατους ρυθμούς, ήταν μάλλον χαμηλό το ποσοστό του πληθυσμού στην Ελλάδα που θεωρούσε ότι θα υπάρξουν καλές επιχειρηματικές ευκαιρίες το επόμενο διάστημα. Επίσης, ο φόβος της αποτυχίας δε φαίνεται να ενισχύεται περαιτέρω το 2008, αυτό όμως συμβαίνει διότι παραμένει διαχρονικά πολύ υψηλός.

Στην Ελλάδα, ίσως η πρώτη επίπτωση από τη «φημολογούμενη» κρίση το 2008 ήταν η σημαντική αύξηση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων λόγω ανάγκης. Οι δυσμενείς προβλέψεις για την εξέλιξη της κρίσης, και η πιθανότητα απώλειας θέσεων εργασίας, ώθησε κάποια άτομα στο να λειτουργήσουν ίσως «προληπτικά» εξασφαλίζοντας για τον εαυτό τους απασχόληση μέσω της αυτοαπασχόλησης. Από την άλλη πλευρά όμως, δε φαίνεται τα περισσότερα εξ ανάγκης εγχειρήματα να υστερούν σε όρους καινοτομίας, με την έννοια ότι προσπαθούν να ενσωματώσουν σε κάποιο βαθμό νέες τεχνολογίες και να προσφέρουν προϊόντα / υπηρεσίες με κάποιον καινοτομικό τρόπο. Πάντως, γενικά η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα δεν επηρεάστηκε ιδιαίτερα το 2008, όμως η εικόνα φαίνεται να αλλάζει πλέον το 2009 προς το δυσμενέστερο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1**ΤΟ ΝΕΟ ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΟΥ GEM**

Το φαινόμενο της επιχειρηματικότητας είναι εξαιρετικά δύσκολο να οριστεί με ακρίβεια. Μολονότι το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM βασίστηκε από την πρώτη στιγμή –η πρώτη έρευνα σε 10 χώρες πραγματοποιήθηκε το 1999- σε έναν κατά το δυνατό γενικό ορισμό, έτσι ώστε η επιχειρηματική δραστηριότητα να μπορεί να μετρηθεί εμπειρικά, διατυπωνόταν πάντα η πεποίθηση ότι ο χρησιμοποιούμενος ορισμός δεν ήταν σε θέση να καλύψει όλες τις πλευρές του φαινομένου. Η ερευνητική προσπάθεια επικεντρώθηκε λοιπόν σε μία βασικά πλευρά, την Επιχειρηματικότητα Αρχικών Σταδίων (Early Stage Entrepreneurial Activity) όπως περιγράφεται στο πλαίσιο του GEM, τη διαδικασία δηλαδή της έναρξης νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων. Βεβαίως η ερευνητική προσπάθεια δεν εξαντλήθηκε σε αυτή την πλευρά του φαινομένου, καθώς, τόσο εξαρχής, όσο και με την πάροδο του χρόνου, άρχισαν να συγκεντρώνονται δεδομένα τόσο για πλευρές που λογικά προηγούνται της απόφασης ενός ατόμου να εισέλθει στον επιχειρηματικό στίβο (π.χ. οι στάσεις της κοινωνίας σχετικά με την επιχειρηματικότητα ή οι εκτιμήσεις των ατομικών ικανοτήτων και γνώσεων), όσο και για πλευρές που έπονται της ίδρυσης νέων επιχειρήσεων (π.χ. η εγκατάλειψη εγχειρημάτων ή η επιχειρηματικότητα των «καθιερωμένων» επιχειρηματιών).

Ένας από τους λόγους για τους οποίους επιδιώχθηκε εξαρχής ο κατά το δυνατόν «γενικότερος» ορισμός της επιχειρηματικότητας ήταν ότι έτσι θεωρήθηκε πως θα ήταν δυνατή η προσέγγιση του φαινομένου ανεξάρτητα από τις ιδιαίτερες μορφές με τις οποίες εκδηλώνεται σε διαφορετικές χώρες και περιοχές του πλανήτη, και κυρίως ανεξάρτητα από το επίπεδο ανάπτυξης αυτών των χωρών. Από μία πλευρά, η προσέγγιση αυτή εξασφάλιζε την απόλυτη συγκρισιμότητα των μετρήσεων σε όλα τα εθνικά περιβάλλοντα. Από την άλλη όμως πλευρά, αποκάλυπτε ένα παράδοξο: ότι υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων εμφάνιζαν οι φτωχές και οι πλούσιες χώρες του πλανήτη, ενώ οι ενδιάμεσες κατέγραφαν γενικά χαμηλότερους δείκτες – μια καμπύλη σχήματος U δηλαδή, όπως επεσήμαιναν οι Εκθέσεις του GEM. Το εννοιολογικό πλαίσιο του GEM μπορούσε εύκολα να εξηγήσει αυτό το παράδοξο με τη διάκριση μεταξύ επιχειρηματικότητας *ανάγκης* και *ευκαιρίας*, με την πρώτη να είναι ιδιαίτερα σημαντική στις φτωχές χώρες του πλανήτη, ενώ η δεύτερη στις πλούσιες. Ωστόσο, παρέμενε ακόμα ένα ερώτημα: με δεδομένο ότι το περιεχόμενο της

επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι πολύ διαφορετικό ανάμεσα στις δύο ομάδες χωρών, μήπως το εννοιολογικό μοντέλο θα έπρεπε να προσδιορισθεί, έτσι ώστε να είναι σε θέση να συμπεριλάβει αυτή τη διαφορά;

Στη δεκαετή του διαδρομή, το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM έχει εισαγάγει σειρά τροποποιήσεων του αρχικού του εννοιολογικού μοντέλου, στην κατεύθυνση της υπέρβασης αυτών των προβλημάτων. Η διαδικασία αυτή οδήγησε στη διαμόρφωση ενός νέου μοντέλου, το οποίο εισάγει δύο σημαντικές διαφορές σε σύγκριση με το παρελθόν. Πρώτον αναγνωρίζει τη σημασία της ανάλυσης διαφόρων πλευρών της επιχειρηματικότητας, αντί της επικέντρωσης αποκλειστικά στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Έτσι εξετάζονται σε κάθε χώρα τρεις πλευρές του επιχειρηματικού φαινομένου: οι στάσεις και οι αντιλήψεις των ατόμων και συνολικά της κοινωνίας απέναντι στην επιχειρηματικότητα, η επιχειρηματική δραστηριότητα και οι επιχειρηματικές φιλοδοξίες εκείνων που αποφασίζουν να εισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο. Δεύτερον, αναγνωρίζει ότι οι τρεις πλευρές της επιχειρηματικότητας έχουν διαφορετική σημασία ανάλογα με το επίπεδο ανάπτυξης, το οποίο θεωρείται ότι προσδιορίζεται από το βασικό χαρακτήρα του οικονομικού συστήματος που κυριαρχεί σε κάθε χώρα. Σε αυτό το πλαίσιο γίνεται πλέον διάκριση ανάμεσα σε τρεις τύπους οικονομιών: εκείνες που βασίζονται στην εκμετάλλευση συντελεστών παραγωγής, εκείνες που βασίζονται στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας και εκείνες που βασίζονται στην εισαγωγή καινοτομιών. Ανάλογη προσέγγιση υιοθετείται άλλωστε και στη μεθοδολογία του WEF όπου οι χώρες διακρίνονται σε: α) χώρες χαμηλού κόστους συντελεστών, όπου τα κριτήρια βασικών απαιτήσεων (υποδομές, υγεία κτλ.) συνεισφέρουν με 60% στην ανταγωνιστική θέση της κάθε χώρας β) χώρες βελτίωσης αποτελεσματικότητας, όπου τα κριτήρια βελτίωσης της αποτελεσματικότητας (ανώτερη εκπαίδευση, τεχνολογική ετοιμότητα, επάρκεια αγοράς προϊόντων και αγοράς εργασίας) συνεισφέρουν στην ανταγωνιστική θέση της κάθε χώρας κατά 50%, γ) χώρες καινοτομίας όπου τα κριτήρια της καινοτομίας και η εξελιγμένη λειτουργία των επιχειρήσεων συμβάλλουν με 50% στην ανταγωνιστική θέση της κάθε χώρας. Όπως θα φανεί αναλυτικότερα στη συνέχεια, το νέο εννοιολογικό μοντέλο του GEM βασίζεται στην ανάλυση των αλληλεπιδράσεων ανάμεσα στις τρεις πλευρές του επιχειρηματικού φαινομένου και τους τρεις τύπους εθνικών οικονομιών.

1. Οι πλευρές της επιχειρηματικότητας

Όπως ήδη αναφέρθηκε, στη διεθνή βιβλιογραφία δεν υπάρχει ένας κοινά αποδεκτός ορισμός της επιχειρηματικότητας. Αντίθετα, σε πολλές επιστημονικές εργασίες που έχουν δημοσιευθεί τα τελευταία χρόνια περιλαμβάνονται κάποιες φορές ολόκληρες λίστες με ορισμούς που έχουν προταθεί κατά καιρούς από επιφανείς οικονομολόγους και θεωρητικούς του management. Ο λόγος που εξηγεί αυτή την πανσπερμία ορισμών είναι σίγουρα ο πολυδιάστατος χαρακτήρας του επιχειρηματικού φαινομένου, με αποτέλεσμα ο κάθε ερευνητής να προτείνει εκείνο τον ορισμό που ο ίδιος κρίνει ότι θα τον βοηθήσει περισσότερο να προσεγγίσει εκείνες τις πλευρές του φαινομένου που τον ενδιαφέρουν.

Ωστόσο, ακολουθώντας, αλλά και ταυτόχρονα απλουστεύοντας κάποιες συμβολές στην πρόσφατη βιβλιογραφία, το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM έχει εισαγάγει μια μεθοδολογία η οποία είναι ταυτόχρονα γενική, με την έννοια ότι αφορά σχεδόν όλα τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματικού φαινομένου, όσο και ικανή να διακρίνει συγκεκριμένες πλευρές του, έτσι ώστε να είναι δυνατή η προσέγγιση των διαφορετικών τρόπων με τους οποίους αυτές εκδηλώνονται σε διαφορετικά εθνικά πλαίσια. Όπως λοιπόν έχει ήδη αναφερθεί, το νέο εννοιολογικό μοντέλο του GEM διακρίνει ανάμεσα σε τρεις πλευρές: α) τις στάσεις και οι αντιλήψεις των ατόμων και συνολικά της κοινωνίας απέναντι στην επιχειρηματικότητα, β) την επιχειρηματική δραστηριότητα και γ) τις επιχειρηματικές φιλοδοξίες εκείνων που αποφασίζουν να εισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο.

1.1 Στάσεις και αντιλήψεις απέναντι στην επιχειρηματικότητα

Η πρώτη πλευρά περιλαμβάνει όλες εκείνες τις προϋποθέσεις, οι οποίες θεωρούνται ότι πρέπει να συντρέχουν έτσι ώστε ένα άτομο να κάνει το βήμα προς την επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Αναγνωρίζεται λοιπόν ότι το κοινωνικό πλαίσιο έχει αποφασιστική σημασία για την επιχειρηματική απόφαση. Αξίζει δε να σημειωθεί ότι το πλαίσιο αυτό αφορά τόσο την πλευρά της προσφοράς επιχειρηματικότητας, όσο και την πλευρά της ζήτησης. Για παράδειγμα, οι εκτιμήσεις ενός συγκεκριμένου ατόμου σχετικά με τις ικανότητές του να εισέλθει στον επιχειρηματικό στίβο, ή το κατά πόσον το κοινωνικό σύνολο ενθαρρύνει την ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, αφορά στην πλευρά της προσφοράς. Από την άλλη πλευρά, η ύπαρξη και η αντίληψη επιχειρηματικών ευκαιριών, ή η εκτίμηση του γενικότερου οικονομικού περιβάλλοντος αφορούν στην πλευρά της ζήτησης.

Οι στάσεις και οι αντιλήψεις για την επιχειρηματικότητα αφορούν βεβαίως πρώτα και κύρια το ίδιο το άτομο. Εδώ υπεισέρχονται παράγοντες τόσο σχετικοί με την αυτοπεποίθηση ενός επίδοξου επιχειρηματία, όσο και σχετικοί με την εκτίμησή του για το επιχειρηματικό περιβάλλον. Και οι δύο ομάδες παραγόντων υποτίθεται ότι έτσι επηρεάζουν την πιθανότητα ένα συγκεκριμένο άτομο να εισέλθει στον επιχειρηματικό στίβο στο επόμενο διάστημα. Σε αυτό το πλαίσιο, το GEM, ήδη από την ίδρυσή του, έχει εισαγάγει πέντε συγκεκριμένους δείκτες οι οποίοι μετρούν τις αντίστοιχες στάσεις και αντιλήψεις των ατόμων σε κάθε χώρα:

- Το ποσοστό των ατόμων που «βλέπουν» καλές επιχειρηματικές ευκαιρίες στον περίγυρό τους στο επόμενο διάστημα.
- Το ποσοστό εκείνων που δηλώνουν ότι ο φόβος της αποτυχίας θα τους απέτρεπε να ξεκινήσουν επιχειρηματική δραστηριότητα.
- Το ποσοστό των ατόμων που γνωρίζουν προσωπικά κάποιον που ίδρυσε μια επιχείρηση πρόσφατα.
- Το ποσοστό εκείνων που πιστεύουν ότι κατέχουν τη γνώση και τις δεξιότητες που απαιτούνται για την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης.
- Το ποσοστό όσων δηλώνουν ότι αναμένουν να εισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο κατά την επόμενη τριετία.

Οι ανωτέρω δείκτες είναι φανερό ότι αφορούν στις αντιλήψεις των ατόμων που απαντούν στην έρευνα πληθυσμού σχετικά με τις ατομικές τους προοπτικές να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά. Ωστόσο, οι ατομικές προοπτικές επηρεάζονται επίσης από τις γενικότερες στάσεις και αντιλήψεις της κοινωνίας μέσα στην οποία λειτουργούν, από τη «φιλικότητα» δηλαδή αυτών των στάσεων και αντιλήψεων προς την επιχειρηματικότητα. Εδώ εμπίπτουν δύο δείκτες που το GEM μετρά συστηματικά, και μάλιστα συλλέγοντας απαντήσεις από το σύνολο του πληθυσμού σε κάθε χώρα και όχι μόνο από όσους ασκούν ήδη επιχειρηματική δραστηριότητα.

- Το ποσοστό των ατόμων που θεωρούν ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα θεωρείται ως επιθυμητή επιλογή σταδιοδρομίας στη χώρα τους.
- Το ποσοστό εκείνων που θεωρούν ότι θέματα σχετικά με την επιχειρηματικότητα καλύπτονται συχνά και συστηματικά από τα ΜΜΕ της χώρας τους.

Η σημασία της πρώτης λοιπόν πλευράς της επιχειρηματικότητας έγκειται στο ότι περιγράφει, κατά κάποιο τρόπο, τα κοινωνικά χαρακτηριστικά της «δεξαμενής» από την οποία αναμένεται να προέλθουν οι νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες σε κάθε χώρα. Ως εκ τούτου, τα χαρακτηριστικά αυτά θα επηρεάσουν αναπόφευκτα τις άλλες δύο πλευρές της επιχειρηματικότητας: την επιχειρηματική δραστηριότητα και τις επιχειρηματικές φιλοδοξίες. Ωστόσο, η επίδραση δεν εκδηλώνεται μόνο σε μία κατεύθυνση, καθώς τόσο η δραστηριότητα, όσο και οι φιλοδοξίες, δεν μπορεί παρά να επιδρούν με τη σειρά τους και στις στάσεις και αντιλήψεις για την επιχειρηματικότητα που επικρατούν σε ένα εθνικό και κοινωνικό πλαίσιο.

1.2 Επιχειρηματική δραστηριότητα

Η δεύτερη πλευρά αφορά άμεσα την ίδια την επιχειρηματική δραστηριότητα και ουσιαστικά αφορά όλες τις παραμέτρους που από την ίδρυσή του προσεγγίζει το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Περιλαμβάνει λοιπόν τα δεδομένα σχετικά με τις διάφορες φάσεις επιχειρηματικής δραστηριότητας στις οποίες βρίσκεται ο πληθυσμός κάθε χώρας που μετέχει στο πρόγραμμα. Πρόκειται δηλαδή για μίαν αποτύπωση των πραγματικών επιχειρηματικών ενεργειών που λαμβάνουν χώρα στη διάρκεια του έτους στο οποίο πραγματοποιείται η έρευνα.

Και στην περίπτωση της δεύτερης πλευράς περιλαμβάνονται έξι συγκεκριμένοι δείκτες, οι οποίοι προσεγγίζονται εμπειρικά ήδη από την έναρξη του ερευνητικού προγράμματος:

- Το ποσοστό των επίδοξων επιχειρηματιών, εκείνων δηλαδή που έχουν ήδη κάνει κάποιες πρώτες ενέργειες για έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας ή έχουν ήδη ιδρύσει μια επιχείρηση η οποία όμως δεν έχει υπερβεί την ηλικία των τριών μηνών.
- Το ποσοστό των ιδρυτών-ιδιοκτητών μιας νέας επιχείρησης, η οποία δηλαδή λειτουργεί για περισσότερους από τρεις αλλά λιγότερους από 42 μήνες.
- Το Δείκτη Επιχειρηματικότητας Αρχικών Σταδίων (TEA) που αποτελεί το άθροισμα των δύο προηγούμενων.
- Το ποσοστό των «καθιερωμένων» επιχειρηματιών, των ιδιοκτητών δηλαδή επιχειρήσεων που έχουν υπερβεί την ηλικία των 42 μηνών και μπορούν άρα να θεωρούνται ότι έχουν καθιερωθεί.

- Το Δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας, που αποτελεί το άθροισμα και του 3^{ου} και του 4^{ου} ανωτέρω, αντιπροσωπεύει δηλαδή το συνολικό ποσοστό των ατόμων που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά σε μια χώρα.
- Το ποσοστό των ατόμων σε κάθε χώρα που, για οποιοδήποτε λόγο, διέκοψαν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα στη διάρκεια του έτους.

Οι παραπάνω δείκτες αφορούν στη μέτρηση συγκεκριμένων μορφών επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ωστόσο, στη δεύτερη πλευρά περιλαμβάνονται ακόμα δύο δείκτες, οι οποίοι αποσκοπούν στο να καταγράψουν βαθύτερα τον τύπο αυτής της δραστηριότητας. Ο πρώτος αφορά τα κίνητρα της επιχειρηματικότητας, ενώ ο δεύτερος τους κλάδους της οικονομίας στους οποίους αυτή εκδηλώνεται. Και πάλι, πρόκειται για δείκτες που πάντα καταγράφονταν στις έρευνες του GEM:

- Ο πρώτος αφορά στη διάκριση ανάμεσα σε επιχειρηματικότητα *ανάγκης* και *ευκαιρίας*, που έχει εισαγάγει το GEM από την ίδρυσή του.
- Ο δεύτερος αφορά στην κλαδική διάσταση της νέας επιχειρηματικότητας που εκδηλώνεται σε ετήσια βάση σε κάθε χώρα.

Όπως συζητήθηκε και για την πρώτη πλευρά, είναι φανερό οι αλληλεπιδράσεις και της δεύτερης με τις άλλες δύο. Έτσι, η επιχειρηματική δραστηριότητα δεν μπορεί παρά επηρεάζει τις επιχειρηματικές φιλοδοξίες, αλλά και τις στάσεις και αντιλήψεις μια κοινωνίας σχετικά με την επιχειρηματικότητα. Δεδομένου ότι, όσο υψηλότερη η επιχειρηματική δραστηριότητα στο πλαίσιο μιας κοινωνίας, τόσο τείνει να ενισχύει αντίστοιχα πρότυπα παραδείγματα (role models) στον πληθυσμό, αυξάνοντας έτσι τη φιλικότητα της κοινωνίας προς την επιχειρηματικότητα.

1.3 Επιχειρηματικές φιλοδοξίες

Το ερευνητικό ενδιαφέρον για το φαινόμενο της επιχειρηματικότητας βασίζεται βεβαίως στην πεποίθηση ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα οδηγεί στην οικονομική ανάπτυξη. Ωστόσο, θα ήταν παράλογο να υποτεθεί ότι όλες οι επιχειρηματικές πρωτοβουλίες προωθούν την ανάπτυξη στον ίδιο βαθμό. Η τρίτη λοιπόν πλευρά αποσκοπεί να διακρίνει εκείνες τις πρωτοβουλίες που παρουσιάζουν το υψηλότερο αναπτυξιακό δυναμικό. Από πλευράς IOBE, η εισαγωγή και η ανάλυση αυτής της τρίτης πλευράς του επιχειρηματικού φαινομένου αποτελεί μια ιδιαίτερα ικανοποιητική

εξέλιξη, με δεδομένη την έμφαση στην «ποιοτική» επιχειρηματικότητα που το Ίδρυμα υποστήριξε με συνέπεια ήδη από την πρώτη Έκθεσή του για την Ελλάδα.

Στην τρίτη, επομένως, πλευρά περιλαμβάνονται μια σειρά από δείκτες, κάποιιοι από τους οποίους μετρώνταν και τα προηγούμενα χρόνια, ενώ κάποιιοι είναι εντελώς νέοι. Επίσης, οι ερευνητές του GEM χρησιμοποιούν και κάποιιους σύνθετους δείκτες που συνδυάζουν επιμέρους μεταβλητές της έρευνας. Οι πιο σημαντικοί λοιπόν δείκτες «ποιοτικής» επιχειρηματικότητας είναι οι εξής:

- Το ποσοστό των ατόμων που προσδοκούν να δημιουργήσουν περισσότερες από 20 νέες θέσεις απασχόλησης μετά την πρώτη πενταετία του εγχειρήματός τους,
- Το ποσοστό εκείνων που θεωρούν ότι το προϊόν ή η υπηρεσία που διαθέτουν στην αγορά κρίνεται ως νέο από την πλειονότητα των πελατών τους.
- Το ποσοστό εκείνων που εκτιμούν ότι αντιμετωπίζουν σχετικά ήπιο ανταγωνισμό.
- Το ποσοστό των ατόμων που δηλώνουν ότι στο εγχείρημά τους χρησιμοποιούν πρόσφατες τεχνολογίες/διεργασίες.
- Το ποσοστό των επίδοξων και νέων επιχειρηματιών που ήδη δραστηριοποιούνται, ή πρόκειται να δραστηριοποιηθούν σε κλάδους υψηλής τεχνολογίας (κατά ΟΟΣΑ).

Και εδώ, βεβαίως, πρέπει να είναι φανερή η αλληλεπίδραση της τρίτης πλευράς με τις δύο προηγούμενες. Όσο πιο «ποιοτική» είναι η επιχειρηματική δραστηριότητα σε μια χώρα, όσο υψηλότερες δηλαδή οι επιδόσεις της στη δημιουργία απασχόλησης, στην καινοτομία και τις νέες τεχνολογίες, τόσο θα επηρεάζονται επί το θετικότερο οι κοινωνικές στάσεις και αντιλήψεις για την επιχειρηματικότητα, ενώ και η ίδια η επιχειρηματική δραστηριότητα θα επηρεάζει ισχυρότερα την οικονομική ανάπτυξη.

2. Επιχειρηματικότητα και στάδιο οικονομικής ανάπτυξης

Μολονότι το φαινόμενο της επιχειρηματικότητας έχει ένα καθολικό χαρακτήρα –κάτι που άλλωστε εξηγεί την προσέγγισή του από το GEM με έναν ενιαίο ορισμό– είναι ταυτόχρονα βέβαιο ότι εκδηλώνεται με διαφορετικές μορφές σε διάφορες χώρες. Προηγούμενες έρευνες έχουν αποκαλύψει ότι η ποσότητα των νέων εγχειρημάτων που ξεκινούν σε ετήσια βάση εξαρτάται από το επίπεδο ανάπτυξης μιας χώρας, και

ιδιαίτερα από το κατά κεφαλήν ΑΕΠ (η περίφημη καμπύλη σχήματος U, όπως έχει ήδη αναφερθεί). Ωστόσο, το κατά κεφαλήν ΑΕΠ είναι ένας απλός ποσοτικός δείκτης, ο οποίος από μόνος του δεν είναι σε θέση να περιγράψει τη διαφορετική πραγματικότητα, και άρα τις διαφορετικές πραγματικές συνθήκες υπό τις οποίες εκδηλώνεται η επιχειρηματική δραστηριότητα ανάλογα με τα δομικά χαρακτηριστικά των οικονομιών των διαφόρων χωρών.

Για να ξεπεράσει αυτό το πρόβλημα, από το 2009 το GEM έχει εισαγάγει την κατάταξη των χωρών σε τρεις κατηγορίες, όπως πρότειναν οι Porter et al το 2002, με βάση τη μορφή της οικονομίας που κυριαρχεί σε κάθε έναν. Μολονότι λοιπόν το κατά κεφαλήν ΑΕΠ εξακολουθεί να αποτελεί βασική μεταβλητή, θεωρείται ότι οι τρεις τύποι οικονομιών –που χαρακτηρίζονται από χαμηλά, μεσαία και υψηλά επίπεδα κατά κεφαλήν ΑΕΠ- δεν διαφέρουν απλώς ως προς το ποσοτικό επίπεδο αυτής της μεταβλητής, αλλά και ως προς το βασικό χαρακτήρα της οικονομικής δραστηριότητας που επικρατεί. Οι τρεις κατηγορίες χωρών-οικονομιών είναι οι εξής:

2.1 Οικονομίες που βασίζονται στην εκμετάλλευση συντελεστών παραγωγής

Στις οικονομίες αυτές το μεγαλύτερο μέρος του οικονομικά ενεργού πληθυσμού κατευθύνεται σε δραστηριότητες που αποσκοπούν στην εκμετάλλευση πρωτογενών συντελεστών παραγωγής. Ο αγροτικός τομέας απορροφά την κύρια μερίδα της απασχόλησης, κάτι που σημαίνει ότι πρόκειται για κοινωνίες με χαμηλό βαθμό αστικοποίησης. Σε αυτές τις συνθήκες, είναι εύλογο ότι ένα μεγάλο μέρος της παραγωγής προορίζεται για ιδιοκατανάλωση, ενώ ακόμα και το μέρος της παραγωγής που εμπορευματοποιείται διατίθεται για κατανάλωση σε τοπικές αγορές. Η εξωστρέφεια αυτών των οικονομιών είναι σχετικά μικρή, εκτός βέβαια από επιλεγμένα προϊόντα –είτε αγροτικά, είτε ορυκτά- τα οποία μια χώρα μπορεί να διαθέτει σε μεγάλες ποσότητες. Η επιχειρηματικότητα που εκδηλώνεται σε αυτό τον τύπο οικονομιών μπορεί να είναι ποσοτικά υψηλή, αλλά είναι χαμηλής ποιότητας, καθώς επικρατεί η λεγόμενη επιχειρηματικότητα ανάγκης, η επιχειρηματική ενασχόληση δηλαδή λόγω έλλειψης ευκαιριών μισθωτής απασχόλησης.

2.2 Οικονομίες που βασίζονται στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας

Καθώς η οικονομία αναπτύσσεται, αρχίζει να εμφανίζεται ένας νεαρός βιομηχανικός-μεταποιητικός τομέας, συχνά βασιζόμενος στην επεξεργασία των πρωτογενών πόρων κάθε χώρας. Η εμφάνιση της μεταποίησης οδηγεί στην εμφάνιση και ενδυνάμωση

νών θεσμών, οι οποίοι μπορεί με να προϋπήρχαν αλλά σε εμβρυακό στάδιο, όπως είναι το τραπεζικό σύστημα και ο θεσμός της μισθωτής εργασίας. Σε αυτό το νέο πλαίσιο, η οικονομική επιτυχία εξαρτάται όλο και περισσότερο από την επίτευξη οικονομιών κλίμακας και εύρους. Με αυτή την έννοια, θεωρείται ότι η επιδίωξη οικονομικής αποτελεσματικότητας συνιστά τη βασική κινητήρια δύναμη αυτής της φάσης. Στο νέο αυτό περιβάλλον διαφοροποιούνται τόσο τα κίνητρα, όσο και τα περιεχόμενα της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι αυξημένες δυνατότητες μισθωτής απασχόλησης μειώνουν τη σημασία της επιχειρηματικότητας ανάγκης. Από την άλλη πλευρά, η ανάπτυξη του μεταποιητικού τομέα δημιουργεί νέες δυνατότητες λειτουργίας μικρών βιοτεχνικών επιχειρήσεων, με κύριο αντικείμενο τον εφοδιασμό των μεγαλύτερων με ενδιάμεσα αγαθά. Ενώ λοιπόν μειώνεται η επιχειρηματικότητα ανάγκης, ταυτόχρονα αυξάνεται η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας.

2.3 Οικονομίες που βασίζονται στην εκμετάλλευση της καινοτομίας

Η άνοδος της βιομηχανικής παραγωγής οδηγεί στην ανάπτυξη των εισοδημάτων του πληθυσμού, κάτι που, με τη σειρά του, οδηγεί σε σημαντικές αλλαγές στη ζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών. Εμφανίζονται νησίδες αγοράς στις οποίες πλέον μπορούν να απευθυνθούν τόσο οι μεγάλες βιομηχανικές επιχειρήσεις, όσο και νεοϊδρυόμενες με εξαιρετικά εξειδικευμένες παραγωγικές δυνατότητες. Από την άλλη πλευρά, η άνοδος των εισοδημάτων δημιουργεί ζήτηση για όλο περισσότερες και πιο εξειδικευμένες υπηρεσίες, αυξάνοντας έτσι το ειδικό βάρος των υπηρεσιών στο ΑΕΠ σε βάρος της μεταποίησης. Σε αντίθεση με τον προηγούμενο τύπο, όπου η κινητήρια δύναμη ήταν η επιδίωξη οικονομικής αποτελεσματικότητας, εδώ κινητήρια δύναμη είναι η ικανότητα παραγωγής καινοτομιών, τόσο στον δευτερογενή όσο και στον τριτογενή τομέα. Και πάλι, το νέο πλαίσιο διαφοροποιεί τα κίνητρα, και το περιεχόμενο της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας υπερτερεί συντριπτικά της επιχειρηματικότητας ανάγκης. Από την άλλη πλευρά, η δυνατότητα διάθεσης προϊόντων και υπηρεσιών σε μικρές σχετικά νησίδες αγοράς, διευκολύνει την ίδρυση και επιτυχία μικρών και εξειδικευμένων επιχειρήσεων που βασίζουν τη λειτουργία τους στη γνώση και την τεχνολογία.

Βεβαίως, η επιχειρηματική δραστηριότητα είναι παρούσα και σημαντική και στους τρεις τύπους οικονομιών. Ωστόσο, όπως φάνηκε από τα παραπάνω, τόσο τα κίνητρα, όσο και ο χαρακτήρας της διαφοροποιείται σημαντικά ανάλογα με το επίπεδο ανάπτυξης. Οι τρεις πλευρές της επιχειρηματικότητας που συζητήθηκαν στο προηγούμενο μέρος εξακολουθούν να έχουν τη σημασία τους και στους τρεις τύπους

οικονομιών. Και πάλι, όμως, η σχετική τους σημασία διαφοροποιείται ανάλογα με το επίπεδο ανάπτυξης. Για παράδειγμα, οι επιχειρηματικές φιλοδοξίες είναι λογικό να αναμένεται ότι θα είναι σημαντικότερος παράγων στις οικονομίες που βασίζονται στην αποτελεσματικότητα και την καινοτομία, δεδομένου ότι οι νέες επιχειρήσεις που ξεκινούν σε τέτοια περιβάλλοντα, μπορούν να προσβλέπουν σε υψηλότερες δυνατότητες επιτυχίας και ανάπτυξης. Αντίθετα, οι επιχειρηματικές στάσεις και αντιλήψεις έχουν μεν σημασία και στους τρεις τύπους οικονομιών, αλλά είναι ιδιαίτερης σημασίας στον πρώτο, όταν το κίνητρο της επιχειρηματικότητας ανάγκης είναι βασικό για την εξασφάλιση του βιοπορισμού ενός σημαντικού μέρους του πληθυσμού.

3. Το νέο εννοιολογικό μοντέλο του GEM

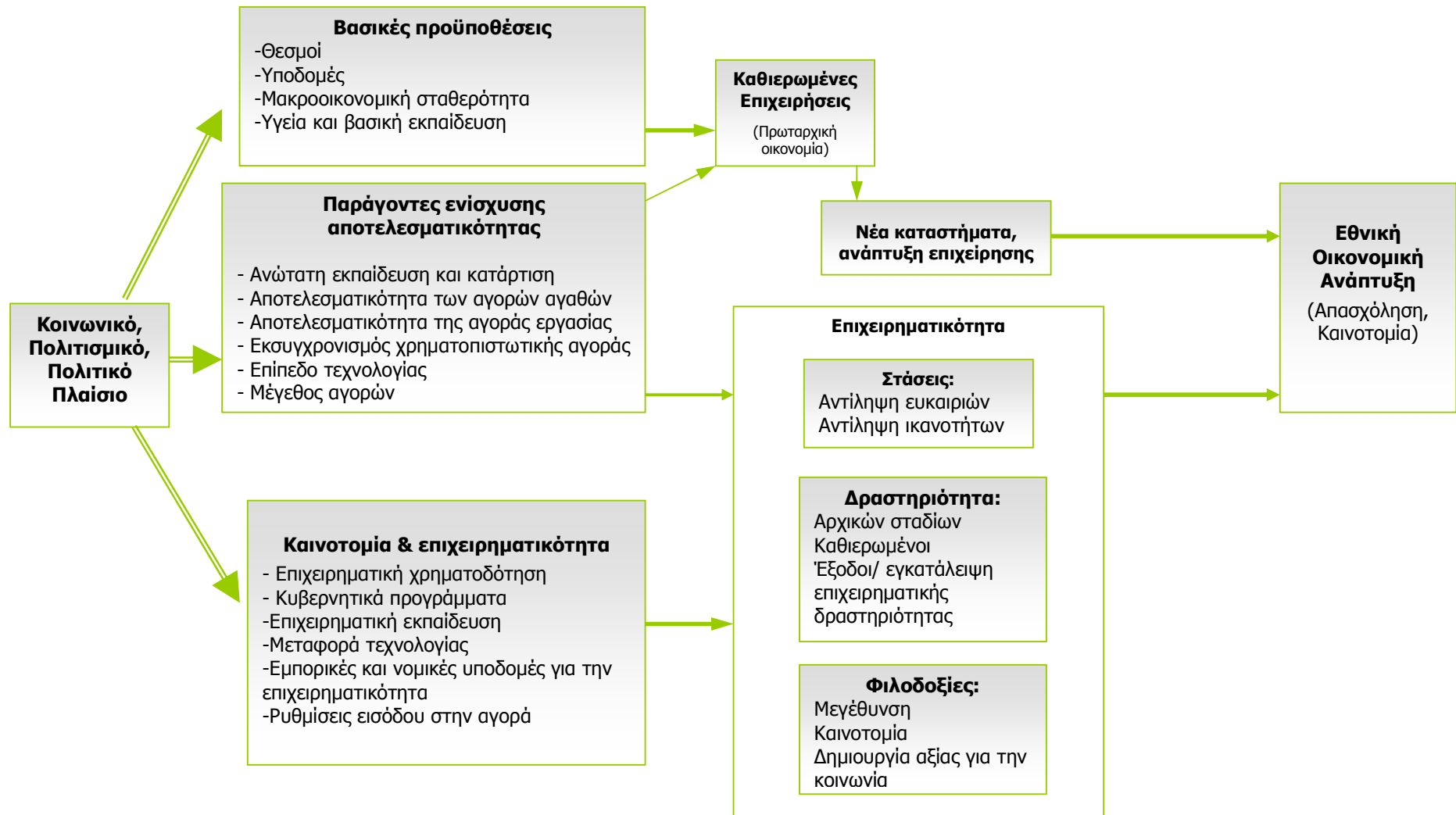
Το νέο εννοιολογικό μοντέλο του GEM βασίζεται ακριβώς στην αλληλεπίδραση ανάμεσα στις τρεις πλευρές της επιχειρηματικότητας και τους τρεις τύπους οικονομικής ανάπτυξης. Όπως και στο προηγούμενο μοντέλο, η οικονομική δραστηριότητα υποτίθεται ότι εξαρτάται αποφασιστικά από το κοινωνικό, πολιτισμικό και πολιτικό πλαίσιο κάθε χώρας. Το πλαίσιο αυτό προσδιορίζει μια σειρά παραγόντων που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα, τους οποίους το GEM περιγράφει ως Διαστάσεις του Επιχειρηματικού Πλαισίου (Entrepreneurial Framework Conditions). Με τη σειρά τους, οι Διαστάσεις αυτές επιδρούν στην οικονομική δραστηριότητα γενικά, μέσω της επίδρασής τους τόσο στη λειτουργία των καθιερωμένων επιχειρήσεων, όσο και στην ίδρυση νέων.

Ωστόσο, η σημασία των Διαστάσεων του Επιχειρηματικού Πλαισίου διαφέρει ανάλογα με το επίπεδο ανάπτυξης κάθε χώρας. Για παράδειγμα, υπάρχουν κάποιες βασικές συνθήκες ή προϋποθέσεις –όπως κάποιοι βασικοί θεσμοί, βασικές υποδομές, καθώς τα επίπεδα υγείας και παιδείας- οι οποίες επηρεάζουν άμεσα το πλαίσιο της οικονομικής δραστηριότητας ακόμα και στις οικονομίες που βασίζονται στην εκμετάλλευση συντελεστών παραγωγής. Άλλες διαστάσεις σχετίζονται περισσότερο με οικονομίες που βασίζονται στην προώθηση της αποτελεσματικότητας, όπως είναι η ανώτατη εκπαίδευση, η αποτελεσματικότητα των αγορών προϊόντων και εργασίας, το μέγεθος των αγορών, κ.α.. Τέλος, η σημασία κάποιων άλλων διαστάσεων είναι πολύ υψηλότερη για οικονομίες που βασίζονται στην καινοτομία, όπως η ευκολία της επιχειρηματικής χρηματοδότησης, η ύπαρξη κυβερνητικών προγραμμάτων ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, η μεταφορά τεχνολογίας, κα.

Η πρώτη ομάδα Διαστάσεων –οι Βασικές Προϋποθέσεις- επιδρούν σε ολόκληρη την οικονομική δραστηριότητα μιας χώρας. Με αυτή την έννοια, ο ρόλος τους είναι σημαντικότερος για τις καθιερωμένες οικονομικές δραστηριότητες, παρά για την επιχειρηματικότητα, με την έννοια της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων και δραστηριοτήτων. Η δεύτερη ομάδα –την οποία το GEM περιγράφει ως «διαστάσεις που προωθούν την αποτελεσματικότητα»- επηρεάζουν τόσο τις καθιερωμένες οικονομικές δραστηριότητες, όσο και τη νέα επιχειρηματικότητα. Για τις πρώτες, οι διαστάσεις αυτές ενισχύουν την αποτελεσματικότητα, επιτρέποντάς τους να επιτύχουν οικονομίες κλίμακας και εύρους. Από την άλλη πλευρά, η νέα επιχειρηματικότητα ευνοείται από τις νέες ευκαιρίες που δημιουργούνται στην αγορά και τις οποίες είναι σε θέση να εκμεταλλευτεί με αποτελεσματικότερες μεθόδους από αυτές που επικρατούσαν στο παρελθόν. Τέλος, η τρίτη ομάδα –την οποία το GEM αποδίδει με τον όρο Διαστάσεις Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας- επηρεάζει άμεσα την επιχειρηματική δραστηριότητα, ιδιαίτερα μάλιστα στον τύπο οικονομιών που βασίζονται στην εισαγωγή καινοτομιών. Είναι φανερό ότι σε αυτές τις οικονομίες οι διαστάσεις που αφορούν τόσο την αντίληψη και την εκμετάλλευση νησιδων αγοράς, όσο και τη δημιουργία «ποιοτικών» επιχειρήσεων υψηλών δυνατοτήτων ανάπτυξης, αποκτούν μεγαλύτερη σημασία.

Ταυτόχρονα, καθίσταται σαφές το γεγονός ότι οι δύο τελευταίες ομάδες –οι διαστάσεις που προωθούν την αποτελεσματικότητα και εκείνες που ενισχύουν την καινοτομία- έχουν τις πλέον άμεσες επιπτώσεις στην επιχειρηματικότητα που εκδηλώνεται σε μια χώρα. Ωστόσο, είναι σημαντικό να υπογραμμιστεί ότι όλες οι Διαστάσεις του Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος επιδρούν και στις τρεις πλευρές της επιχειρηματικότητας που συζητήθηκαν προηγουμένως: τις επιχειρηματικές στάσεις και αντιλήψεις, την επιχειρηματική δραστηριότητα και τις επιχειρηματικές φιλοδοξίες. Από την άλλη πλευρά, όπως έχει επίσης συζητηθεί, οι τρεις πλευρές έχουν τελικά διαφορετική σημασία στον κάθε τύπο οικονομικής ανάπτυξης.

Με βάση τα συστατικά που συζητήθηκαν παραπάνω, το νέο εννοιολογικό μοντέλο του GEM έχει τη μορφή που αποτυπώνεται στο σχήμα που ακολουθεί.



Οι Διαστάσεις του Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος επιδρούν στην οικονομική ανάπτυξη από δύο δρόμους. Ο πρώτος είναι μέσω της λειτουργίας των καθιερωμένων επιχειρήσεων, οι οποίες παράγουν ένα μεγάλο μέρος του ΑΕΠ και προσφέρουν ένα μεγάλο μέρος των θέσεων εργασίας σε μια οικονομία. Ο δεύτερος δρόμος είναι με την άμεση επίδρασή τους στη νέα επιχειρηματικότητα, τη δημιουργία δηλαδή νέων επιχειρήσεων. Ωστόσο, θα ήταν λάθος να θεωρηθεί ότι οι δύο δρόμοι είναι ανεξάρτητοι μεταξύ τους. Οι μεγάλες καθιερωμένες επιχειρήσεις λειτουργούν και οι ίδιες επιχειρηματικά, καθώς μεγεθύνονται, δημιουργούν νέα προϊόντα και υπηρεσίες, νέες δραστηριότητες και ανοίγουν σε νέες αγορές. Από την άλλη πλευρά, υπάρχει μια αμφίδρομη αλληλεπίδραση ανάμεσα στις μεγάλες επιχειρήσεις και τις νεοϊδρυόμενες που αποτελούν τα αποτελέσματα της νέας επιχειρηματικότητας. Η αλληλεπίδραση αυτή είναι σημαντική για την αναπτυξιακή δυναμική και των δύο ομάδων, όπως αποτυπώνεται στο παραπάνω μοντέλο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ****2.1. Η εξέλιξη των βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα**

Το 2008 χαρακτηρίζεται από την εκρηκτική άνοδο του βασικού δείκτη επιχειρηματικότητας που μετράται στο πλαίσιο του GEM. Πρόκειται για το επίπεδο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων (Early-Stage Entrepreneurial activity) που εκδηλώνεται σε μια οικονομία και η οποία περιλαμβάνει δύο κατηγορίες ατόμων: τους επίδοξους επιχειρηματίες και τους νέους επιχειρηματίες¹. Από την έρευνα του 2008 προκύπτει ότι στην Ελλάδα την προηγούμενη χρονιά ένα 9,86% του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών –περίπου 670.000 άτομα - βρισκόταν στα αρχικά στάδια έναρξης μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης). Τα άτομα αυτά είχαν, κατά την περίοδο της έρευνας, προχωρήσει σε κάποιες προκαταρτικές ενέργειες στην κατεύθυνση έναρξης μιας επιχείρησης (επίδοξοι επιχειρηματίες), ή είχαν ήδη ξεκινήσει μια νέα δραστηριότητα και είχαν πληρώσει μισθούς για τουλάχιστον τρεις μήνες, αλλά λιγότερο από 42 μήνες (νέοι επιχειρηματίες).

Από το σχετικό πίνακα (Πίνακας 2.1α), όπου αποτυπώνεται η εξέλιξη όλων των δεικτών της επιχειρηματικότητας που μετρώνται στο πλαίσιο του GEM στην Ελλάδα την τελευταία πενταετία, διαπιστώνεται ότι η επίδοση αυτή είναι η υψηλότερη που έχει καταγραφεί για την Ελλάδα και διορθώνει έτσι την έντονη πτώση που είχε σημειωθεί το 2007. Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι, η άνοδος είναι μεγαλύτερη στους νέους επιχειρηματίες, οι οποίοι φθάνουν στο 4,6% του πληθυσμού (περίπου 300 χιλ. άτομα), και αποτελούν σχεδόν το 47% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων.

¹ Σε αδρές γραμμές οι επίδοξοι επιχειρηματίες είναι τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που – κατά το τελευταίο 12-μηνο από τη στιγμή της έρευνας- είχαν ξεκινήσει κάποιες προκαταρτικές ενέργειες στην κατεύθυνση έναρξης ενός νέου εγχειρήματος στο οποίο θα είναι είτε αποκλειστικοί ιδιοκτήτες, είτε θα συνεταιρίζονται με κάποιο άλλο άτομο. Εδώ περιλαμβάνονται και όσοι ενδεχομένως έχουν ήδη ξεκινήσει τη λειτουργία της επιχείρησής τους, εφόσον αυτή λειτουργεί όμως για διάστημα μικρότερο των τριών μηνών. Οι νέοι επιχειρηματίες, είναι τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που είναι ιδιοκτήτες ή συνιδιοκτήτες ενός νέου εγχειρήματος που λειτουργεί για τουλάχιστον τρεις, αλλά όχι περισσότερους από 42 μήνες. Αναλυτικότερα στοιχεία πάντως για τους βασικούς ορισμούς και τύπους επιχειρηματικότητας που υιοθετούνται στο πλαίσιο του GEM αποδίδονται στο Παράρτημα.

Πίνακας 2.1α*Εξέλιξη βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών)*

	Επίδοξη επιχειρηματικότητα	Νέα Επιχειρηματικότητα	Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένη επιχειρηματικότητα	Συνολική Επιχειρηματικότητα	Γυναικεία επιχειρηματικότητα
2004	3,7%	2,2%	5,8%	8,8%	14,6%	2,9%
2005	5,2%	1,6%	6,5%	10,5%	16,4%	3,4%
2006	5,6%	2,3%	7,9%	8,2%	16,2%	4,7%
2007	4,6%	1,1%	5,7%	13,3%	18,7%	3,5%
2008	5,3%	4,6%	9,9%	12,6%	22,0%	7,7%
Μέσος όρος	4,9%	2,4%	7,2%	10,7%	18,3%	4,4%

*Πηγή: GEM, Επεξεργασία στοιχείων IOBE***Πίνακας 2.1β***Εξέλιξη βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών)*

	Πρόθεση έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας	Αναστολή λειτουργίας επιχείρησης	Άτυποι επενδυτές
2004	13,4%	2,6%	2,6%
2005	15,4%	3,0%	2,6%
2006	14,1%	2,7%	3,0%
2007	13,7%	2,6%	2,6%
2008	16,6%	2,3%	1,8%
Μέσος όρος πενταετίας	14,6%	2,6%	2,5%

Πηγή: GEM, Επεξεργασία στοιχείων IOBE

Για πρώτη φορά δηλαδή, όσοι έχουν ήδη ξεκινήσει το εγχείρημά τους και είναι μόνοι ή μαζί με άλλους ιδιοκτήτες μίας νέας επιχείρησης (κάτω από 3,5 χρόνια ζωής), αποτελούν ένα τόσο μεγάλο μέρος της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων (τέσσερις στους εννέα), όταν στις υπόλοιπες χρονιές, οι επίδοξοι επιχειρηματίες ήταν σημαντικά περισσότεροι. Άρα, το 2008 φαίνεται ότι ένα μεγάλο μέρος των επίδοξων επιχειρηματιών – που ενδεχομένως είχαν σωρευτεί και από προηγούμενες χρονιές – πράγματι προχώρησε στην έναρξη λειτουργίας του εγχειρήματός του.

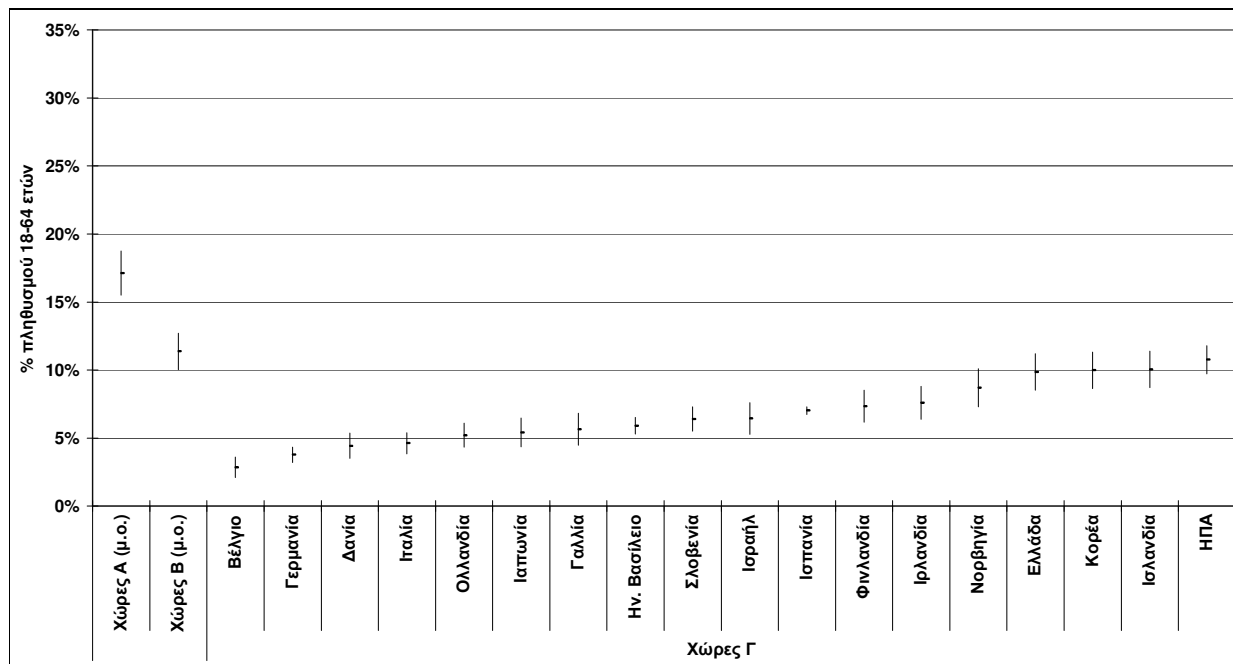
Ταυτόχρονα, και με δεδομένο το σχετικά υψηλό επίπεδο καθιερωμένης επιχειρηματικότητας² που καταγράφεται διαχρονικά στην Ελλάδα, λόγω της υψηλής αυτοαπασχόλησης (12% στη φετινή έρευνα), ο δείκτης συνολικής επιχειρηματικότητας σημειώνει 22%, την υψηλότερη επίδοση που έχει καταγραφεί σε αυτόν το δείκτη. Έτσι, λαμβάνοντας υπ' όψη όλες τις κατηγορίες επιχειρηματιών που

² Η έννοια της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας αποδίδει το ποσοστό των ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που είναι ιδιοκτήτες ή συμμετέχουν στη διοίκηση μιας καθιερωμένης επιχείρησης, δηλαδή μιας επιχείρησης που λειτουργεί για περισσότερους από 42 μήνες (βλ. και παράρτημα ορισμών).

μετρώνται στο πλαίσιο του GEM, προκύπτει ότι, τελικά το 22% του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών (σχεδόν 1,5 εκατ. άτομα) είχε κάποιου τύπου επιχειρηματική δραστηριοποίηση κατά το 2008: βρισκόταν είτε στα αρχικά στάδια έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας ή συμμετείχε στην ιδιοκτησία μιας επιχείρησης, ή ήταν αυτοαπασχολούμενο, ή πωλούσε αγαθά / υπηρεσίες σε τρίτους. Η επίδοση αυτή είναι και η υψηλότερη για το 2008 στην Ε.Ε., όμως θα πρέπει να σημειωθεί πως γενικά υψηλές επιδόσεις στο δείκτη αυτόν έχουν χώρες που βρίσκονται σε χαμηλότερο επίπεδο ανάπτυξης. Συγκεκριμένα, με την επίδοσή της στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων η Ελλάδα κατατάσσεται στην 19η θέση (σε 43 χώρες), όμως στην ευρωπαϊκή ζώνη βρίσκεται στην 3^η θέση, πίσω μόλις από την ΠΔΓΜ και την Ισλανδία.

Διάγραμμα 2.1

Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (νέοι και επίδοξοι επιχειρηματίες) ανά χώρα το 2008 (95% διάστημα εμπιστοσύνης)



Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Όπως αναφέρθηκε και στο Κεφάλαιο 1, στη φετινή έρευνα του GEM εισάγεται ένας διαφορετικός τρόπος ομαδοποίησης των χωρών που συμμετέχουν στο πρόγραμμα. Πιο συγκεκριμένα, οι εξεταζόμενες χώρες διακρίνονται σε οικονομίες που βασίζονται: α) στο χαμηλό κόστος συντελεστών (χώρες τύπου Α), β) στη βελτίωση της

αποτελεσματικότητας (χώρες τύπου Β) και γ) στην καινοτομία (χώρες τύπου Γ), παρ' όλο που αναγνωρίζεται ότι κάποιες βρίσκονται αυτή τη στιγμή σε φάση μετάβασης³. Όπως διαπιστώνεται από το Διάγραμμα 2.1, οι περισσότερες οικονομίες που στηρίζονται στην καινοτομία (χώρες τύπου Γ) παρουσιάζουν σχετικά χαμηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Αντίθετα, οι χώρες τύπου Α εμφανίζουν πολύ υψηλούς αντίστοιχους δείκτες, ενώ οι χώρες τύπου Β είναι πιο ανομοιογενείς. Όπως θα φανεί και στη συνέχεια της ανάλυσης, οι διαφοροποιήσεις που καταγράφονται εξαρτώνται άμεσα από το είδος της επιχειρηματικότητας και κυρίως τα κίνητρα που τη διέπουν. Αυτό σημαίνει ότι υψηλοί δείκτες επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων δεν είναι απαραίτητα επιθυμητοί, εφόσον είναι αποτέλεσμα ανάγκης. Έτσι σε οικονομίες που βασίζονται στην εκμετάλλευση συντελεστών, η μείωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ενδεχομένως να συνιστά θετική εξέλιξη, καθώς μπορεί να δημιουργούνται επαρκείς νέες θέσεις εργασίας σε υφιστάμενες επιχειρήσεις, σαφής ένδειξη μιας περισσότερο αναπτυξιακής δυναμικής της αντίστοιχης οικονομίας.

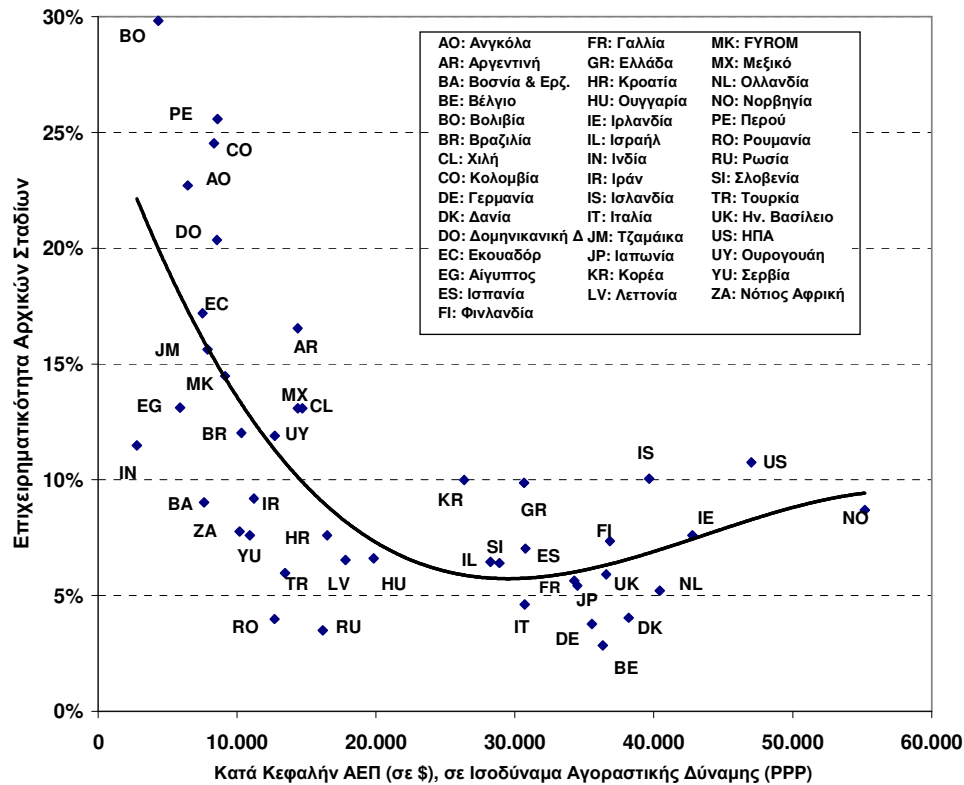
Έχει αναφερθεί άλλωστε σε αρκετές εκθέσεις του GEM και έχει αποδειχθεί συστηματικά από την εμπειρική έρευνα ότι η σχέση μεταξύ αυτού του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων και της οικονομικής ανάπτυξης μιας χώρας είναι συνήθως σχήματος U (Διάγραμμα 2.2).

Οι αναπτυσσόμενες χώρες με χαμηλό κατά κεφαλή εισόδημα χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη πολλών πολύ μικρών επιχειρήσεων, με υψηλό ρυθμό γεννήσεων / θανάτων επιχειρήσεων, άρα και υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Όσο το βιοτικό επίπεδο αυτών των χωρών βελτιώνεται και αυτές αναπτύσσονται, αποκτούν ταυτόχρονα χαρακτηριστικά πιο ανεπτυγμένων οικονομιών. Σταδιακά ο ρόλος των μεγαλύτερων και πιο καθιερωμένων επιχειρηματικών μονάδων γίνεται σημαντικότερος λόγω καλύτερων οικονομιών κλίμακας και έτσι αυτές οι επιχειρήσεις είναι σε θέση να καλύψουν επιτυχέστερα την αυξανόμενη ζήτηση. Σε αυτήν τη διαδικασία δε θα πρέπει να αγνοείται επίσης η επίτευξη μακροοικονομικής και πολιτικής σταθερότητας, η οποία επιτρέπει, εκτός από συνολικά ταχύτερη μεγέθυνση, την ανάπτυξη των θεσμών και τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

³ Στις χώρες χαμηλού κόστους (Α) περιλαμβάνονται οι: Αγκόλα, Βολιβία, Βοσνία- Ερζεγοβίνη*, Κολομβία*, Εκουαδόρ*, Αίγυπτος, Ινδία και Ιράν*. Στις χώρες βελτίωσης της αποτελεσματικότητας (Β) περιλαμβάνονται οι: Αργεντινή, Βραζιλία, Χιλή, Κροατία*, Δομινικανή Δημοκρατία, Ουγγαρία*, Τζαμάικα, Λετονία, FYROM, Μεξικό, Περού, Ρουμανία, Ρωσία, Σερβία, Νότιος Αφρική, Τουρκία και Ουρουγουάη. Στις χώρες καινοτομίας (Γ) περιλαμβάνονται οι: Βέλγιο, Δανία, Φινλανδία, Γαλλία, Γερμανία, Ελλάδα, Ισλανδία, Ιρλανδία, Ισραήλ, Ιταλία, Ιαπωνία, Νότιος Κορέα, Ολλανδία, Νορβηγία, Σλοβενία, Ισπανία, Ηνωμένο Βασίλειο και ΗΠΑ. Οι χώρες με αστερίσκο (8) είναι αυτές που θεωρείται ότι βρίσκονται σε φάση μετάβασης στην επόμενη κατηγορία χωρών / οικονομικής ανάπτυξης.

Διάγραμμα 2.2

Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων και κατά κεφαλή ΑΕΠ (2008)



Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Οι επιχειρήσεις δηλαδή αναπτύσσονται, μεγαλώνουν και είναι τελικά σε θέση να προσφέρουν ελκυστικότερο περιβάλλον εργασίας σε δυνητικούς μικρούς επιχειρηματίες, με αποτέλεσμα να προκύπτουν χαμηλά επίπεδα επιχειρηματικότητας.

Αυτό σημαίνει, επομένως, ότι στις αναπτυσσόμενες χώρες η μείωση στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ενδεχομένως να αποτελεί ένδειξη ανάπτυξης και μετάβασης σε υψηλότερο βιοτικό επίπεδο. Από την άλλη πλευρά όμως, μετά από μία μακρά αναπτυξιακή διαδικασία, η μακροοικονομική και πολιτική σταθερότητα, καθώς και ο αυξανόμενος ρόλος των καθιερωμένων επιχειρήσεων, μπορούν να επιτρέψουν σε περισσότερα πλέον άτομα να ρισκάρουν και να αναζητήσουν μόνα τους μια επιχειρηματική ευκαιρία. Σε κάθε περίπτωση πάντως, είναι σαφές ότι αν και δεν ακολουθούν διαχρονικά όλες οι χώρες το σχήμα αυτό, οι ετήσιες έρευνες του GEM δείχνουν μία συνεκτικότητα σε αυτή τη σχέση U.

Το γεγονός ότι η παραπάνω διαδικασία δεν ακολουθείται με τον ίδιο τρόπο από όλες τις χώρες, ερμηνεύεται από την ύπαρξη πλήθους διαφορετικών εθνικών, ιστορικών, δημογραφικών, πολιτισμικών και θεσμικών παραμέτρων που επηρεάζουν τελικά τη σχέση της επιχειρηματικότητας και του επιπέδου ανάπτυξης μιας χώρας. Η επιχειρηματικότητα δεν είναι απλώς ένα οικονομικό μέγεθος, αλλά περισσότερο μια κοινωνικοοικονομική διαδικασία και εξαρτάται από πλήθος παραγόντων, ξεχωριστών και χαρακτηριστικών για κάθε χώρα. Από την άλλη πλευρά, χώρες με κοινές παραδόσεις και γεωγραφική εγγύτητα εμφανίζουν κοινές επιδόσεις σε όρους επιχειρηματικότητας και όπως φανερώνει και το σχετικό διάγραμμα βρίσκονται σχετικά κοντά, δημιουργώντας ενιαία clusters. Για παράδειγμα, ένα ευρύ σύνολο χωρών της ΕΕ-15 βρίσκονται στα χαμηλά επίπεδα επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων και κάτω από τη σχετική καμπύλη. Αλλά και χώρες του πρώην ανατολικού μπλοκ και της Κεντρικής Ασίας που βρίσκονται στα αριστερά του διαγράμματος τοποθετούνται επίσης κάτω από τη σχετική καμπύλη, παρ' όλο που διαχρονικά φαίνεται να την προσεγγίζουν όλο και περισσότερο. Ο πληθυσμός στις χώρες αυτές δεν παρουσιάζει έτσι ιδιαίτερη επιχειρηματική δραστηριότητα, σε αντίθεση με τις χώρες της Λατινικής Αμερικής ή τις χώρες της Καραϊβικής που έχουν περίπου το ίδιο κατά κεφαλήν ΑΕΠ. Οι πλουσιότερες, βιομηχανικές χώρες βρίσκονται στα δεξιά και πάνω από την καμπύλη, ενώ μόνο η Ιρλανδία φαίνεται να ξεχωρίζει πιο ευδιάκριτα από την ομάδα των χωρών της Ε.Ε.. Η Ιαπωνία, αν και παρουσιάζει διαχρονικά χαμηλή επιχειρηματική δραστηριότητα, πλέον φαίνεται να πλησιάζει το μέσο όρο της Ευρώπης.

Η άνοδος της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα το 2008 αγγίζει και τις γυναίκες, με το σχετικό ποσοστό να εκτιμάται στο 7,7% των γυναικών 18-64 ετών, επίσης την υψηλότερη επίδοση που έχει σημειωθεί στις έρευνες του GEM. Ενισχύεται επίσης η πρόθεση έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας στο 16,6% (Πίνακας 2.1β), δηλαδή το τμήμα του πληθυσμού 18-64 ετών που δηλώνει ότι έχει σκοπό να ξεκινήσει μια επιχείρηση (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης) τα επόμενα τρία χρόνια. Και αυτή η επίδοση είναι μία από τις υψηλότερες στην Ευρώπη (στο 13,8% ο ευρωπαϊκός μέσος όρος), προοιωνίζοντας με αυτόν τον τρόπο τη συνέχιση μιας σταθερής εισροής στην εκδήλωση νέας επιχειρηματικότητας τα επόμενα χρόνια.

Πίνακας 2.2

Συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών)
ανά χώρα στην Ευρώπη, 2008

	Επίδοξοι επιχειρηματίες	Νέοι επιχειρηματίες	Επιχειρη/κότητα αρχικών σταδίων*	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα
Χώρες Α	10,8	7	17,1	11,2	27,1
Χώρες Β	6,7	4,9	11,5	6,9	17,9
Βέλγιο	2,0	0,9	2,9	2,6	5,3
Γαλλία	3,8	1,9	5,6	2,8	8,2
Γερμανία	2,4	1,5	3,8	4,0	7,7
Δανία	2,3	2,3	4,4	4,4	8,4
Ελλάδα	5,3	4,6	9,9	12,6	22,0
Ην.Βασίλειο	3,1	2,9	5,9	6,0	11,7
ΗΠΑ	5,9	5	10,8	8,3	18,7
Ιαπωνία	3,2	2,3	5,4	7,9	12,7
Ιρλανδία	3,3	4,3	7,6	9,0	16,3
Ισλανδία	6,5	3,6	10,1	7,1	16,7
Ισπανία	3,3	3,9	7,0	9,1	14,8
Ισραήλ	3,5	3,1	6,4	4,5	10,6
Ιταλία	2,0	2,7	4,6	6,5	11,0
Κορέα	3,5	6,5	10,0	12,8	22,6
Νορβηγία	5,0	4	8,7	7,7	15,8
Ολλανδία	2,1	3,2	5,2	7,2	12,3
Σλοβενία	4,1	2,4	6,4	5,6	11,8
Φινλανδία	4,1	3,3	7,3	9,2	16,0
Χώρες Γ	3,6	3,2	6,8	7,1	13,5
Μ.Ο. Ευρώπης	4,46	3,06	6,72	6,26	12,64
Μ.Ο. GEM	6,2	4,6	10,5	7,8	17,8

*Εάν και εφόσον το άτομο εμπλέκεται σε δύο εγχειρήματα και λογίζεται τόσο ως επίδοξος, όσο και νέος επιχειρηματίας, στο άθροισμα προσμετράται μόνο μία φορά, γι' αυτό και παρατηρούνται αποκλίσεις.

Σημ.: Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

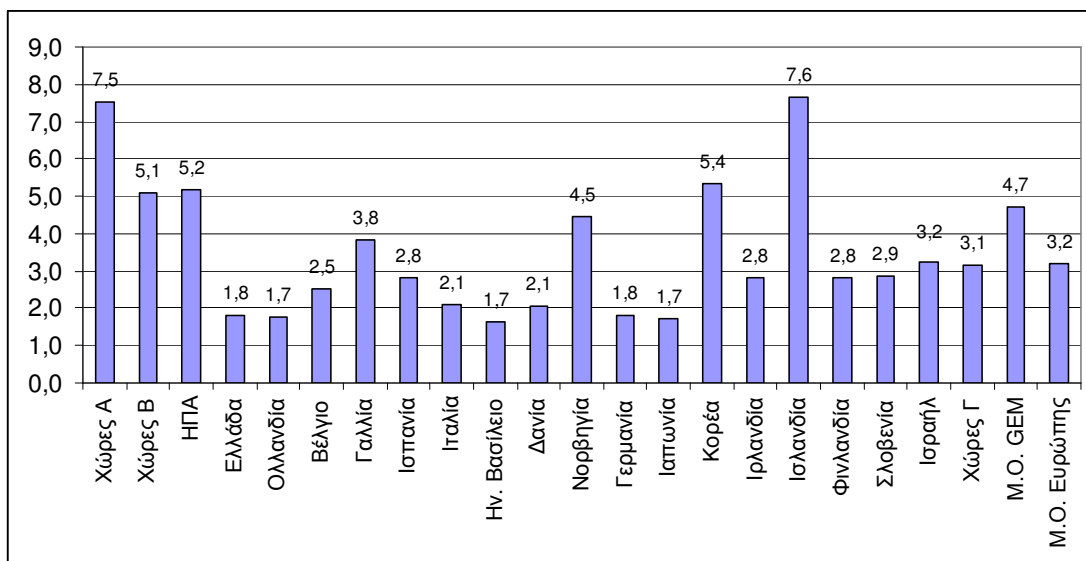
Αντίθετα με την πορεία των περισσότερων δεικτών, το 2008 περιορίζεται εκ νέου το ποσοστό του ελληνικού πληθυσμού που χαρακτηρίζεται ως «άτυπος επενδυτής»⁴. Μόνο το 1,8% του πληθυσμού 18-64 δήλωσε ότι έχει χρηματοδοτήσει κατά την τελευταία τριετία με προσωπικά κεφάλαια ένα νέο εγχείρημα που ξεκίνησε κάποιος άλλος, έναντι 3% το 2006. Είναι μία από τις χαμηλότερες επιδόσεις στην ομάδα των

⁴ Με τον όρο άτυπος επενδυτής ουσιαστικά αποδίδεται στα ελληνικά ο όρος "informal investor". Πρόκειται για τα άτομα που δηλώνουν ότι έχουν χρηματοδοτήσει κατά την τελευταία τριετία με δικούς τους κεφάλαια την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας από κάποιον άλλον, χωρίς δηλαδή οι ίδιοι οι επενδυτές να είναι ιδιοκτήτες ή να ασκούν διευθυντικά καθήκοντα στο νέο εγχείρημα (βλ. και παράρτημα).

χωρών που δίνουν έμφαση στην καινοτομία, γεγονός που μπορεί να θεωρηθεί αποτέλεσμα της αντίδρασης στην επερχόμενη κρίση των ατόμων που εμπλέκονται στην επιχειρηματικότητα. Την υψηλότερη επίδοση για το 2008 παρουσιάζουν η Ισλανδία (7,6% του πληθυσμού), η Νορβηγία (4,6%) και η Κορέα (5,4%). Εν γένει, οι χώρες χαμηλού κόστους οι οποίες έχουν άλλωστε και υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, τείνουν να εμφανίζουν υψηλά ποσοστά άτυπων επενδυτών (μέσος όρος στο 7,5%), καταλαμβάνοντας τις πρώτες θέσεις της σχετικής κατάταξης (Διάγραμμα 2.3).

Διάγραμμα 2.3

Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-24 ετών που χρηματοδότησαν με προσωπικά κεφάλαια μια νέα επιχείρηση που ξεκίνησε κάποιος άλλος (2008)



*Σημ.: Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας
Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM*

Η συμμετοχή του οικογενειακού - συγγενικού περιβάλλοντος στο ρόλο του άτυπου επενδυτή έχει σταθεροποιηθεί στο 40% τα τελευταία τρία χρόνια. Αξίζει πάντως να σημειωθεί ότι, στις περισσότερες μεσογειακές χώρες που συμμετέχουν στο GEM ο ρόλος της οικογένειας στη χρηματοδότηση της επιχειρηματικής προσπάθειας κάποιου μέλους της είναι ιδιαίτερα έντονος, χαρακτηριστικό που εκπορεύεται από τις

πολιτισμικές ιδιαιτερότητες αυτών των χωρών και τη σημασία που αποδίδεται στην οικογένεια από το ευρύτερο κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον⁵.

Σημαντικό στοιχείο που θα πρέπει να αναφερθεί όμως για το 2008 είναι η μείωση του ποσού που διαθέτει αυτός ο άτυπος επενδυτής. Έτσι, ενώ τα προηγούμενα έτη το μέσο ποσό (διάμεσος), το οποίο είχε δαπανηθεί από τους άτυπους επενδυτές βρισκόταν στην περιοχή των 40.000 ευρώ, ποσό που ήταν πολύ υψηλό για τα ευρωπαϊκά δεδομένα, το 2008 το μέσο ποσό δεν ξεπερνά τα 25.000 ευρώ. Η συρρίκνωση αυτή αντικατοπτρίζει την οικονομική στενότητα ή/και την αβεβαιότητα των επενδυτών που προξενεί η οικονομική κρίση. Πάντως, το επενδυόμενο ποσό παραμένει σχετικά υψηλό για τα ελληνικά δεδομένα (εξάλλου ένας στους τέσσερις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων δηλώνει πως θα χρειαστεί πάνω από € 100.000) γεγονός που αντανακλά περισσότερο τις υψηλές κεφαλαιακές απαιτήσεις για την έναρξη νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα, παρά μία αφθονία διαθέσιμων κεφαλαίων για χρηματοδότηση της επιχειρηματικότητας.

Ο δε οικονομικός ανορθολογισμός που διέπει την «επενδυτική» συμπεριφορά των άτυπων επενδυτών εξακολουθεί να αποτυπώνεται κάθε χρόνο στην έρευνα με ακόμα μεγαλύτερη έμφαση το 2008: το 42% δεν περιμένει να πάρει πίσω τα χρήματά του, δε θεωρεί, δηλαδή, ότι η επένδυσή του μπορεί να αποφέρει κέρδος, γεγονός που ερμηνεύεται από την οικογενειακή σχέση άτυπου επενδυτή και επιχειρηματία, και υπογραμμίζει τα κοινωνικά, παρά τα στενά κίνητρα κέρδους, τέτοιων επενδύσεων. Οι υπόλοιποι πάντως φαίνεται να αναμένουν κάποιο κέρδος από αυτήν την επένδυση, με ένα σημαντικό 14% μάλιστα να θεωρεί ότι έχει επενδύσει σε μία επιχειρηματική «γαζέλα»⁶ και θεωρεί ότι μπορεί να αποκομίσει έως και 20 φορές το επενδυμένο ποσό.

Ένας άλλος βασικός δείκτης επιχειρηματικότητας του GEM, ο οποίος έχει εξαιρετικό ενδιαφέρον, είναι η διακοπή της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Πιο συγκεκριμένα, ένα 2,3% του πληθυσμού 18-64 ετών (περίπου 150.000 άτομα) έναντι όμως 2,6% το 2007 δηλώνει ότι έχει διακόψει τη λειτουργία ή έκλεισε μια επιχείρηση που κατείχε ή

⁵ Γενικότερα σε χώρες όπου η οικογένεια έχει σημαντική θέση στο πολιτισμικό αξιακό σύστημα, η συμμετοχή του συγγενικού περιβάλλοντος στη χρηματοδότηση εγχειρημάτων των επίδοξων επιχειρηματιών είναι σημαντική. Έτσι, π.χ. στην Ιρλανδία το 60% των άτυπων επενδυτών χρηματοδότησαν την επιχειρηματική πρωτοβουλία ενός μέλους της οικογένειάς τους το 2007.

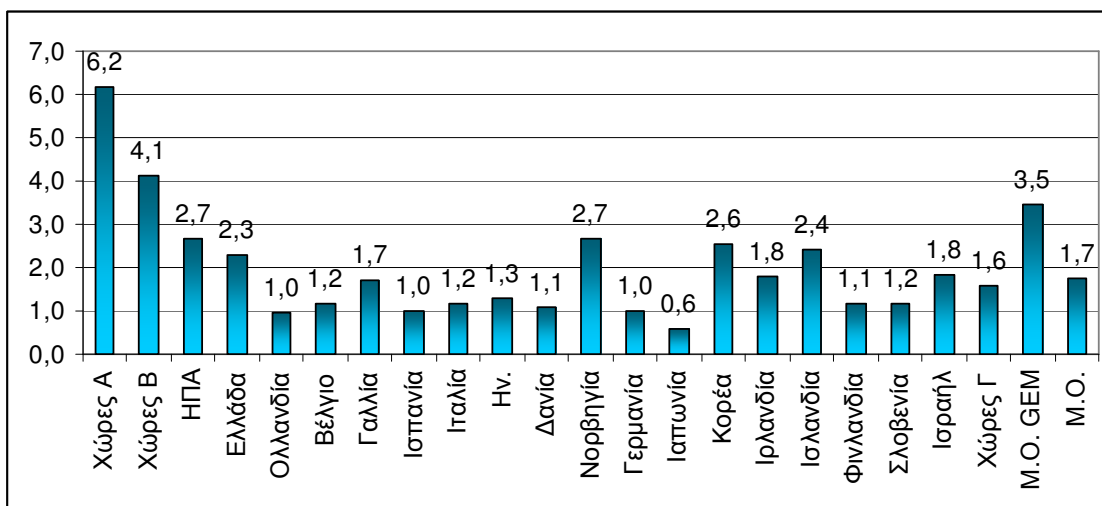
⁶ Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ, ως επιχειρηματική «γαζέλα» ορίζεται μια επιχείρηση που λειτουργεί για τουλάχιστον 5 χρόνια, με μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης των υπαλλήλων της μεγαλύτερο από 20% κατά την τελευταία 3ετία και η οποία απασχολούσε 10 υπαλλήλους κατά την περίοδο εξέτασής της (http://www.oecd.org/document/0/0,3343,en_2649_34233_39149504_1_1_1_1,00.html).

συμμετείχε στη διοίκησή της, ή έχει σταματήσει οποιαδήποτε μορφή αυτοαπασχόλησης κατά τη διάρκεια του 2008.

Η επίδοση αυτή εξακολουθεί να υπερβαίνει τη μέση ευρωπαϊκή, καθώς οι περισσότερες χώρες που εστιάζουν στην καινοτομία παρουσιάζουν γενικά χαμηλούς αντίστοιχους δείκτες. Όπως φανερώνουν και τα αναλυτικά στοιχεία, στις χώρες χαμηλού κόστους συνήθως οι δείκτες αυτοί είναι υψηλοί, λόγω αντίστοιχα υψηλής επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. (Διάγραμμα 2.4).

Διάγραμμα 2.4

Διακοπή Επιχειρηματικής δραστηριότητας: ποσοστό πληθυσμού 18-64 ετών που πούλησε, σταμάτησε τη λειτουργία ή παραιτήθηκε από ένα εγχείρημα στο οποίο ήταν αποκλειστικός ή συμμετείχε στην ιδιοκτησία το 2008 (95% διάστημα εμπιστοσύνης)



*Σημ.: Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας
Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM*

Γενικά, πάντως, οι χώρες που βασίζουν την ανάπτυξή τους στην εκμετάλλευση συντελεστών παραγωγής παρουσιάζουν το υψηλότερο ποσοστό διακοπής λειτουργίας των επιχειρήσεων, όπως βέβαια αντίστοιχα παρουσιάζουν υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Το γεγονός αυτό αντικατοπτρίζει το ότι, ενώ η σταδιακή ανάπτυξη της οικονομίας των χωρών αυτών ωθεί όλο και μεγαλύτερο ποσοστό του πληθυσμού από την απασχόληση στον αγροτικό τομέα σε επιχειρηματικά εγχειρήματα (κυρίως αυτοαπασχόληση), ένα σημαντικό ποσοστό αυτών των νέων επιχειρήσεων δεν είναι τελικά βιώσιμες.

Εκτός, όμως, από το ποσοστό του πληθυσμού που διέκοψε τη λειτουργία μιας επιχείρησης, υπάρχει και ένα ποσοστό του πληθυσμού που απλώς αποχώρησε από τη συγκεκριμένη επιχείρηση για διάφορους λόγους (πώληση, συνταξιοδότηση κ.α.), χωρίς όμως η αποχώρηση να οδηγήσει απαραίτητα στην αναστολή λειτουργίας της επιχείρησης. Η επιχείρηση, δηλαδή, συνέχισε να λειτουργεί με τους υπόλοιπους ή με νέους ιδιοκτήτες συνεταιίρους, με νέα μορφή ή και εντελώς νέο ιδιοκτησιακό σχήμα (Πίνακας 2.3).

Όπως φαίνεται και στον Πίνακα 2.3, το ποσοστό αυτό αντιστοιχεί στο 1,1% του πληθυσμού, δηλαδή, περίπου 75.000 άτομα. Η επίδοση αυτή είναι αυξημένη οριακά σε σχέση με το 2007 (0,8%), ενώ συνεχίζει να κινείται λίγο κάτω από το μέσο όρο του GEM. Είναι όμως από τις υψηλότερες στις χώρες καινοτομίας, φαινόμενο που ως ένα βαθμό συνδέεται και με την υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων.

Γενικά, το ποσοστό αυτό είναι υψηλότερο στις χώρες χαμηλού κόστους και χαμηλότερο στις περισσότερο αναπτυγμένες οικονομίες (χώρες καινοτομίας), γεγονός που αντανακλά το ευμετάβλητο των συνθηκών επιχειρηματικότητας στις χώρες που παρουσιάζουν υψηλή επιχειρηματικότητα, όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως.

Ακόμα μεγαλύτερο ενδιαφέρον, όμως, έχει η εξέταση των λόγων για τους οποίους αυτό το σχεδόν 3,5% του πληθυσμού οδηγήθηκε στην έξοδο από το συγκεκριμένο εγχείρημα. Η πλειονότητα αυτών, όπως και πέρυσι, αναγκάστηκε να αναστείλει τη δράση του λόγω του περιορισμένου κέρδους που αποκόμιζε από την επιχείρηση. Η επίδοση αυτή είναι από τις υψηλότερες στις οικονομίες που βασίζονται στην καινοτομία. Πάντως, στις περισσότερες χώρες αυτής της κατηγορίας, η χαμηλή κερδοφορία προβάλλεται ως ο κυρίαρχος λόγος για την αποχώρηση. Η δεύτερη σημαντικότερη αιτία σχετίζεται με δυσχέρειες στη χρηματοδότηση, όπου και πάλι η ελληνική επίδοση είναι διπλάσια του μέσου όρου των χωρών καινοτομίας το (17% έναντι περίπου 8%). Χαμηλό είναι το ποσοστό αυτών που δηλώνουν ότι βρήκαν μία άλλη θέση εργασίας (πιθανόν μισθωτή), ενώ καταγράφονται στην έρευνα και άλλες αιτίες, όπως η συνταξιοδότηση, προσωπικοί λόγοι ή τυχαία γεγονότα.

Αξίζει, πάντως, να αναφερθεί ότι στην Ελλάδα το 37,3% αυτών που δήλωσαν ότι ανέστειλαν τη λειτουργία της επιχείρησής τους αναγνωρίζουν επιχειρηματικές ευκαιρίες στην περιοχή τους τους επόμενους 6 μήνες, και το 21,1% ήδη προσπαθεί να ξεκινήσει μια νέα επιχείρηση. Φαίνεται, λοιπόν, πως η αναστολή/ διακοπή της λειτουργίας μιας επιχείρησης δε μειώνει την επιθυμία για επιχειρηματική δραστηριότητα και μάλιστα, κατά ένα μέρος ενδέχεται να αποτελεί μια στρατηγική

επιλογή, η οποία πραγματοποιείται σε μια δυναμική οικονομία, που ενδεχομένως να προσφέρει και άλλες ευκαιρίες ή δυνατότητες σε άλλους συναφείς ή μη τομείς.

Η επιχειρηματική δραστηριότητα, δηλαδή, διέπεται από έντονη κινητικότητα και το κλείσιμο / πώληση / αποχώρηση από μία επιχείρηση δε θα πρέπει να μεταφράζεται αυτόματα σε επιχειρηματική αποτυχία. Η κίνηση αυτή ενδεχομένως να δίνει τη δυνατότητα σε μεγαλύτερες επιχειρήσεις να εξαγοράσουν μία επιτυχημένη και καινοτομική μικρότερη επιχείρηση, διευκολύνοντας ίσως την ευρύτερη διάχυση αυτής της καινοτομίας στην οικονομία. Παρέχει ρευστότητα σε ένα συγκεκριμένο χρονικό σημείο της επιχειρηματικής σταδιοδρομίας του ατόμου και κατά περίπτωση επιτρέπει την αποδέσμευση πόρων που χρησιμοποιούνται με μη αποδοτικό τρόπο και την κατεύθυνσή τους σε περισσότερο αποδοτικές δραστηριότητες.

Πίνακας 2.3

Λόγοι αποχώρησης από την επιχείρηση : ποσοστιαία διάρθρωση αιτιών αποχώρησης από το επιχειρηματικό εγχείρημα

Χώρες	% πληθυσμού 18-64 ετών		Ποσοστό (%) αναστολής	Ποσοστιαία διάρθρωση αιτιών αναστολής και διακοπής επιχειρηματικής δραστηριότητας							
	Διακοπή λειτουργίας επιχείρησης	Αναστολή λειτουργίας επιχείρησης		Ευκαιρία για πώληση	Μη κερδοφόρα επιχείρηση	Προβλήματα χρηματοδότησης	Εύρεση άλλης εργασίας	Προγραμματισμένη αποχώρηση	Συνταξιοδότηση	Προσωπικοί λόγοι	Περιστασιακοί λόγοι
Χώρες Α	6,17	2,92	32,1	4,0	33,4	16,8	10,5	5,4	3,1	23,0	3,8
Χώρες Β	3,98	1,39	25,9	3,4	35,1	19,8	10,1	4,9	0,7	22,5	3,5
ΗΠΑ	2,67	1,78	40,0	5,6	35,1	3,0	18,4	12,3	4,6	18,1	2,9
Ελλάδα	2,30	1,05	31,3	3,7	45,2	17,1	7,5	1,5	9,0	13,5	2,5
Ολλανδία	0,96	0,60	38,5	5,6	32,8	2,1	17,2	3,2	22,6	13,8	2,8
Βέλγιο	1,15	0,36	23,8	12,8	23,8	3,8	7,5	0,0	8,5	24,4	19,2
Γαλλία	1,69	0,52	23,5	9,3	17,9	20,6	6,9	2,8	23,4	10,6	8,5
Ισπανία	1,00	0,35	25,9	11,0	39,1	18,0	4,9	4,8	2,2	18,7	1,4
Ιταλία	1,15	0,65	36,1	4,7	41,0	10,5	5,8	2,5	8,1	27,5	0,0
Ην. Βασίλειο	1,30	0,78	37,5	8,6	24,9	4,5	17,6	4,4	16,8	18,8	4,4
Δανία	1,10	0,77	41,2	12,1	17,3	2,3	30,6	11,2	0,0	26,7	0,0
Νορβηγία	2,69	0,66	19,7	7,2	30,7	6,3	17,7	14,4	5,2	16,4	2,2
Γερμανία	1,02	0,78	43,3	2,9	31,7	1,3	13,2	1,1	20,1	22,6	7,1
Ιαπωνία	0,58	0,38	39,6	0,0	38,4	36,8	0,0	0,0	0,0	18,8	5,9
Κορέα	2,56	2,11	45,2	3,1	47,1	9,7	10,9	5,6	0,0	15,0	8,7
Ιρλανδία	1,81	1,80	49,9	7,0	24,1	1,8	26,0	10,7	9,8	20,6	0,0
Ισλανδία	2,41	0,98	28,9	5,7	21,8	7,6	25,6	7,2	0,0	23,2	9,1
Φινλανδία	1,15	0,92	44,4	6,1	12,6	4,3	17,4	8,3	24,8	26,6	0,0
Σλοβενία	1,16	0,14	10,8	2,2	22,1	7,7	27,2	7,8	11,0	7,9	14,2
Ισραήλ	1,84	1,30	41,4	4,3	58,1	5,6	11,7	7,1	1,1	12,1	0,0
Χώρες Γ	1,59	0,88	35,6	6,2	31,3	8,7	14,9	5,7	9,3	18,8	5,1
M.O. GEM	3,45	1,63	32,1	4,8	33,5	15,1	11,9	5,1	4,7	20,7	4,2
M.O Ευρώπης	1,73	0,82	32,2	4,9	31,1	14,2	13,2	5,0	7,5	19,7	4,4

Σημ.: Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Ουσιαστικά, από τα αποτελέσματα του GEM σε όλες τις χώρες επιβεβαιώνεται η έννοια της «επιχειρηματικής ανακύκλωσης» (*Entrepreneurial recycling*, Mason and Harrison, 2006), η οποία εμφανίζεται συνήθως με δύο τρόπους: Πρώτον, οι επιχειρηματίες που διέκοψαν τη δραστηριότητά τους μπορούν, φυσικά, να επανεισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο. Το φαινόμενο αυτό είναι δυο φορές πιο έντονο στις οικονομίες χαμηλού κόστους συντελεστών και τις οικονομίες αποτελεσματικότητας από ό,τι στις οικονομίες καινοτομίας, με το 17% των επίδοξων επιχειρηματιών στις δύο πρώτες κατηγορίες οικονομιών να αποχώρησαν από κάποια επιχείρηση την προηγούμενη χρονιά, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τις οικονομίες που βασίζονται στην καινοτομία έφτανε το 8%. Δεύτερον, οι επιχειρηματίες που έχουν διακόψει τη σχέση τους με μια επιχείρηση είναι πιο πιθανό να επενδύσουν στις επιχειρήσεις άλλων ατόμων από ό,τι ο υπόλοιπος πληθυσμός. Σχεδόν ένας στους πέντε τέτοιους επιχειρηματίες και στις τρεις κατηγορίες οικονομιών έχουν πρόσφατα χρηματοδοτήσει την επιχείρηση ενός άλλου ατόμου. Πιο συγκεκριμένα, η διαφορά μεταξύ του αριθμού των πρώην επιχειρηματιών και του υπόλοιπου πληθυσμού που δρα ως άτυπος επενδυτής είναι σχεδόν τετραπλάσια/ πενταπλάσια στις χώρες χαμηλού κόστους και αποτελεσματικότητας, ενώ στις χώρες καινοτομίας οι πρώην επιχειρηματίες που αποφασίζουν να επενδύσουν σε εγχειρήματα στον οποίοιων τη διοίκηση ή διαχείριση δε συμμετέχουν είναι επταπλάσιοι του υπόλοιπου πληθυσμού που αναπτύσσει παρόμοια συμπεριφορά.

Μία άλλη σημαντική παράμετρος που μετράται πλέον στο πλαίσιο του GEM είναι η προηγούμενη επιχειρηματική εμπειρία των ατόμων που σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα. Σχεδόν τρεις στους δέκα επιχειρηματίες αρχικών σταδίων (27%) και ένας στους τέσσερις από τους καθιερωμένους επιχειρηματίες (23%) στην Ελλάδα δηλώνουν ότι έχουν πρότερη εμπειρία στην επιχειρηματική δραστηριότητα, μιας και έχουν ξανασυμμετάσχει σε κάποιο εγχείρημα στο παρελθόν ή/και αυτή τη στιγμή συμμετέχουν στην ιδιοκτησία ενός άλλου εγχειρήματος, εκτός δηλαδή αυτού που εντόπισε η έρευνα. Αξίζει να σημειωθεί ότι το ποσοστό των «κατ' εξακολούθηση επιχειρηματιών» (*serial entrepreneurs*) στην Ελλάδα είναι υψηλότερο από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας και πολύ κοντά στο μέσο όρο του GEM. Ενδιαφέρον έχει να παρατηρηθεί πως τα ποσοστά της Ελλάδας είναι σημαντικά υψηλότερα από τις υπόλοιπες χώρες του ευρωπαϊκού νότου και στο ίδιο επίπεδο με την Ιρλανδία, χώρα με παρόμοιους μακροοικονομικούς δείκτες με την Ελλάδα. Ανάμεσα στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, το υψηλότερο ποσοστό «κατ' εξακολούθηση επιχειρηματιών» απαντάται στις ΗΠΑ, χώρα όπου η επιχειρηματικότητα προωθείται

συστηματικά και έχει ενσταλαχθεί στην εθνική κουλτούρα. Στις περισσότερες χώρες πάντως, όπως είναι λογικό, το ποσοστό των καθιερωμένων επιχειρηματιών με προηγούμενη εμπειρία είναι χαμηλότερο, καθώς αντιπροσωπεύει το τμήμα εκείνο των καθιερωμένων επιχειρηματιών που ήταν ιδιοκτήτες ή συνιδιοκτήτες μίας άλλης επιχείρησης πριν «καθιερωθούν» στην αγορά με την τρέχουσα επιχείρησή τους.

Πίνακας 2.4

Ποσοστό επιχειρηματιών αρχικών σταδίων και καθιερωμένων με προηγούμενη επιχειρηματική εμπειρία, 2008

Χώρες	% ατόμων με προηγούμενη επιχειρηματική εμπειρία	
	Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες
Χώρες Α	27,5	22,5
Χώρες Β	30,2	23,4
Βέλγιο	25,3	24,8
Γαλλία	31,0	16,9
Γερμανία	25,0	13,4
Δανία	19,7	28,0
Ελλάδα	27,3	22,9
Ην.Βασίλειο	26,8	17,0
ΗΠΑ	35,1	28,0
Ιαπωνία	24,9	15,9
Ιρλανδία	27,3	19,8
Ισλανδία	32,3	31,7
Ισπανία	19,9	13,8
Ισραήλ	29,9	31,1
Ιταλία	15,7	13,4
Κορέα	33,9	35,0
Νορβηγία	29,7	20,1
Ολλανδία	22,3	14,9
Σλοβενία	13,5	14,0
Φινλανδία	25,8	16,6
Χώρες Γ	26,2	21,1
Μ.Ο. Ευρώπης	25,6	18,8
Μ.Ο. GEM	27,8	22,3

*Σημ.: Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM*

2.2 Τα κίνητρα της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης

Μία βασική διάκριση που γίνεται στην ανάλυση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που εκδηλώνεται σε μια χώρα είναι η εξέταση των κινήτρων που ωθούν

στην ανάληψη αυτής της επιχειρηματικής δράσης. Εννοιολογικά προσδιορίζονται δύο αντίστοιχες κατηγορίες:

α) η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας, που αναφέρεται στην επιχειρηματικότητα που έχει ως κίνητρο κυρίως την αξιοποίηση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας που εντοπίζεται από το άτομο και αξιολογείται στο πλαίσιο του οικονομικού περιβάλλοντός του και προκρίνεται ικανή είτε να οδηγήσει σε αύξηση του εισοδήματός του, είτε να προσφέρει εργασιακή ανεξαρτησία και

β) η επιχειρηματικότητα ανάγκης, που αφορά στην επιχειρηματικότητα που αναφέρεται στην περίπτωση όπου το άτομο ωθείται στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας λόγω έλλειψης άλλων επιλογών εργασίας, δυσαρέσκειας με την υπάρχουσα απασχόληση, φόβου για πιθανή απόλυση βραχυπρόθεσμα ή στοχεύοντας απλώς στη διατήρηση του εισοδήματός του, το οποίο προφανώς «απειλείται» με περιορισμό⁷.

Η σημαντική άνοδος της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων το 2008 έχει ως αποτέλεσμα να αυξάνονται αντίστοιχα τα ποσοστά του πληθυσμού που εντάσσονται και στις δύο κατηγορίες (Διάγραμμα 2.5). Έτσι, το 2008, ένα 6,7% του πληθυσμού δηλώνει ότι είναι επιχειρηματίας ευκαιρίας, όταν το αντίστοιχο ποσοστό για το 2007 ήταν μόνο 4,5%. Μάλιστα, η επίδοση της Ελλάδας στην επιχειρηματικότητα ευκαιρίας είναι η 4η υψηλότερη ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας, πίσω από τις ΗΠΑ, Νορβηγία και Ισλανδία, χώρες όμως που παραδοσιακά καταγράφουν υψηλά σχετικά ποσοστά. Αντίστοιχα όμως, υψηλή είναι η θέση της Ελλάδας και στο ποσοστό του πληθυσμού που ξεκινά την επιχειρηματική του δραστηριότητα λόγω ανάγκης, καθώς η Ελλάδα κατατάσσεται 2η μετά την Κορέα, με επίδοση που ξεπερνά οριακά ακόμα και το μέσο όρο των χωρών του GEM (3% έναντι 2,9%).

Μεγαλύτερο, όμως, ερμηνευτικό ενδιαφέρον από αυτές τις αυξομειώσεις, οι οποίες προκαλούνται από αντίστοιχες αυξομειώσεις στους δείκτες επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, έχει η «εσωτερική» διάρθρωση αυτών των κινήτρων. Έτσι, διαπιστώνεται ότι στην Ελλάδα το 2008, το 35% των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών δηλώνει ως κύριο κίνητρο της επιχειρηματικής του δραστηριοποίησης την ανάγκη, έναντι μόλις 13% την προηγούμενη χρονιά. Συνεπώς, και το 2008 η άνοδος της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων είναι αποτέλεσμα της σημαντικής ανόδου της

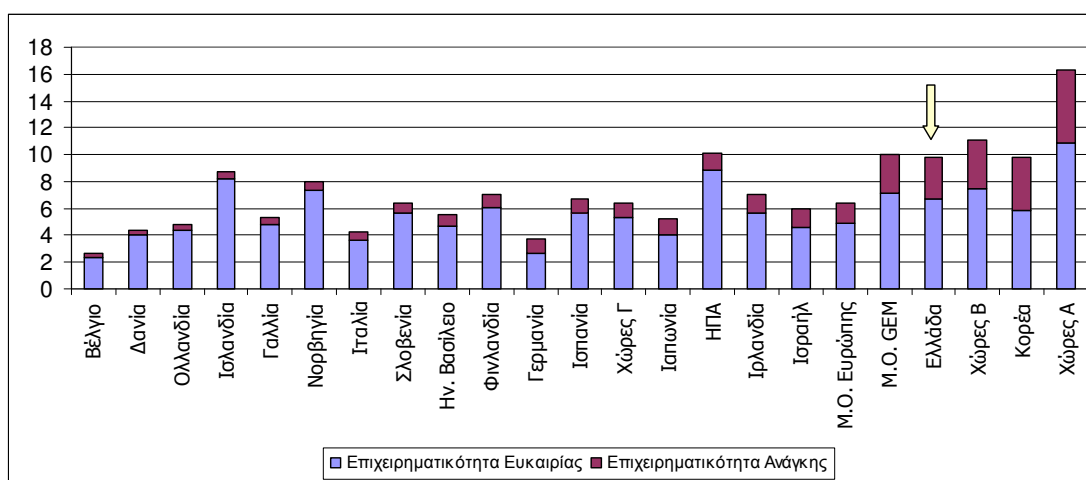
⁷ Ο χαρακτηρισμός των ατόμων που εισέρχονται στον επιχειρηματικό στίβο για να διατηρήσουν το εισόδημά τους ως επιχειρηματιών ανάγκης έχει γίνει τα τελευταία χρόνια στο GEM. Τα άτομα αυτά, αν και δηλώνουν ότι αξιοποιούν μία ευκαιρία, δεν κατατάσσονται στους επιχειρηματίες ευκαιρίας, καθώς δηλώνουν την ίδια στιγμή ότι προχώρησαν στην αξιοποίηση αυτής της επιχειρηματικής ευκαιρίας επειδή αισθάνονται ότι η τρέχουσα απασχόληση δεν αποφέρει πλέον το εισόδημα το οποίο είχαν «συνηθίσει».

επιχειρηματικότητας ανάγκης, γεγονός που υπογραμμίζει τις απώλειες στην ποιοτική διάσταση, και όχι απλώς τα οφέλη σε ποσοτικό επίπεδο, της επιχειρηματικότητας. Όπως σχολιάζεται αναλυτικά στο Κεφάλαιο 5, η αύξηση του αριθμού των νέων/επίδοξων επιχειρηματικών και δη αυτών που δηλώνουν ως βασικό τους κίνητρο την ανάγκη δε μπορεί παρά να αποδοθεί κατά ένα μέρος και στην τρέχουσα οικονομική κρίση.

Διάγραμμα 2.5

Επιχειρηματικότητα Ευκαιρίας και Ανάγκης

(% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων ανά τύπο οικονομίας ή/ και χώρα)



Σημ.: Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Θα πρέπει, εξάλλου, να σημειωθεί ότι υπάρχει και ένα ποσοστό της τάξης του 25% - όσο περίπου και πέρυσι - που δηλώνει ως κίνητρο τον συνδυασμό ανάγκης και ευκαιρίας, γεγονός που υποδηλώνει ότι η πραγματική επιχειρηματικότητα ανάγκης, σε συνδυασμό με αυτήν που απλώς «εμπλουτίζεται» με κίνητρα ευκαιρίας είναι αρκετά υψηλότερη τελικά.

Από την άλλη πλευρά, όπως φαίνεται στον Πίνακα 2.5, η κινητήριος δύναμη των Ελλήνων επιχειρηματιών ευκαιρίας στην αξιοποίηση αυτής της ευκαιρίας είναι κατά κύριο λόγο η αύξηση του προσωπικού τους εισοδήματος (25,2%), η βελτίωση δηλαδή συνολικά του επιπέδου ζωής τους, ενώ η επίτευξη μεγαλύτερης εργασιακής ανεξαρτησίας είναι μικρότερης σημασίας (14,5%). Το στοιχείο αυτό διαφοροποιεί τους Έλληνες επιχειρηματίες από τους υπόλοιπους Ευρωπαίους, μιας και η εργασιακή

ανεξαρτησία προβάλλεται περισσότερο ως βασικό κίνητρο των τελευταίων (24,2% κατά μέσο όρο), καθώς προφανώς δείχνουν περισσότερο ευχαριστημένοι από το επίπεδο των αμοιβών τους στην τρέχουσα εργασία τους.

Συμπερασματικά, και όπως έχει σημειωθεί σε προηγούμενες εκθέσεις του IOBE, φαίνεται να παγιώνεται η άποψη ότι καθοριστικός παράγοντας στην εκδήλωση επιχειρηματικής συμπεριφοράς στην Ελλάδα δεν είναι μόνο ο όγκος των επιχειρηματικών ευκαιριών και ο βαθμός που αυτές γίνονται αντιληπτές από το άτομο, αλλά και η ίδια η επιθυμία του ατόμου να γίνει επιχειρηματίας και άρα να αναζητήσει πιο προσεκτικά το χώρο στον οποίο θα μπορούσε να δραστηριοποιηθεί επικερδώς. Διαφοροποιείται δε σε σχέση με το μέσο ευρωπαϊό επιχειρηματία ευκαιρίας, ο οποίος επιθυμεί κυρίως μεγαλύτερη εργασιακή ανεξαρτησία, παρά δείχνει δυσαρεστημένος από το επίπεδο ζωής που του εξασφαλίζει το τρέχον εισόδημά του.

Πίνακας 2.5

Κίνητρα επιχειρηματικής δραστηριοποίησης (2008)

Χώρες	Κίνητρο ευκαιρίας: Αύξηση εισοδήματος	Κίνητρο ευκαιρίας: Εργασιακή ανεξαρτησία	Συνδυασμός ευκαιρίας και ανάγκης	Κίνητρο: ανάγκη/διατήρηση εισοδήματος	Κίνητρο ευκαιρίας: ανεξαρτησία ή αύξηση εισοδήματος
Χώρες Α	27,63	16,83	16,98	38,56	44,46
Χώρες Β	25,60	17,96	19,36	37,07	43,56
ΗΠΑ	36,38	30,14	15,55	17,94	66,52
Ελλάδα	25,14	14,52	25,10	35,24	39,66
Ολλανδία	25,55	50,89	10,21	13,35	76,44
Βέλγιο	24,83	25,50	35,92	13,75	50,33
Γαλλία	33,44	32,59	17,99	15,99	66,03
Ισπανία	24,85	26,31	27,15	21,69	51,16
Ιταλία	19,17	45,71	14,95	20,16	64,88
Ην. Βασίλειο	19,48	32,61	27,31	20,59	52,09
Δανία	46,47	39,63	5,69	8,21	86,10
Νορβηγία	33,50	45,31	7,08	14,10	78,82
Γερμανία	19,04	31,47	12,94	36,56	50,51
Ιαπωνία	46,03	24,06	1,91	28,00	70,09
Κορέα	33,82	17,92	6,71	41,56	51,73
Ιρλανδία	14,89	34,03	28,04	23,04	48,92
Ισλανδία	52,48	29,76	9,33	8,44	82,23
Φινλανδία	26,46	39,43	15,50	18,60	65,90
Σλοβενία	23,08	45,11	17,78	14,04	68,19
Ισραήλ	29,92	27,55	10,94	31,59	57,47
Χώρες Γ	29,70	32,92	16,12	21,27	62,61
Μ.Ο. Ευρώπης	27,82	24,19	17,53	30,46	52,01
Μ.Ο. GEM	26,78	27,57	18,80	26,85	54,35

Σημ.: Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Πίνακας 2.6

	2008	2007	2006
Κίνητρο: αποκλειστικά μια επιχειρηματική ευκαιρία	43,7	65,5	57,9
Κίνητρο: εν μέρει μια επιχειρηματική ευκαιρία	25,1	23,7	17,5
Κίνητρο: αποκλειστικά η ανάγκη	31,2	10,8	24,5
Σύνολο επιχειρηματιών αρχικών σταδίων	100,0	100,0	100,0

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

2.3. Κλαδικά χαρακτηριστικά των νέων εγχειρημάτων

Εκτός όμως από το ζήτημα των κινήτρων του επιχειρηματία που αφορά κυρίως σε προσωπικά του χαρακτηριστικά, η έρευνα του GEM εξετάζει τις προοπτικές και τα χαρακτηριστικά των συγκεκριμένων εγχειρημάτων. Ένα πρωταρχικό στοιχείο είναι, βεβαίως, ο κλάδος στον οποίο πρόκειται να δραστηριοποιηθούν, δηλαδή το είδος της επιχείρησης που πρόκειται να ξεκινήσει ή έχει μόλις ξεκινήσει τη λειτουργία της στην Ελλάδα. Όπως συμβαίνει κάθε χρόνο, η συντριπτική πλειονότητα αυτών των νέων εγχειρημάτων (58%) αφορά στην προσφορά προϊόντων / υπηρεσιών με τελικό αποδέκτη τον καταναλωτή (Πίνακας 2.7). Μάλιστα, σε αυτήν την κατηγορία δραστηριότητας παρατηρείται αύξηση σε σχέση με το 2007, αν και η φετινή επίδοση είναι χαμηλότερη αυτής του 2006. Πρόκειται για την υψηλότερη ποσοστιαία συμμετοχή των εγχειρημάτων αυτής της κατηγορίας στο σύνολο της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων, όταν ο αντίστοιχος ευρωπαϊκός μέσος όρος βρίσκεται 20 ποσοστιαίες μονάδες χαμηλότερα (37,0%). Το γεγονός αυτό εξακολουθεί να προσδίδει στην επιχειρηματικότητα της Ελλάδας χαρακτηριστικά «ρηχότητας»: η νέα, δηλαδή, επιχειρηματικότητα που καταγράφεται κάθε χρόνο στη χώρα δεν εκδηλώνεται σε ολόκληρη την «αλυσίδα αξίας» μέχρι το τελικό προϊόν, αλλά μόνο στον έσχατο κρίκο αυτής της αλυσίδας⁸.

Αντιθέτως, η συνεισφορά των εγχειρημάτων που αφορούν υπηρεσίες προς άλλες επιχειρήσεις μειώνεται αισθητά (15,0% από 23,5% το 2007), αντισταθμίζοντας ουσιαστικά την άνοδο που καταγράφηκε την προηγούμενη χρονιά. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι, οι δραστηριότητες που σχετίζονται με την παροχή υπηρεσιών προς επιχειρήσεις είναι γενικά περισσότερο επιθυμητές στη «ροή» της νέας επιχειρηματικότητας σε μία οικονομία, μιας και θεωρείται ότι μπορεί να έχουν

⁸ Όπως συμβαίνει κάθε χρόνο, τα περισσότερα από αυτά τα εγχειρήματα είναι καταστήματα λιανικού εμπορίου, εστιατόρια και καφετέριες.

μεγαλύτερη επίδραση στη συνολική ανάπτυξή της, με ευνοϊκότερες προοπτικές σε όρους απασχόλησης, εξωστρέφειας και καινοτομίας.

Ο τομέας της βιομηχανίας απορροφά σταθερά περίπου το ¼ των νέων εγχειρημάτων, ενώ σημαντικά διευρύνει το μερίδιό του ο πρωτογενής τομέας, αν και τα εγχειρήματα στον τομέα αυτόν είναι ακόμα πολύ περιορισμένα (3η χαμηλότερο μερίδιο στις χώρες καινοτομίας) και λιγότερα από χώρες με ισχυρή αγροτική παραγωγή όπως Γαλλία, Ισπανία, Ιταλία, αλλά και την Ιρλανδία.

Πίνακας 2.7

Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων στην Ευρώπη κατά τομέα

Χώρα	Πρωτογενής δραστηριότητα			Βιομηχανική δραστηριότητα			Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις			Προϊόντα / υπηρεσίες προς καταναλωτές		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Βέλγιο	5,3	11,0	1,8	39,7	11,1	35,0	28,1	33,4	21,0	26,9	44,5	43,0
Δανία	7,2	1,5	7,0	28,2	26,1	22,0	30,4	35,1	34,0	34,2	37,3	36,0
Φινλανδία	6,3	8,4	11,0	35,9	30,3	30,0	22,4	28,1	22,0	35,4	33,2	38,0
Γαλλία	16,0	1,3	8,0	23,8	37,4	19,0	20,7	32,0	24,0	39,5	29,2	49,0
Γερμανία	6,9	:	6,0	23,6	:	18,0	25,5	:	26,0	44,0	:	50,0
Ελλάδα	0,8	0,5	3,0	23,0	24,7	23,0	12,7	23,5	15,0	63,5	51,3	58,0
Ουγγαρία	4,1	5,8	7,0	37,8	42,1	27,0	26,1	30,6	43,0	32,0	21,5	23,0
Ισλανδία	8,3	7,5	6,0	34,6	29,4	33,0	17,9	32,6	34,0	39,3	30,6	27,0
Ιρλανδία	5,7	1,5	8,0	30,3	20,5	25,0	32,1	34,3	30,0	31,9	43,7	37,0
Ιταλία	4,5	3,9	6,0	37,5	27,2	25,0	22,5	33,5	38,0	35,5	35,4	32,0
Λετονία	9,4	5,6	5,0	34,3	44,3	45,0	18,8	26,1	22,0	37,5	24,0	29,0
Ολλανδία	3,8	9,4	2,0	12,3	21,8	35,0	31,9	40,4	34,0	52,0	28,4	28,0
Νορβηγία	6,9	3,9	8,0	28,2	30,2	22,0	29,3	37,9	31,0	35,6	28,0	38,0
Ρουμανία	:	3,8	8,0	:	35,2	41,0	:	25,1	20,0	:	35,9	31,0
Σλοβενία	1,4	10,0	2,0	33,3	21,8	33,0	31,3	31,1	47,0	34,0	37,1	17,0
Ισπανία	6,4	4,7	8,0	29,9	28,0	25,0	24,8	26,0	23,0	39,0	41,3	43,0
Τουρκία	:	:	4,0	:	:	34,0	:	:	15,0	:	:	47,0
Ην. Βασίλειο	0,9	3,1	:	17,9	25,5	:	41,4	31,1	:	39,7	40,3	:
Μ.Ο. Ευρώπης	6,0	6,2	6,0	31,0	28,7	29,0	24,5	30,0	28,0	38,5	35,0	37,0
Μ.Ο. GEM	5,3	5,5	5,3	31,6	27,4	21,8	18,2	24,3	18,0	44,9	42,8	37,4

Σημ.: Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

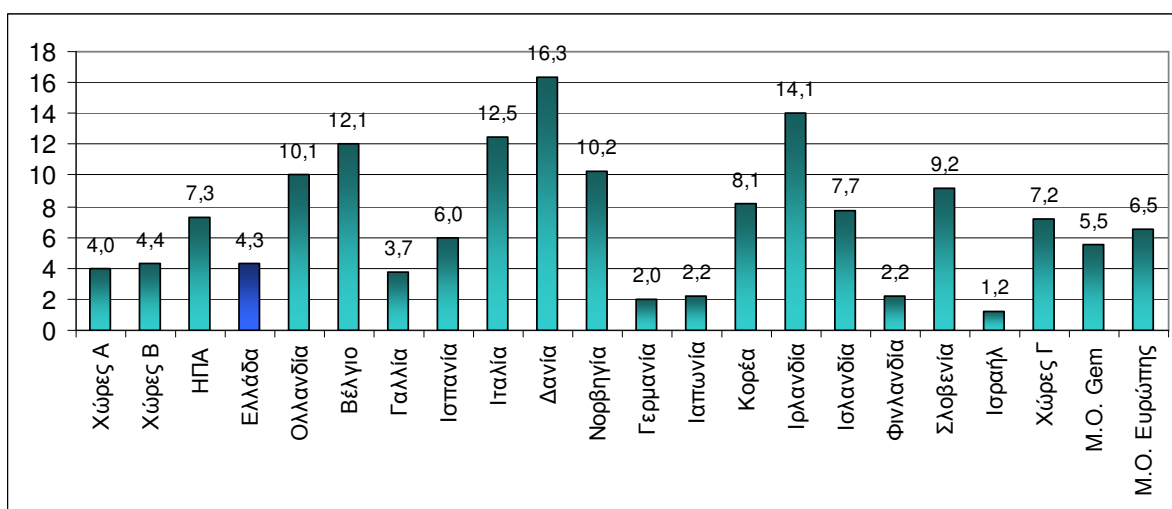
Πηγή: IOBE Επεξεργασία στοιχείων GEM

Επομένως, φαίνεται τελικά να ανακόπτεται ελαφρά η τάση αναδιάρθρωσης της κλαδικής σύνθεσης των νέων εγχειρημάτων που εμφανίζονται στην Ελλάδα, η οποία είχε καταγραφεί τα τελευταία δύο χρόνια, στην κατεύθυνση της προσέγγισης των χωρών καινοτομίας.

Η ποιοτική υστέρηση των εγχειρημάτων αυτών κατά το 2008 αντικατοπτρίζεται και στην αποτύπωση των κλάδων βάσει της ταξινόμησης του ΟΟΣΑ ανά τεχνολογικό επίπεδο (Διάγραμμα 2.7). Το 2008 στην Ελλάδα, μόλις το 4,3% αυτών των νέων ή επίδοξων εγχειρημάτων αναπτύσσονται σε κλάδους υψηλής ή μεσαίας τεχνολογίας, όταν το αντίστοιχο ποσοστό το προηγούμενο έτος έφτανε το 7,4%. Η μείωση αυτή διευρύνει το χάσμα τόσο με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (6,5%), όσο πολύ περισσότερο με τον αντίστοιχο μέσο όρο στις χώρες καινοτομίας (7,2%).

Διάγραμμα 2.7

Τεχνολογικά εγχειρήματα: ποσοστό (TEA) σε κλάδους υψηλής ή μεσαίας τεχνολογίας (κατά ΟΟΣΑ) το 2008



Σημ.: Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

2.4. Ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων: καινοτομία, ανταγωνισμός, εξωστρέφεια

Στις προηγούμενες ενότητες παρουσιάστηκαν τα βασικά ποσοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που εκδηλώθηκε στην Ελλάδα το 2008 σε σύγκριση, κατά περίπτωση, τόσο με τις υπόλοιπες χώρες, όσο και διαχρονικά. Εκτός από την ποσοτική διάσταση, ιδιαίτερη σημασία έχουν ορισμένα κρίσιμα ποιοτικά χαρακτηριστικά αυτών των νέων ή επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων. Άλλωστε, με βάση τα ετήσια ευρήματα του GEM, το IOBE έχει υποστηρίξει⁹ ότι η

⁹ Βλέπε Ιωαννίδης (2004)

βελτίωση των ποσοτικών δεικτών της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα μπορεί να μην οδηγεί απαραίτητα και στην αναβάθμιση των ποιοτικών επιδόσεών της.

Στο πλαίσιο αυτό, τα βασικά ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας τα οποία διερευνώνται στο πλαίσιο του GEM σχετίζονται με:

- Την καινοτομία των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων
- Το επίπεδο της τεχνολογίας και των διεργασιών που θα χρησιμοποιηθούν στο συγκεκριμένο εγχείρημα
- Την ένταση του ανταγωνισμού που οι ίδιοι οι επιχειρηματίες εκτιμούν ότι θα αντιμετωπίσουν
- Το βαθμό εξωστρέφειας της συγκεκριμένης επιχειρηματικής πρωτοβουλίας
- Τις προοπτικές δημιουργίας νέας απασχόλησης που αναμένει ο ίδιος ο επιχειρηματίας από το εγχείρημά του, σε βάθος πενταετίας¹⁰.

Αναλυτικότερα:

Το επίπεδο της τεχνολογίας, η ένταση του ανταγωνισμού και ο βαθμός εξωστρέφειας σχετίζονται με το βαθμό καινοτομίας των νέων εγχειρημάτων. Ο βαθμός καινοτομίας του προϊόντος αποτιμάται βάσει της «αίσθησης» του καινούριου και του πρωτοποριακού που δημιουργείται στους πελάτες της επιχείρησης, στους αποδέκτες δηλαδή, των προϊόντων / υπηρεσιών της. Θα πρέπει, βέβαια, να υπογραμμισθεί το γεγονός ότι η «αίσθηση» που δημιουργείται στον τελικό καταναλωτή αξιολογείται από τον ίδιο τον επιχειρηματία, και επομένως, θα πρέπει να ληφθεί υπ' όψη η υποκειμενικότητα μιας τέτοιας αξιολόγησης. Η ένταση του ανταγωνισμού αξιολογείται και πάλι βάσει της εκτίμησης των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών αναφορικά με τον αριθμό των άλλων επιχειρήσεων που ήδη λειτουργούν στην αγορά και προσφέρουν τα ίδια προϊόντα / υπηρεσίες με το νέο εγχείρημα. Επίσης, προσδιορίζεται κατά μία έννοια και η καινοτομία των διεργασιών που, αναφέρεται στο εσωτερικό περιβάλλον

¹⁰ Προφανώς αυτά τα ποιοτικά χαρακτηριστικά δε συνιστούν τα μόνα κριτήρια «ποιοτικής» επιχειρηματικότητας. Αν και η διεθνής βιβλιογραφία γύρω από τέτοια κριτήρια είναι ακόμα εξαιρετικά φτωχή, στη βιβλιογραφία που αφορά κυρίως στην ανάλυση και κατανόηση των κριτηρίων που χρησιμοποιεί ο κλάδος των κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capital) στο σχεδιασμό των επενδυτικών του στρατηγικών προτείνονται κριτήρια όπως: ο βαθμός «δικτύωσης» του νέου εγχειρήματος, ο βαθμός, δηλαδή, στον οποίο η επιχειρηματική ομάδα έχει οικοδομήσει σταθερές διαύλους επικοινωνίας και συνεργασίας με άλλους παίκτες που δραστηριοποιούνται στο ίδιο επιχειρηματικό περιβάλλον, για την ανταλλαγή πληροφορήσης και πόρων (Baum and Silverman, 2004; Riquelme and Watson, 2000), τα προσωπικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία (Hisrich and Jankowicz), το μέγεθος, ο ρυθμός μεγέθυνσης και η προσβασιμότητα στην πελατεία-στόχο (Tyebee and Bruno, 1984; Ruby, 1984; Rah et al., 1994), αλλά και ο βαθμός διαφοροποίησης του προϊόντος με την έννοια της μοναδικότητας προϊόντος, τις πατέντες, την τεχνολογική υπεροχή κτλ. (Hall and Hofer, 1993).

των εγχειρημάτων και σχετίζεται με την υιοθέτηση σχετικά νέων τεχνολογιών / διαδικασιών στην παραγωγική διαδικασία.

Τα αποτελέσματα της έρευνας του GEM, όσον αφορά στη διοχέτευση στην αγορά πραγματικά μοναδικών νέων προϊόντων ή δημιουργίας νέων αγορών, φανερώνουν σημαντική βελτίωση το 2008 σε σχέση με το 2007. Ενώ την προηγούμενη χρονιά μόλις το 12,8% των νέων επιχειρηματιών θεωρούσε ότι τα προϊόντα / υπηρεσίες που (θα) προσφέρουν είναι εντελώς νέα για όλους τους πελάτες στους οποίους (θα) απευθύνονται, το 2008 το σχετικό ποσοστό ξεπερνά το 25% και αποτελεί τη 2η υψηλότερη επίδοση στις χώρες καινοτομίας, υπολειπόμενη μόνο της Δανίας. Μάλιστα, οι Έλληνες νέοι/ επίδοξοι επιχειρηματίες αποτιμούν την καινοτομία των προϊόντων/ υπηρεσιών τους πολύ πιο θετικά τόσο από το μέσο όρο των ευρωπαϊκών χωρών (15,9%), όσο και από αυτόν των χωρών του GEM (16,4%). Η βελτίωση αυτή του σχετικού δείκτη υποδηλώνει πιθανώς μια στροφή των εγχειρημάτων στη χώρα μας προς προϊόντα που, κατά την άποψη των ίδιων των επιχειρηματιών, ξεφεύγουν από «την πεπατημένη» και προσφέρουν στους τελικούς πελάτες την αίσθηση του πρωτόγνωρου. Ταυτόχρονα, παρ' όλο που σχεδόν οι μισοί επιχειρηματίες που ρωτήθηκαν κατά την έρευνα θεωρούν πως τα προϊόντα τους δεν εκδηλώνουν κανένα βαθμό καινοτομίας, παρατηρείται σταδιακή συρρίκνωση του ποσοστού αυτού τα τελευταία χρόνια (49% το 2008 έναντι 64% το 2007 και 70% το 2006). Επιπλέον, το ποσοστό αυτό είναι χαμηλότερο από ό,τι στις ευρωπαϊκές χώρες, τις χώρες καινοτομίας, αλλά και το σύνολο του GEM (Πίνακας 2.8).

Θα πρέπει ωστόσο τα αποτελέσματα αυτά να αντιμετωπιστούν με επιφύλαξη. Η εκτίναξη της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων σε συνδυασμό με την άνοδο της επιχειρηματικότητας ανάγκης καθιστούν δυσερμήνευτη αυτή την εντυπωσιακή εξέλιξη. Είναι, μάλλον, πιο πιθανό να πρόκειται για διατύπωση μιας υπερβολικής βεβαιότητας από την πλευρά των επιχειρούντων ατόμων, παρά για πραγματική κατάσταση και ουσιαστική βελτίωση του σχετικού δείκτη. Μόνο εφόσον επιβεβαιωθεί στις επόμενες έρευνες του GEM θα μπορούσε να ερμηνευτεί ως ποιοτική αλλαγή, παρ' όλο που, όπως θα φανεί από τα παρακάτω, και άλλα ποιοτικά χαρακτηριστικά παρουσιάζουν βελτίωση.

Έτσι, το ποσοστό των Ελλήνων επιχειρηματιών που δηλώνει ότι εισέρχεται σε μία πραγματικά νέα αγορά όπου δεν υπάρχει κανένας άλλος ανταγωνιστής καταγράφει επίσης σημαντική βελτίωση, μιας και επίσης υπερδιπλασιάζεται το 2008 (10,6% έναντι 5,4% το 2007). Η επίδοση αυτή ξεπερνά τις αντίστοιχες επιδόσεις των μέσων

όρων των άλλων ευρωπαϊκών κρατών και των χωρών του GEM (Πίνακας 2.9) και συγκλίνει με τις οικονομίες που βασίζονται στην καινοτομία. Δεδομένης της διαχρονικής βελτίωσης του εν λόγω δείκτη τα τελευταία τρία χρόνια, διαπιστώνεται η παγιοποίηση της αυξητικής τάσης των επιχειρηματιών που θεωρούν πως δημιουργούν νησίδες αγοράς στην Ελλάδα, παρ' όλο που και αυτό το αποτέλεσμα θα πρέπει να αντιμετωπιστεί με σχετική επιφύλαξη.

Πίνακας 2.8

Ποσοστιαία διάρθρωση νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων:

Τι ποσοστό αυτών παρέχει προϊόντα / υπηρεσίες που θεωρούνται νέα και πρωτοποριακά από όλους, μερικούς ή κανέναν από τους δυνητικούς πελάτες (2008)

Χώρες	Συνολική ΤΕΑ (%)	Όλοι οι πελάτες	Μερικοί από τους πελάτες	Κανείς από τους πελάτες
Χώρες Α	17,13	12,77	19,49	67,74
Χώρες Β	11,52	18,19	27,00	54,81
ΗΠΑ	10,76	12,58	27,07	60,35
Ελλάδα	9,86	25,96	24,80	49,24
Ολλανδία	5,20	21,04	19,68	59,28
Βέλγιο	2,85	13,69	28,82	57,49
Γαλλία	5,64	9,55	38,16	52,29
Ισπανία	7,03	20,56	30,57	48,87
Ιταλία	4,62	13,96	27,35	58,69
Ην. Βασίλειο	5,91	17,80	24,42	57,79
Δανία	4,44	27,37	29,79	42,83
Νορβηγία	8,70	9,72	31,91	58,37
Γερμανία	3,77	8,99	34,39	56,62
Ιαπωνία	5,42	11,21	36,94	51,86
Κορέα	9,99	11,25	43,98	44,78
Ιρλανδία	7,59	10,57	38,06	51,38
Ισλανδία	10,05	20,39	30,37	49,24
Φινλανδία	7,34	14,46	29,44	56,10
Σλοβενία	6,40	15,42	31,91	52,66
Ισραήλ	6,45	19,93	25,84	54,23
Χώρες Γ	6,78	15,80	30,75	53,45
Μ.Ο GEM	10,49	16,35	27,26	56,39
Μ.Ο Ευρώπης	6,72	15,85	26,47	57,68

Σημ.: Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Ταυτόχρονα, η πλειονότητα των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών στην Ελλάδα παραδέχεται ότι δρουν ή πρόκειται να δράσουν σε αγορές όπου υπάρχουν ήδη πολλοί ανταγωνιστές (43,4%), επίδοση όμως χαμηλότερη από τους μέσους όρους τόσο των χωρών καινοτομίας, όσο και του συνόλου των χωρών GEM (Πίνακας 2.9). Η είσοδος σε αγορές όπου δρουν λίγοι ανταγωνιστές (46%), οι οποίοι προσφέρουν τα ίδια

προϊόντα/ υπηρεσίες φαίνεται να είναι συνηθέστερη. Το εντυπωσιακό όμως στοιχείο είναι ότι το ένα στα 10 εγχειρήματα αναπτύσσεται ή πρόκειται να αναπτυχθεί σε αγορές με μηδενικό ανταγωνισμό, δηλαδή τα εγχειρήματα αυτά συνιστούν εισοδο σε νησίδα αγοράς. Μάλιστα, η φετινή επίδοση κινείται στο μέσο όρο της Ευρώπης, ενώ το αντίστοιχο περυσινό ποσοστό ήταν το μισό, γεγονός που υποδηλώνει και πάλι μία ποιοτική βελτίωση των φετινών εγχειρημάτων.

Πίνακας 2.9

*Ποσοστιαία διάρθρωση νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων:
Τι ποσοστό αυτών αντιμετωπίζει ισχυρό, μέτριο ή και καθόλου ανταγωνισμό; (2008)*

Χώρες	Συνολική TEA (%)	Πολλοί ανταγωνιστές	Λίγοι ανταγωνιστές	Κανένας ανταγωνιστής
Χώρες Α	17,13	61,04	32,22	6,75
Χώρες Β	11,52	54,46	35,68	9,86
ΗΠΑ	10,76	47,87	41,07	11,07
Ελλάδα	9,86	43,40	46,00	10,60
Ολλανδία	5,20	48,99	40,75	10,26
Βέλγιο	2,85	48,66	39,54	11,80
Γαλλία	5,64	55,40	31,95	12,65
Ισπανία	7,03	56,88	33,33	9,79
Ιταλία	4,62	72,59	24,80	2,61
Ην. Βασίλειο	5,91	43,53	41,66	14,81
Δανία	4,44	37,75	41,82	13,82
Νορβηγία	8,70	44,53	38,85	16,62
Γερμανία	3,77	51,70	42,27	6,02
Ιαπωνία	5,42	70,08	24,73	5,19
Κορέα	9,99	71,70	22,12	6,18
Ιρλανδία	7,59	30,11	57,84	12,05
Ισλανδία	10,05	49,05	34,09	16,86
Φινλανδία	7,34	59,24	34,09	6,67
Σλοβενία	6,40	46,71	42,76	10,53
Ισραήλ	6,45	57,70	24,08	18,22
Χώρες Γ	6,78	51,99	36,76	10,87
Μ.Ο Ευρώπης	6,72	53,33	36,09	10,30
Μ.Ο GEM	10,49	54,57	35,57	9,7

Σημ.: Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

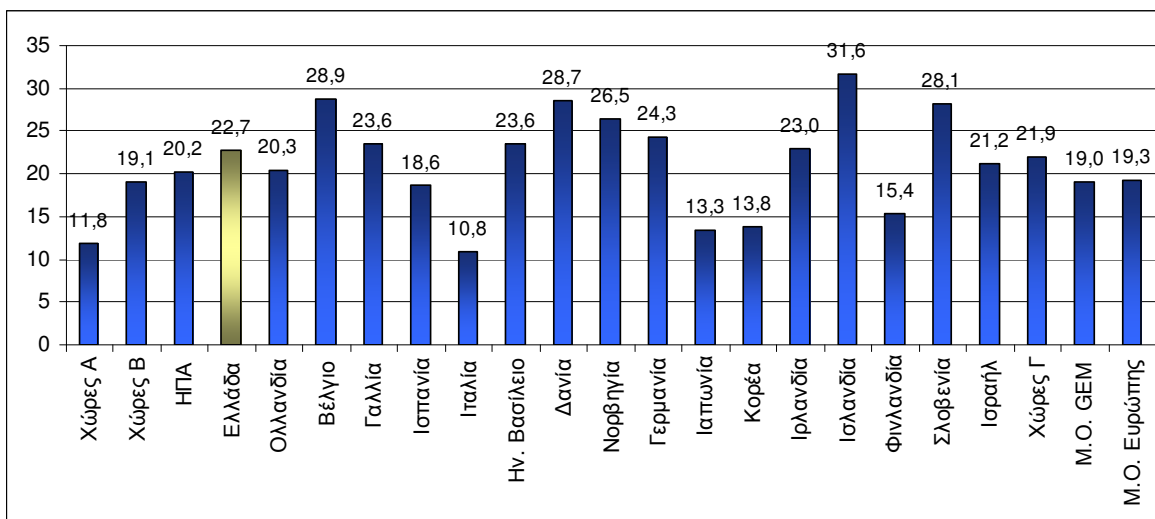
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Από την άλλη πλευρά, ο συνδυαστικός δείκτης που αντικατοπτρίζει το ποσοστό των νέων εγχειρημάτων που παράγει/προσφέρει ένα προϊόν/υπηρεσία που δείχνει νέο/α σε όλους ή μερικούς από τους μελλοντικούς πελάτες και ταυτόχρονα αφορά μια αγορά με λίγους ή και κανέναν ανταγωνιστή παραμένει στα περυσινά επίπεδα. Εκτιμάται ότι αφορά στο 22,7% των νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα (έναντι 21,8%

του 2007), ξεπερνά όμως το μέσο όρο του GEM και της Ευρώπης, φέρνοντας την Ελλάδα στη 10η θέση ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας (Διάγραμμα 2.8).

Διάγραμμα 2.8

Ποσοστό σχετικά καινοτομικών νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων σε αγορές με λίγους ή κανέναν ανταγωνιστή (2008)



Σημ.: Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Αντίστοιχη βελτίωση αποτυπώνεται και στο ερώτημα για τη χρήση νέων τεχνολογιών ή διαδικασιών σε αυτά τα νέα εγχειρήματα (Πίνακας 2.10). Πάνω από το 20% αυτών έναντι 8% το 2007 υιοθετούν εντελώς νέες τεχνολογίες / διαδικασίες, με την έννοια ότι αυτές έχουν εμφανιστεί κατά το τελευταίο μόλις χρόνο από τη διεξαγωγή της έρευνας. Το ποσοστό αυτό είναι το υψηλότερο στην Ευρώπη και στο GEM συνολικά, γεγονός που επίσης θα πρέπει να αντιμετωπιστεί με επιφύλαξη. Ωστόσο, πρόκειται για εύρημα που συμβαδίζει με τη συνολική βελτίωση των ποιοτικών δεικτών που καταγράφονται το 2008.

Ένα από τα βασικά κριτήρια αξιολόγησης της μεγέθυνσης, αλλά κυρίως της επίδρασης ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος σε μια οικονομία είναι και η συνεισφορά του στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Στο πλαίσιο αυτό, η έρευνα του GEM αξιολογεί τις προοπτικές δημιουργίας νέας απασχόλησης από τις επιχειρήσεις μέσω δύο παραμέτρων: α) τον αριθμό των θέσεων εργασίας που (θα) προσφέρει αυτό το νέο εγχείρημα κατά τη στιγμή της ίδρυσής του, χωρίς να υπολογίζονται οι ίδιοι οι επιχειρηματίες – ιδρυτές, και β) οι θέσεις εργασίας που θα είναι σε θέση να προσφέρει αυτό το εγχείρημα σε έναν χρονικό ορίζοντα πενταετίας, υπό την

προϋπόθεση βέβαια ότι κατορθώνει να επιβιώσει και ξεπεράσει το κρίσιμο όριο των 3,5 ετών λειτουργίας. Με τον τρόπο αυτό, αξιολογείται τόσο η συνεισφορά της κάθε επιχείρησης στην απασχόληση κατά την έναρξή της, όσο και οι προσδοκώμενες δυνατότητές της για δημιουργία θέσεων εργασίας μέσα σε μία πενταετία.

Πίνακας 2.10

Ποσοστιαία διάρθρωση νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων: Τι ποσοστό αυτών χρησιμοποιεί νέες τεχνολογίες / διαδικασίες; (2008)

Χώρες	Συνολική TEA (%)	Εντελώς νέες τεχνολογίες	Νέες τεχνολογίες	Παλαιότερες
Χώρες Α	17,1	16,9	20,3	62,6
Χώρες Β	11,5	12,2	22,1	65,8
ΗΠΑ	10,8	6,1	16,0	77,9
Ελλάδα	9,9	22,7	17,9	59,4
Ολλανδία	5,2	1,6	15,4	83,0
Βέλγιο	2,9	13,5	22,5	64,0
Γαλλία	5,6	20,4	17,9	61,7
Ισπανία	7,0	9,5	17,7	72,8
Ιταλία	4,6	7,7	28,3	64,0
Ην. Βασίλειο	5,9	6,8	17,9	75,3
Δανία	4,4	12,3	13,2	74,5
Νορβηγία	8,7	14,5	13,7	71,8
Γερμανία	3,8	2,7	9,1	88,2
Ιαπωνία	5,4	8,8	25,1	66,1
Κορέα	10,0	12,4	15,0	72,7
Ιρλανδία	7,6	6,0	32,0	62,1
Ισλανδία	10,1	13,7	19,8	66,5
Φινλανδία	7,3	10,7	14,6	74,7
Σλοβενία	6,4	9,8	24,5	65,7
Ισραήλ	6,5	7,3	18,5	74,2
Χώρες Γ	6,8	10,4	18,8	70,8
Μ.Ο GEM	10,5	12,6	20,4	67,0
Μ.Ο Ευρώπης	6,7	11,5	20,0	68,5

Σημ.: Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Από τα αποτελέσματα του 2008 επιβεβαιώνεται η τάση για ολοένα και μικρότερη συνεισφορά αυτών των εγχειρημάτων στην απασχόληση. Τέσσερα στα εννέα νέα εγχειρήματα απασχολούν μόνο τον/ τους ιδιοκτήτη/τες κατά την έναρξη λειτουργίας τους, ενώ το 39,3% δεν αναμένει να απασχολήσει κάποιον υπάλληλο μετά από 5 χρόνια (Πίνακα 1.11). Τα περισσότερα, δηλαδή, από αυτά τα εγχειρήματα ξεκινούν με την αρχική ιδρυτική ομάδα και παραμένουν με την ιδρυτική ομάδα, γεγονός που

υποδηλώνει ότι τελικά η άνοδος της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ενισχύει την αυτοαπασχόληση χωρίς προσωπικό και έχει περιορισμένη βαρύτητα στο σύνολο της απασχόλησης. Από την άλλη πλευρά, η άνοδος του ποσοστού των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών που προσβλέπουν σε σημαντική διεύρυνση του υπαλληλικού τους προσωπικού (πάνω από 20 θέσεις εργασίας) έχει ενδιαφέρον, ωστόσο στατιστικά δε θεωρείται σημαντική.

Πίνακας 2.11

*Αριθμός θέσεων εργασίας που προσφέρουν κατά την έναρξη / σε 5 έτη
τα νέα εγχειρήματα στην Ελλάδα: ποσοστιαία διάρθρωση*

	2008		2007		2006	
	Κατά την έναρξη (%)	Σε 5 χρόνια (%)	Κατά την έναρξη (%)	Σε 5 χρόνια (%)	Κατά την έναρξη (%)	Σε 5 χρόνια (%)
Καμία θέση	46,1	39,3	36,5	29,7	27,3	8,5
1-5 θέσεις	38,6	37,1	53,6	47,5	54,5	60,6
6-19 θέσεις	12,9	13,8	8,6	19,9	6,8	21,1
20+ θέσεις	2,4	9,9	1,3	2,9	11,4	9,9
Σύνολο	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Πηγή: IOBE

Επιπλέον, σε σύγκριση με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης, η Ελλάδα καταλαμβάνει την τρίτη χαμηλότερη θέση στο ποσοστό των νέων/ επίδοξων επιχειρηματιών που αναμένουν να προσφέρουν θέσεις στην έναρξη της επιχείρησης ή στα επόμενα 5 χρόνια (Πίνακας 2.12). Ακόμα πιο έντονη είναι η απόκλιση στα πολύ δυναμικά εγχειρήματα, θεωρώντας ως τέτοια τα εγχειρήματα που προσβλέπουν στην απασχόληση τουλάχιστον 20 ατόμων. Με πρωτοπόρο την Ιρλανδία (23%), η Ελλάδα βρίσκεται στην 11η θέση της κατάταξης, ισοβαθμώντας με τη Σλοβενία, και υστερώντας σημαντικά από χώρες που βασίζονται στην αποτελεσματικότητα, όπως η Τουρκία (18%). Η απόκλιση από τις επιδόσεις των ευρωπαϊκών κρατών σε όρους απασχόλησης (και άρα ανάπτυξης) πολύ δυναμικών εγχειρημάτων υπογραμμίζει για άλλη μια φορά το διαχρονικό χαρακτήρα της μέσης νέας επιχείρησης στην Ελλάδα, δηλαδή μία πολύ μικρή επιχείρηση που ξεκινά ως πολύ μικρή και παραμένει πολύ μικρή.

Πίνακας 2.12

Προοπτικές απασχόλησης στα νέα εγχειρήματα (2008)

Χώρες	Συνολική TEA (%)	Προσφέρει θέσεις εργασίας τώρα ή στα επόμενα 5 χρόνια (% του συνολικού πληθυσμού)	Προσφέρει θέσεις εργασίας σήμερα ή/και στα επόμενα 5 χρόνια (% TEA)	Αναμένονται πάνω από 20 θέσεις εργασίας στα επόμενα 5 χρόνια (% του συνολικού πληθυσμού)	Αναμένονται πάνω από 20 θέσεις εργασίας στα επόμενα 5 χρόνια (% TEA)
Βέλγιο	2,9	2,3	82	0,3	11
Δανία	4,4	3,4	77	0,3	7
Φινλανδία	7,3	4,8	65	0,4	5
Γαλλία	5,6	4,1	72	0,3	6
Γερμανία	3,8	2,3	61	0,3	7
Ελλάδα	9,9	5,9	60	0,5	10
Ουγγαρία	6,6	3,4	51	0,2	4
Ισλανδία	10,1	8,2	82	1,9	19
Ιρλανδία	7,6	6,3	82	1,7	23
Ιταλία	4,6	3,4	74	0,4	9
Ιαπωνία	5,4	4,4	81	0,9	17
Κορέα	10,0	8,6	86	1,4	14
Λετονία	6,5	3,2	48	1,1	17
Ολλανδία	5,2	4,1	80	0,2	4
Νορβηγία	8,7	6,0	69	1,0	12
Ρουμανία	4,0	2,7	68	0,5	13
Σλοβενία	6,4	4,6	73	0,7	10
Ισπανία	7,0	6,0	85	0,4	5
Τουρκία	6,0	4,8	80	1,1	18
Ην. Βασίλειο	5,9	3,9	65	0,6	11
ΗΠΑ	10,8	8,0	74	2,3	22
Μ.Ο. Ε.Ε.-15	5,8	4,2	72	0,5	8
Μ.Ο. Ε.Ε.- 27	5,9	4,0	69	0,5	9

Σημ.: Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Όσον αφορά στον εξαγωγικό προσανατολισμό, οι ελληνικές επιχειρήσεις αρχικών σταδίων δεν αξιολογούνται ευνοϊκά για άλλη μια χρονιά. Και αυτό γιατί, κατά το 2008 μόλις το 5% δηλώνουν πως τουλάχιστον οι μισοί πελάτες τους βρίσκονται εκτός συνόρων, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων βρίσκεται στο 12%. Επιπλέον, τέσσερις στις δέκα ελληνικές επιχειρήσεις συνδιαλλάσσονται μόνο με εγχώριους πελάτες. Επομένως, στα αρνητικά των νέων εγχειρημάτων που εκδηλώνονται στην Ελλάδα θα πρέπει να λογιστεί η σταθερή έμφασή τους στο εσωτερικό περιβάλλον και στην κάλυψη της εγχώριας ζήτησης που επιβεβαιώνεται και για το 2008. Η Ελλάδα κατέχει τη χαμηλότερη σχετική επίδοση στην Ευρώπη, γεγονός που υπερθεματίζει το λιανεμπορικό χαρακτήρα των περισσότερων νέων/επίδοξων εγχειρημάτων στη χώρα.

Πίνακας 2.13

Εξαγωγικός προσανατολισμός (2008)

Χώρες	Συνολική TEA (%)	Πάνω από 50% οι πελάτες του εξωτερικού (% επί του συνολικού πληθυσμού)	Πάνω από 50% οι πελάτες του εξωτερικού (% επί του TEA)	Εξαγωγές: Πελάτες μόνο εντός της χώρας (% TEA)	Εξαγωγές: 1-25% οι πελάτες του εξωτερικού (% TEA)	Εξαγωγές: 26-75% οι πελάτες του εξωτερικού (% TEA)	Εξαγωγές: 76-100% οι πελάτες του εξωτερικού (% TEA)
Βέλγιο	2,9	0,9	30	15	39	28	17
Δανία	4,4	0,3	7	67	22	7	4
Φινλανδία	7,3	0,6	8	54	34	6	6
Γαλλία	5,6	0,7	13	52	28	10	9
Γερμανία	3,8	0,6	15	21	60	11	7
Ελλάδα	9,9	0,1	1	42	48	9	2
Ουγγαρία	6,6	0,2	3	77	15	7	1
Ισλανδία	10,1	1,6	16	17	61	11	11
Ιρλανδία	7,6	1,4	18	36	38	14	13
Ιταλία	4,6	0,2	5	55	35	8	2
Ιαπωνία	5,4	0,1	2	52	40	6	1
Νότιος Κορέα	10,0	1,3	13	54	27	13	6
Λετονία	6,5	1,1	17	32	34	23	11
Μεξικό	13,1	0,3	2	71	22	6	2
Ολλανδία	5,2	0,6	11	52	34	6	9
Νορβηγία	8,7	1,4	16	25	54	11	11
Ρουμανία	4,0	1,2	29	18	33	30	19
Σλοβενία	6,4	1,2	19	39	34	14	14
Ισπανία	7,0	0,9	13	56	23	13	7
Τουρκία	6,0	0,8	14	47	32	13	8
Ην. Βασίλειο	5,9	0,7	12	51	34	8	7
ΗΠΑ	10,8	1,2	11	32	51	11	5
Μ.Ο. Ευρώπης	5,9	0,7	12	44	34	13	9
Μ.Ο. GEM	6,9	0,8	13	44	36	12	8

Σημ.: Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Μολαταύτα, σχεδόν οι μισές νέες επιχειρήσεις δηλώνουν ότι το ¼ της πελατείας τους βρίσκεται στο εξωτερικό (ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για το 2007 κυμαινόταν στο 21%), αν και το 65% των επιχειρήσεων αυτών δραστηριοποιούνται κυρίως στον τομέα των υπηρεσιών και της μεταποίησης. Το 11% που δηλώνει ακόμα πιο έντονη εξωστρέφεια (με πάνω από το ¼ των πελατών στο εξωτερικό) ουσιαστικά αφορά κυρίως σε επιχειρήσεις τουριστικού χαρακτήρα που λόγω της φύσης της δραστηριότητάς τους, απευθύνονται αναπόφευκτα σε «πελάτες εξωτερικού».

2.5. Ύψος επένδυσης

Όπως κάθε χρόνο, η έρευνα του GEM εξετάζει το ύψος της επένδυσης που σχεδιάζουν να ξεκινήσουν (ή έχουν ήδη ξεκινήσει) οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων. Το ύψος αυτής της δαπάνης των νέων/ επίδοξων εγχειρημάτων θεωρείται ένα μέτρο της οικονομικής βαρύτητας αυτών των εγχειρημάτων κατά το 2008. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι, ως επενδυτική δαπάνη στην περίπτωση αυτή νοείται το χρηματικό ποσό που απαιτεί η επιχειρηματική δραστηριοποίηση και δε συνδέεται με το κόστος έναρξης μιας επιχείρησης στην Ελλάδα- το οποίο είναι ένα σημαντικό, αλλά διαφορετικό ζήτημα¹¹.

Βάσει των αποτελεσμάτων της φετινής έρευνας, τα μισά σχεδόν εγχειρήματα που βρίσκονταν στη φάση της ίδρυσης απαιτούσαν έως 50.000 ευρώ, σε αύξηση συγκριτικά με το 2007 (45.000 ευρώ). Σημαντικό ρόλο στις μεταβολές της απαιτούμενης επενδυτικής δαπάνης διαδραματίζει ο αριθμός των μεγάλων επενδυτικών σχεδίων (επενδύσεις άνω των 150.000 ευρώ), ο οποίος βαίνει αυξανόμενος και το 2008 (Πίνακας 2.14).

Με βάση το συνολικό αριθμό των εγχειρημάτων που εκτιμάται ότι βρίσκονταν σε φάση έναρξης το 2008¹², μπορεί να εκτιμηθεί αντίστοιχα και το συνολικό ύψος των επενδύσεων που δυνητικά μπορούν να λάβουν χώρα στην Ελλάδα. Το ύψος της μόχλευσης αυτής για το 2008 φτάνει στα 26 δισεκ. € περίπου, προσεγγίζοντας έτσι τα επίπεδα του 2006 (27 δισεκ. €). Ο διευρυμένος όγκος των κεφαλαίων που θεωρητικά ενεργοποιήθηκαν μέσα στο 2008 οφείλεται στην εκτίναξη της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Μπορεί, λοιπόν, να ισχυριστεί κανείς πως αν όλα τα επίδοξα εγχειρήματα που κατέγραψε η φετινή έρευνα προχωρήσουν πράγματι στο στάδιο της υλοποίησης θα προκύψει μία αντίστοιχου ύψους κεφαλαιακή εισροή στην ελληνική οικονομία.

Ο Πίνακας 2.14 αποτυπώνει την εικόνα που σχηματίζουν τα κλιμάκια επένδυσης τα τελευταία τρία χρόνια. Παρατηρεί κανείς πως, παρά την αύξηση των μεγάλων επενδύσεων (πάνω από 150.000 ευρώ) κατά το 2008, η μέση επένδυση μειώνεται

¹¹ Σύμφωνα με την ετήσια μελέτη της Παγκόσμιας Τράπεζας για τη φετινή χρονιά (Doing Business 2008), το κόστος αυτό συνεχίζει να αποτελεί τροχοπέδη για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, αν και οι απαιτούμενες για την ίδρυση μιας ΕΠΕ μεσαίου μεγέθους διαδικασίες (15) και ημέρες υλοποίησής τους (38 ημέρες) δεν έχουν αυξηθεί περαιτέρω. Εντούτοις, οι διαδικασίες αυτές επιβαρύνουν τον επιχειρηματία κατά \$5.054, 7,5% περισσότερο δηλαδή από ό,τι το 2007.

¹² Για την εκτίμηση του αριθμού των νέων / επίδοξων εγχειρημάτων γίνεται αρχικά αναγωγή των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών στον πληθυσμό και στη συνέχεια λαμβάνεται υπόψη ο μέσος αριθμός των ιδιοκτητών ανά εγχείρημα.

ελαφρώς σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Τούτο φανερώνει πως η αύξηση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων και ειδικά της επιχειρηματικότητας ανάγκης αφορούσε στην ίδρυση μικρών επιχειρήσεων που δεν απαιτούσαν την επένδυση σημαντικών κεφαλαίων και που αποτέλεσαν την «εύκολη λύση» στα άτομα που δεν είχαν τη δυνατότητα επιλογής άλλων επαγγελματικών διαδρομών. Η τελευταία στήλη του πίνακα αποτυπώνει την ίδια συμμετοχή του επίδοξου / νέου επιχειρηματία ανάλογα με το επενδυτικό κλιμάκιο στο οποίο βρίσκεται η επένδυσή του.

Παγιώνοντας την τάση των τελευταίων πέντε ετών, οι νέοι / επίδοξοι επιχειρηματίες συνεχίζουν να καλύπτουν με ίδιους πόρους περίπου τη μισή επένδυση, αν και τα αντίστοιχα ποσοστά ίδιας συμμετοχής υποχωρούν και στα τέσσερα επενδυτικά κλιμάκια (Πίνακας 2.14). Αυτό που παραμένει αναλλοίωτο, είναι το εύλογο εύρημα της συρρίκνωσης της ίδιας συμμετοχής, όσο υψηλότερο είναι το ύψος της επένδυσης. Έτσι, στα επενδυτικά σχέδια που απαιτούν ένα συνολικό κεφάλαιο έως 25.000 €, οι επίδοξοι επιχειρηματίες καλύπτουν με ίδιους πόρους κατά μέσο όρο το 68,3% της αντίστοιχης επένδυσης, ενώ για τα μεγάλα εγχειρήματα (άνω των 150.000 ευρώ), είναι μικρότερη του 25%. Επομένως, οι νέοι/ επίδοξοι επιχειρηματίες στην Ελλάδα προσέφυγαν σε ακόμα μεγαλύτερο βαθμό από ό,τι τις προηγούμενες χρονιές στην άντληση ρευστού από άλλες πηγές χρηματοδότησης, πέρα από τη συνήθη πρακτική του δανεισμού από την οικογένεια ή το στενό περιβάλλον και της προσωπικής αποταμίευσης. Θα πρέπει, επομένως, να λογιστεί στα θετικά της φετινής χρονιάς η εντονότερη προσφυγή σε άλλες μορφές χρηματοδότησης ή γενικότερα σε προσπορισμό ξένων κεφαλαίων.

Τα αποτελέσματα αυτά υπογραμμίζουν για άλλη μια χρονιά την ανάγκη περαιτέρω ανάπτυξης της μικροχρηματοδότησης (μικροπίστωσης). Η πλειοψηφία των νέων/ επίδοξων επιχειρήσεων στην Ελλάδα απαιτούν μικρό ύψος επένδυσης μεν, ενέχουν σημαντική ανάληψη κινδύνου από τον επιχειρηματία δε, ο οποίος χρησιμοποιεί κυρίως δικούς του πόρους. Έτσι, η μικροχρηματοδότηση βοηθά αυτούς που έχουν μεγαλύτερη ανάγκη να υλοποιήσουν τις επιχειρηματικές ιδέες τους και να ωφεληθούν από τη βελτίωση των συνθηκών διαβίωσής τους. Στο πλαίσιο αυτό, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων και άλλα χρηματοπιστωτικά ινστιτούτα, ανακοίνωσε τον Ιούλιο του 2009 τη θέσπιση ενός νέου μηχανισμού προώθησης της μικροχρηματοδότησης, η οποία θα απευθύνεται σε μικρές επιχειρήσεις και σε ανέργους που επιθυμούν να ξεκινήσουν τη δική τους

επιχείρηση. Η Επιτροπή αναμένει να τεθεί σε λειτουργία η νέα αυτή υπηρεσία το 2010¹³.

Πίνακας 2.14

Κατανομή των επίδοξων εγχειρημάτων σε επενδυτικά κλιμάκια

Κλιμάκιο επένδυσης (σε €)	Ποσοστιαία κατανομή εγχειρημάτων			Μέσος όρος (σε €)			Ποσοστό ίδιας συμμετοχής		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
<25.000	22,6%	26,8%	26,90%	15.714	13.800	15.941	84,5%	78,3%	68,3%
25.001- 50.000	29,0%	30,4%	30,70%	40.000	37.647	43.333	93,0%	65,2%	54,2%
50.001- 100.000	22,6%	16,1%	14,80%	71.111	84.444	82.692	64,9%	48,7%	40,3%
100.001- 150.000	14,5%	12,5%	11,30%	128.889	137.143	144.500	77,3%	45,1%	33,8%
Πάνω από 150.000	11,3%	14,3%	16,30%	305.833	406.250	415.790	61,1%	26,8%	23,5%

**Εκτίμηση με βάση τον συνολικό αριθμό των επίδοξων εγχειρημάτων κάθε έτους
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM*

¹³ "A Shared commitment for employment", 3 June 2009 (δες [IP/09/859](#) και [MEMO/09/259](#), διαθέσιμα στο <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=el&catId=89&newsId=547&furtherNews=yes>)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**ΤΟ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ
ΚΑΙ ΟΙ ΑΠΟΨΕΙΣ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ****3.1 Εισαγωγή**

Στο πλαίσιο του εννοιολογικού μοντέλου του GEM, οι απόψεις των ατόμων για την έννοια της επιχειρηματικότητας και ο τρόπος που αξιολογούν και προσδιορίζουν τα χαρακτηριστικά της έχει επιπτώσεις στην «προσφορά» και στη «ζήτηση» της επιχειρηματικότητας σε μία οικονομία. Στην πλευρά της προσφοράς, το μέγεθος της δεξαμενής των δυνητικών επιχειρηματιών που υπάρχουν σε μια οικονομία εξαρτάται από δύο ομάδες παραγόντων: α) από τη συνολική πολιτισμική υποστήριξη και την κουλτούρα για την επιχειρηματικότητα, από την εικόνα, δηλαδή, που έχει διαμορφωθεί στην κοινωνία για τους επιχειρηματίες και την αντίστοιχη επιλογή απασχόλησης και β) από πιο προσωπικά χαρακτηριστικά των ατόμων που σχετίζονται με τη διάθεση για αξιοποίηση των πιθανών ευκαιριών, το ευρύτερο δημογραφικό προφίλ τους, την εμπιστοσύνη που έχουν στις ικανότητές τους, αλλά ενδεχομένως και από την πιθανή εκπαίδευσή τους στην έννοια, τις διαδικασίες και τις ανάγκες της επιχειρηματικότητας.

Στην πλευρά της ζήτησης επιχειρηματικότητας, η καθοριστικότερη παράμετρος για την εξέλιξη της είναι σαφώς η ύπαρξη επαρκών επιχειρηματικών ευκαιριών. Η ποσότητα, αλλά και η ποιότητα αυτών των ευκαιριών εξαρτώνται όμως περισσότερο από το ευρύτερο οικονομικό περιβάλλον και ενδεχομένως τη χρονική συγκυρία. Έτσι, σε ένα περιβάλλον οικονομικής κρίσης, περιορισμένης ρευστότητας και φειδωλής χρηματοδότησης από εγχώριους ή μη χρηματοδοτικούς οργανισμούς, οι «καλές» ευκαιρίες ή απλώς τα μέσα για την αξιοποίησή τους περιορίζονται αντίστοιχα. Συνεπώς, ένα ευνοϊκό μακροοικονομικό περιβάλλον οικονομικής μεγέθυνσης, πολιτικής σταθερότητας και ευνοϊκού κλίματος, με αρκετές δράσεις ενίσχυσης της νέας επιχειρηματικότητας κτλ, αναμένεται να βελτιώσει τις συνθήκες εκδήλωσης επιχειρηματικής δραστηριοποίησης και το αντίστροφο.

Στο κεφάλαιο αυτό, όμως, το ενδιαφέρον στρέφεται περισσότερο στην πλευρά της προσφοράς επιχειρηματικότητας. Πιο συγκεκριμένα, εξετάζεται η εξέλιξη των τεσσάρων προσωπικών και των τεσσάρων πολιτισμικών παραγόντων τα οποία μετρώνται

συστηματικά στο πλαίσιο της έρευνας του GEM. Υπενθυμίζεται ότι τα πρώτα χαρακτηριστικά αναφέρονται: α) στην εξοικείωση του ατόμου με πρότυπα επιχειρηματικής δραστηριότητας, την ύπαρξη δηλαδή κάποιου προσώπου στο άμεσο συγγενικό / φιλικό περιβάλλον του που ξεκίνησε πρόσφατα μία επιχείρηση, β) στο επίπεδο αυτοπεποίθησής του, είτε σε επίπεδο γνώσεων / ικανοτήτων για έναρξη μιας επιχείρησης, είτε γ) σε επίπεδο φόβου αποτυχίας, ως αποτρεπτικού παράγοντα για την εκδήλωση επιχειρηματικής συμπεριφοράς και τέλος δ) στην ύπαρξη πιθανών επιχειρηματικών ευκαιριών στο κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον στο οποίο κινείται, την άποψή του δηλαδή για την τρέχουσα επιχειρηματική συγκυρία. Για παράδειγμα, όταν τα άτομα συναναστρέφονται άλλους (επιτυχημένους) επιχειρηματίες είναι πιθανόν να ενισχύεται η αυτοπεποίθησή τους για τις ικανότητές τους, χωρίς προφανώς να έχουν μεταβληθεί οι πραγματικές τους δεξιότητες. Η τάση αυτή ισχυροποιείται, μάλιστα, όταν το οικονομικό κλίμα είναι ευνοϊκό. Η εμπειρική έρευνα έχει δείξει ότι, ο ρόλος αυτών των προσωπικών χαρακτηριστικών είναι εξαιρετικά σημαντικός και μπορεί να επηρεάσει το βαθμό εκδήλωσης επιχειρηματικότητας σε μία χώρα¹⁴.

Η δεύτερη ομάδα παραγόντων σχετίζεται περισσότερο με τα ευρύτερα πολιτισμικά χαρακτηριστικά κάθε χώρας και αναφέρεται στις κοινωνικές αντιλήψεις που υπάρχουν για την επιχειρηματικότητα. Οι παράγοντες αυτοί καταγράφουν τις απόψεις του ερωτώμενου για το ευρύτερο περιβάλλον στο οποίο κινείται και τον τρόπο που θεωρεί ότι προσεγγίζονται διαστάσεις της επιχειρηματικότητας συνολικά από την κοινωνία. Αν και οι εθνικές επιδόσεις σε αυτούς τους παράγοντες δε διαφοροποιούνται σημαντικά από το ένα έτος στο άλλο, καθώς αντανακλούν παγιωμένες αντιλήψεις στο ελληνικό περιβάλλον, ακόμα και μικρές μεταβολές από χρονιά σε χρονιά ενδεχομένως να έχουν ενδιαφέρον και να σηματοδοτούν μία αλλαγή στην εθνική κουλτούρα.

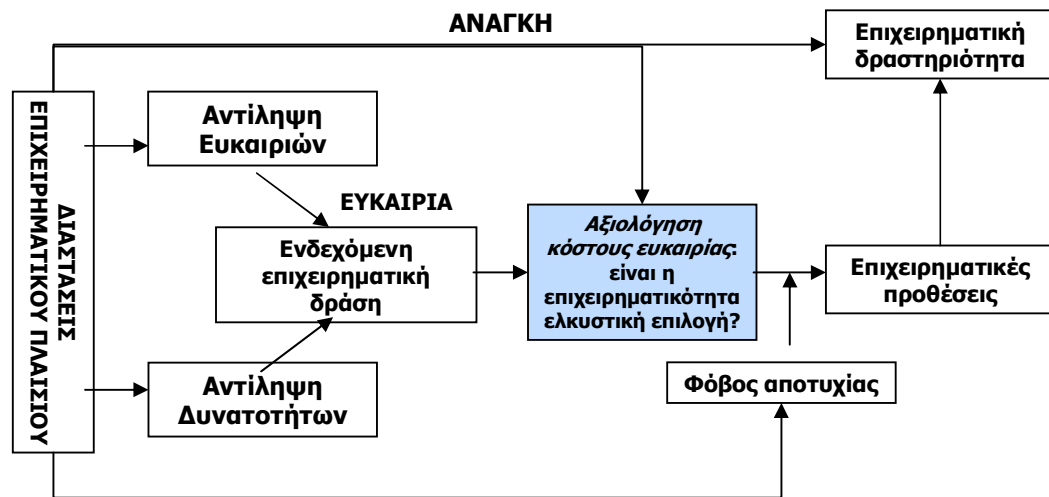
Στο Διάγραμμα 3.1 (προσαρμογή από Wennekers 2006) αποτυπώνεται μία ενδεικτική συσχέτιση των προσωπικών κυρίως παραγόντων ως ένα εννοιολογικό μοντέλο των βασικών συστατικών της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Οι 14 διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, οι οποίες εξετάζονται στην έρευνα των ειδικών εμπειρογνωμόνων του GEM¹⁵ επηρεάζουν το βαθμό στον οποίο οι άνθρωποι

¹⁴ Μια σχετική οικονομετρική εργασία έχει παρουσιαστεί άλλωστε και σε προηγούμενη έκθεση του IOBE (βλ. Ιωαννίδης & Τσακανίκας 2006).

¹⁵ Οι παράγοντες αυτοί είναι: η Χρηματοδοτική Υποστήριξη, οι Κυβερνητικές Πολιτικές, τα Κυβερνητικά Προγράμματα, η Παιδεία και Μόρφωση, η Μεταφορά τεχνολογίας, η Εμπορική και Επαγγελματική Υποδομή, το πόσο «ανοιχτή» είναι η Αγορά / Εμπόδια Εισόδου, η Πρόσβαση σε Υλικές Υποδομές, τα Πολιτισμικά και Κοινωνικά Πρότυπα, η Επιχειρηματική Ικανότητα, το Οικονομικό Κλίμα, η Σύνθεση του Πληθυσμού, τα

αντιλαμβάνονται τις πιθανές ευκαιρίες να ξεκινήσουν μια επιχείρηση, αλλά και το βαθμό στον οποίο θεωρούν ότι διαθέτουν τις απαραίτητες γνώσεις και ικανότητες για να ξεκινήσουν και να διαχειριστούν αυτό το εγχείρημα. Είναι προφανές ότι δεν υπάρχει αντικειμενικός τρόπος αξιολόγησης του πόσο πραγματικές είναι αυτές οι ευκαιρίες ή οι δεξιότητες του ατόμου και επομένως, η προσέγγιση παραμένει υποκειμενική, καθώς επαφίεται στην αντίληψη των συμμετεχόντων στην έρευνα για το περιβάλλον τους και τις δυνατότητές τους.

Διάγραμμα 3.1



Είναι επίσης δυνατό τα άτομα να αποφασίζουν να ξεκινήσουν μια επιχείρηση όταν προκύψει μια πολύ συγκεκριμένη επιχειρηματική ευκαιρία, ανεξάρτητα από την προϋπάρχουσα πρόθεσή τους να γίνουν επιχειρηματίες. Επομένως, για τους δυνητικούς αυτούς επιχειρηματίες, η αντίληψη για τις υφιστάμενες ευκαιρίες μπορεί να μην προϋπάρχει, αλλά να προκύψει στην πορεία. Άλλωστε, ένα ρεύμα της σχετικής βιβλιογραφίας αναφέρει ότι οι ευκαιρίες πάντα υπάρχουν, απλά «περιμένουν» να ανακαλυφθούν από δυνητικούς επιχειρηματίες (Shane 2003). Σύμφωνα με αυτήν την άποψη άλλωστε, οι κυβερνήσεις πρέπει να αναλαμβάνουν δράση για να αυξήσουν τις πιθανότητες ανακάλυψης αυτών των ευκαιριών.

Ακόμα πάντως και αν ένα άτομο είναι θετικά διακείμενο προς την επιχειρηματικότητα και έχει ανακαλύψει μία ευκαιρία, δεν είναι βέβαιο ότι τελικά θα κινηθεί επιχειρηματικά.

Χαρακτηριστικά της Εργασίας και το Πολιτικό, Θεσμικό και Κοινωνικό Πλαίσιο. Αναλυτική περιγραφή αυτών μπορεί να αναζητηθεί στην 1^η μελέτη του IOBE για το GEM (Ιωαννίδης 2004).

Διάφορες εναλλακτικές σκέψεις, ενσυνείδητες ή υποσυνείδητες, πρέπει να συνηγορηθούν και να αξιολογηθούν. Καταρχάς, υπάρχει η αξιολόγηση του κόστους ευκαιρίας (opportunity cost), η οποία περιλαμβάνει τη σύγκριση των αποδόσεων της ανάληψης επιχειρηματικής πρωτοβουλίας με το εναλλακτικό σενάριο μιας (συνήθως) μισθωτής απασχόλησης και άρα της εγκατάλειψής της. Στη συνέχεια, προκύπτει το ζήτημα της αξιολόγησης της ανταπόδοσης του ρίσκου (risk reward): ακόμα κι αν η απόδοση της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης υπερβαίνει το κόστος ευκαιρίας, οι (αντιληπτοί) κίνδυνοι μπορούν να είναι πολύ υψηλοί και να μην επιτρέπουν τη μετατροπή μίας «λανθάνουσας» διάθεσης για εκδήλωση επιχειρηματικής δράσης σε πραγματική έναρξη μιας επιχείρησης. Μάλιστα, η αξιολόγηση αυτή ενδεχομένως να επηρεάζεται και από άλλα χαρακτηριστικά του ατόμου, όπως π.χ. δημογραφικά χαρακτηριστικά (ηλικία, φύλο, κτλ) ή ακόμα και θεσμικούς περιορισμούς. Άλλη είναι, για παράδειγμα, η εκτίμηση του κινδύνου της επιχειρηματικής ευκαιρίας από ένα άτομο μεγαλύτερης ηλικίας σε σχέση με ένα άτομο νεότερης ηλικίας. Μεγάλο μέρος αυτού του κινδύνου ενσωματώνεται στην έννοια του φόβου της αποτυχίας που αναλύεται στη συνέχεια.

Αυτό που θα πρέπει επίσης να σημειωθεί είναι ότι η αλληλουχία των ενεργειών που οδηγούν στην εκδήλωση της επιχειρηματικότητας δεν είναι πάντα a priori προσδιορισμένη. Είναι αρκετά πιθανό κάποια άτομα να αποφασίσουν να ξεκινήσουν μια επιχείρηση όταν εμφανίζεται μία πολύ συγκεκριμένη ευκαιρία, σε μία περιοχή μάλιστα στην οποία ενδεχομένως μέχρι τότε να μην αντιλαμβάνονταν κάποια ευκαιρία. Αυτά τα άτομα μπορεί να μην είχαν ξανασκεφτεί να ιδρύσουν μία επιχείρηση, αλλά να αποφασίσουν να το κάνουν επειδή ακριβώς αυτή η «ξαφνική» ευκαιρία εμφανίστηκε σε μια δεδομένη χρονική στιγμή.

Συνεπώς, στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζονται όλες οι μεταβλητές που μετρώνται ετησίως στο GEM, οι οποίες επιδρούν ως ένα βαθμό στην εκδήλωση νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας σε μία χώρα και τελικά συνεισφέρουν στην εξήγηση κάποιων χαρακτηριστικών της που επισημάνθηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο. Επιπροσθέτως, αναλύονται τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που εντόπισε η έρευνα το 2008.

3.2 Η εξέλιξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας

Κοινό χαρακτηριστικό των ευρημάτων όλων των ερευνών που έχουν πραγματοποιηθεί στο πλαίσιο του GEM είναι το χάσμα μεταξύ ανδρών - γυναικών στην εκδήλωση επιχειρηματικότητας. Το χάσμα αυτό διαφοροποιείται από χώρα σε χώρα και φαίνεται να

είναι μεγαλύτερο στις περισσότερο αναπτυγμένες οικονομίες. Διαπιστώνεται, έτσι, για παράδειγμα ότι στις χώρες που δίνουν έμφαση στην καινοτομία η συμμετοχή των ανδρών στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων είναι σχεδόν διπλάσια αυτής των γυναικών, αν και το χάσμα έχει περιοριστεί αρκετά σε Ισπανία, Γερμανία, ΗΠΑ και Ελλάδα. Αντίθετα, σε ορισμένες χώρες χαμηλού κόστους και ιδιαίτερα στην Λατινική Αμερική, η γυναικεία επιχειρηματικότητα σχεδόν προσεγγίζει την ανδρική.

Η τάση αυτή για τις πιο ανεπτυγμένες χώρες έχει ερμηνευτεί από τη σαφή προτίμηση των γυναικών - ειδικά στη αρχή της επαγγελματικής τους σταδιοδρομίας – για τη μισθωτή εργασία (σε θέσεις στο δημόσιο τομέα ή σε μεγάλες επιχειρήσεις), όπου παρέχονται σημαντικές διευκολύνσεις στην εργαζόμενη μητέρα (ιατρικές υπηρεσίες, άδειες μητρότητας, κτλ). Αυτές, δηλαδή, οι θεσμικά κατοχυρωμένες ευνοϊκότερες συνθήκες εργασίας για τις γυναίκες δικαιολογούν την εστίαση και την εντονότερη προσπάθεια για εύρεση / διατήρηση κάποιας αντίστοιχης μισθωτής εργασίας, ειδικά αν εκλείπουν πιθανά κίνητρα ευκαιρίας που θα μπορούσαν να σηματοδοτήσουν μία αλλαγή συμπεριφοράς του γυναικείου πληθυσμού.

Αντίθετα, σε αρκετές από τις χώρες χαμηλού κόστους ή χώρες βελτίωσης αποτελεσματικότητας η συμμετοχή των γυναικών είναι αρκετά υψηλή. Είναι σαφές ότι στις χώρες αυτές η επιχειρηματικότητα ανάγκης είναι περισσότερο εκτεταμένη, λόγω δυσκολότερων συνθηκών βιοπορισμού, αλλά και περιορισμένης δυνατότητας πρόσβασης σε καθιερωμένες αγορές εργασίας. Το γεγονός αυτό ωθεί τις γυναίκες προς την επιχειρηματική δραστηριοποίηση, ενάντια ίσως ακόμα και σε ισχυρά κοινωνικά στερεότυπα που αντιμετωπίζουν την επιχειρηματικότητα ως αυστηρά ανδρική υπόθεση και ωθούν τις γυναίκες στην αποκλειστική ενασχόληση με την οικογένεια.

Τα αποτελέσματα που παρουσιάζονται στον Πίνακα 3.1¹⁶ αντανακλούν όσα αναφέρθηκαν παραπάνω. Στην Ελλάδα, το 2008 το 12,1% των ανδρών ηλικίας 18-64 ετών βρισκόταν στη φάση έναρξης ενός νέου εγχειρήματος και αντίστοιχα το 7,7% των γυναικών. Και οι δύο δείκτες έχουν ενισχυθεί σημαντικά σε σχέση με το προηγούμενο έτος, λόγω της γενικότερης ανόδου της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Η αύξηση, όμως, στις γυναίκες το 2008 είναι μεγαλύτερη, γεγονός που έχει ως αποτέλεσμα σχεδόν το 40% πλέον των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων να είναι γυναίκες, έναντι περίπου 30% την προηγούμενη διετία. Σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες, η Ελλάδα κερδίζει αρκετές θέσεις στη σχετική ευρωπαϊκή κατάταξη, λόγω της γενικότερης αύξησης της επιχειρηματικότητας και υπερτερεί των αντίστοιχων ευρωπαϊκών, αλλά και παγκόσμιων

¹⁶ Η ανδρική επιχειρηματικότητα αναφέρεται στο ποσοστό των ανδρών ηλικίας 18-64 ετών κάθε χώρας που ασκούν επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Αντίστοιχα ορίζεται η επιχειρηματικότητα των γυναικών.

μέσων όρων (χώρες καινοτομίας 32,8%, ευρωπαϊκές χώρες 32,5%, σύνολο GEM 35,4%).

Πίνακας 3.1

Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων με βάση το φύλο

(% ατόμων ηλικίας 18-64 ετών, 2008)

Χώρες	Επιχειρηματικότητα Αρχικών σταδίων Ανδρών	Επιχειρηματικότητα Αρχικών σταδίων Γυναικών
Χώρες Α	20,21	14,05
Χώρες Β	13,96	9,09
ΗΠΑ	12,68	8,84
Ελλάδα	12,07	7,67
Ολλανδία	7,05	3,32
Βέλγιο	4,02	1,66
Γαλλία	8,03	3,26
Ισπανία	8,08	5,97
Ιταλία	6,40	2,80
Ην. Βασίλειο	8,07	3,69
Δανία	6,06	2,79
Νορβηγία	12,11	5,19
Γερμανία	4,09	3,44
Ιαπωνία	7,79	3,02
Κορέα	14,81	5,01
Ιρλανδία	11,21	3,98
Ισλανδία	12,87	7,16
Φινλανδία	10,11	4,52
Σλοβενία	8,75	4,01
Ισραήλ	8,86	3,97
Χώρες Γ	9,06	4,46
Μ.Ο. Ευρώπης	9,06	4,38
Μ.Ο. GEM	12,97	8,00

Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Στον Πίνακα 3.2 αποδίδεται το μερίδιο της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως ποσοστό του συνολικού δείκτη συγκριτικά για κάθε χώρα. Αποδίδεται δηλαδή, το τμήμα της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που αφορά γυναίκες και πώς αυτό έχει εξελιχθεί τα τελευταία τρία χρόνια. Παρατηρεί, κανείς, πως τα αποτελέσματα της τελευταίας τριετίας για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα χαρακτηρίζονται από σταθερή βελτίωση που δεν επηρεάζεται από την αυξομείωση του ποσοστού των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων γενικά.

Άλλο ενδιαφέρον στοιχείο που προκύπτει από τη φετινή έρευνα και το οποίο συνιστά σημαντική διαφοροποίηση σε σχέση με τα προηγούμενα έτη είναι η επιπλέον βελτίωση των κινήτρων της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Πιο συγκεκριμένα, σχεδόν σε όλες τις προηγούμενες έρευνες είχε διαπιστωθεί ότι ένα ευρύ τμήμα της γυναικείας επιχειρηματικότητας είχε κίνητρο την ανάγκη, σε μεγαλύτερο βαθμό, μάλιστα, από το αντίστοιχο των ανδρών. Το 2008, ωστόσο, η εικόνα ανατρέπεται (Πίνακας 3.3). Πάνω από τις μισές (53,3%) γυναίκες νέες / επίδοξες επιχειρηματίες δηλώνουν ως κίνητρο αποκλειστικά την ευκαιρία, έναντι 37,6% των αντίστοιχων ανδρών. Οι δε γυναίκες επιχειρηματίες ανάγκης δε ξεπερνούν το 25%, ποσοστό που αν και είναι υψηλό γενικά (2η υψηλότερη επίδοση στις χώρες καινοτομίας), είναι 10 μονάδες χαμηλότερο από εκείνο των ανδρών.

Αξίζει να σημειωθεί ότι, με την εξέλιξη αυτή η Ελλάδα ανήκει σε ένα μικρό σύνολο χωρών του GEM (15) όπου η ανδρική επιχειρηματικότητα ανάγκης είναι μεγαλύτερη από την αντίστοιχη γυναικεία (Πίνακας 3.4). Στις περισσότερες, δηλαδή, χώρες συμβαίνει το αντίστροφο, χωρίς μάλιστα αυτό να συνδέεται με το επίπεδο ανάπτυξης των εξεταζόμενων οικονομιών. Το εύρημα αυτό είναι σημαντικό, εμφανίζεται για πρώτη φορά στις έρευνες του GEM στην Ελλάδα και ενδεχομένως να υποδηλώνει μία ποιοτική αλλαγή στα εγχειρήματα των γυναικών. Ωστόσο, είναι περισσότερο πιθανό να αποτελεί μία συγκυριακή εξέλιξη και να συνδέεται με την εκτίναξη συνολικά της επιχειρηματικότητας ανάγκης, η οποία φαίνεται απλώς να «άγγιξε» το 2008 περισσότερο τους άνδρες.

Σε ό,τι αφορά άλλα χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας μπορούν να αναφερθούν τα εξής:

- Το 45% των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων διαθέτει ανώτερη / ανώτατη εκπαίδευση, έναντι 39% των αντίστοιχων ανδρών, ποσοστό που παγιώνει τη σχετική διαφορά που εντοπίστηκε και το 2007. Το γεγονός ότι οι γυναίκες νέες επιχειρηματίες έχουν ολοκληρώσει τουλάχιστον το ίδιο ή και ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης είναι σημαντικό, ιδιαίτερα για τη χάραξη σχετικών πολιτικών.
- Το 31% των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων έχει συνεταιριστεί με τουλάχιστον άλλο ένα άτομο (άνδρα ή γυναίκα) έναντι 21% των αντίστοιχων ανδρών. Φαίνεται, δηλαδή, οι Ελληνίδες να συμμετέχουν σε επιχειρηματικές ομάδες που είναι μεγαλύτερες από εκείνες που συμμετέχουν οι άνδρες επιχειρηματίες, παρ' όλο που μέρος αυτής της διαφοράς μπορεί απλώς να ερμηνεύεται από συνεταιρισμό με το σύζυγο.

- Μόνο το 1% των εγχειρημάτων των γυναικών – έναντι 5,9% των ανδρών - αφορούν δραστηριοποίηση σε κάποιον κλάδο μεσαίας ή υψηλής τεχνολογίας, σύμφωνα με την ταξινόμηση του ΟΟΣΑ. Άλλωστε, αυτό δικαιολογείται από το γεγονός ότι δύο στα τρία εγχειρήματα που έχουν ξεκινήσει γυναίκες αφορούν σε προϊόντα / υπηρεσίες με άμεσο αποδέκτη τον καταναλωτή (π.χ. λιανεμπόριο) και άρα η δραστηριότητα των Ελληνίδων στη μεταποιητική δραστηριότητα και στις υπηρεσίες προς επιχειρήσεις είναι περιορισμένη. Σαφώς το ίδιο συμβαίνει και στους άνδρες, όχι όμως με την ίδια ένταση. Σε κάθε πάντως περίπτωση, η διάρθρωση των νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα (και για τα δύο φύλα) ανά

Πίνακας 3.2

*Εξέλιξη γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων σε σχέση με τη συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα αρχικών σταδίων
(% συμμετοχής στο σύνολο)*

Χώρες	Συνολική (TEA) 2008	Γυναικεία (%) 2008	Συνολική (TEA) 2007	Γυναικεία (%) 2007	Συνολική (TEA) 2006	Γυναικεία (%) 2006
Χώρες Α	17,1	38,0	-	-	-	-
Χώρες Β	11,5	36,8	-	-	-	-
Βέλγιο	2,9	29,2	3,2	31,5	2,7	30,8
Γαλλία	5,6	28,9	3,2	34,8	4,4	31,0
Γερμανία	3,8	45,7	-	-	4,2	35,6
Δανία	4,4	31,5	5,4	42,3	5,3	32,6
Ελλάδα	9,9	38,9	5,7	30,3	7,9	25,8
Ην.Βασίλειο	5,9	31,4	5,5	32,7	5,8	30,1
ΗΠΑ	10,8	41,1	9,6	37,3	10,0	7,4
Ιαπωνία	5,4	28,0	4,3	35,2	2,9	2,6
Ιρλανδία	7,6	26,2	8,2	35,7	7,4	27,8
Ισλανδία	10,1	35,8	12,5	30,0	11,3	30,2
Ισπανία	7,0	42,5	7,6	36,0	7,3	36,7
Ισραήλ	6,4	31,0	5,4	33,8	-	-
Ιταλία	4,6	30,4	5,0	33,0	3,5	37,5
Κορέα	10,0	25,3	-	-	-	-
Νορβηγία	8,7	30,0	6,5	33,3	9,1	24,3
Ολλανδία	5,2	32,0	5,2	35,8	5,4	24,3
Σλοβενία	6,4	31,4	4,8	28,2	4,6	33,5
Φινλανδία	7,3	30,9	6,9	34,9	5,0	44,4
Χώρες Γ	6,8	32,8	-	-	-	-
Μ.Ο. Ευρώπης	6,8	32,5	6,0	33,1	6,3	4,0
Μ.Ο. GEM	10,5	35,4	9,1	37,0	9,5	7,5

Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωση αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

τομέα δραστηριότητας συνεχίζει να συγκλίνει περισσότερο με τις υπό ανάπτυξη χώρες, παρά με τις αναπτυγμένες, καθώς τα νέα εγχειρήματα χαρακτηρίζονται

διαχρονικά από «ρηχότητα», όπως έχουν επισημάνει και προηγούμενες μελέτες του IOBE.

Πίνακας 3.3

*Κίνητρα επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων με βάση το φύλο
Ελλάδα, (% διάρθρωση, 2008)*

	Κίνητρο: αποκλειστικά για ευκαιρία	Κίνητρο: ως ένα βαθμό για ευκαιρία	Κίνητρο: η ανάγκη	Σύνολο
Άνδρες	37,6%	27,4%	35,0%	100%
Γυναίκες	53,3%	21,3%	25,3%	100%

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Πίνακας 3.4

*Ποσοστό επιχειρηματικότητας ανάγκης
στη συνολική επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά φύλο (2008)*

Χώρες	Επιχειρηματικότητα ανάγκης στους άνδρες (ως % της ανδρικής επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)	Επιχειρηματικότητα ανάγκης στις γυναίκες (ως % της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)
Χώρες Α	28,02	36,62
Χώρες Β	29,07	35,75
ΗΠΑ	4,81	22,24
Ελλάδα	35,0	25,30
Ολλανδία	6,52	14,02
Βέλγιο	12,43	0,68
Γαλλία	10,34	9,94
Ισπανία	13,23	16,87
Ιταλία	10,15	24,15
Ην. Βασίλειο	16,23	9,13
Δανία	6,43	6,41
Νορβηγία	5,78	9,08
Γερμανία	29,85	22,29
Ιαπωνία	24,15	20,14
Κορέα	42,19	34,97
Ιρλανδία	19,09	15,17
Ισλανδία	5,28	5,66
Φινλανδία	10,49	18,11
Σλοβενία	10,85	14,79
Ισραήλ	22,00	19,67
Χώρες Γ	16,37	17,04
Μ.Ο. Ευρώπης	22,40	23,92
Μ.Ο. GEM	24,90	31,55

Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

- Από την άλλη πλευρά, εξετάζοντας άλλα ποιοτικά χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας, μπορεί να σημειωθεί πως οι γυναίκες υπολείπονται των ανδρών νέων/ επίδοξων επιχειρηματιών όσον αφορά στη νεωτερικότητα των τεχνολογιών/διαδικασιών που χρησιμοποιούν στην επιχείρησή τους, το βαθμό καινοτομίας, όπως αυτός αξιολογείται μέσω της έντασης του ανταγωνισμού στην αγορά στην οποία εισέρχονται και το βαθμό εξωστρέφειας του εγχειρήματος. Όπως φαίνεται και στον Πίνακα 3.5, μόλις το 18,4% των γυναικών νέων επιχειρηματιών κάνουν χρήση τεχνολογιών/ διαδικασιών που έχουν αναπτυχθεί τον τελευταίο χρόνο για την παραγωγή προϊόντων/ παροχή υπηρεσιών, ενώ οι αντίστοιχοι άντρες ξεπερνούν το 25%. Επίσης, από τους εγχώριους νέους κι επίδοξους επιχειρηματίες που έχουν ενσωματώσει πιο μοντέρνες τεχνολογίες στις επιχειρηματικές διαδικασίες τους, μόλις μία στις τρεις είναι γυναίκες.

Πίνακας 3.5

Ποιοτικά χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα ανά φύλο, 2008

Συνολική ΤΕΑ (%)	ΤΕΑ κατά φύλο (%)	Χρήση νέων τεχνολογιών/ διαδικασιών (% γυναικείας/ ανδρικής ΤΕΑ)			Ανταγωνιστές που προσφέρουν το ίδιο προϊόν/ υπηρεσία (% γυναικείας/ανδρικής ΤΕΑ)			Παροχή προϊόντων/ υπηρεσιών που θεωρούνται νέα από τους πελάτες (%γυναικείας/ ανδρικής ΤΕΑ)		
		Εντελώς νέες	Νέες	Παλαιότερες	Πολλοί	Λίγοι	Κανείς	Όλοι	Κάποιοι	Κανείς
9,9	Γυναικεία									
	7,7	18,4	9,2	72,4	39,5	42,1	18,4	33,3	25,3	41,3
	Ανδρική									
	12,1	25,6	23,0	51,3	45,8	48,3	5,9	21,2	24,6	54,2

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

3.3 Άλλα Δημογραφικά χαρακτηριστικά των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών

3.3.1 Ηλικία νέων / επίδοξων επιχειρηματιών

Η αύξηση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα το 2008 οδήγησε σε διεύρυνση του ποσοστού του πληθυσμού που εισήλθε στον επιχειρηματικό στίβο. Μάλιστα, όπως φαίνεται στον Πίνακα 3.6, τα ποσοστά συμμετοχής των Ελλήνων στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ξεπερνούν τους αντίστοιχους μέσους όρους των ευρωπαϊκών και καινοτόμων χωρών για όλα τα ηλικιακά κλιμάκια.

Ειδικότερα, τα άτομα ηλικίας 25-34 ετών είναι τα πλέον ενεργά σε όρους επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, μιας και σχεδόν το 18% του συνολικού πληθυσμού αυτής της ηλικίας δηλώνει επιχειρηματίας αρχικών σταδίων. Το συγκεκριμένο ποσοστό είναι το υψηλότερο για αυτήν την ηλικιακή ομάδα στις χώρες καινοτομίας, και φαίνεται να συγκλίνει περισσότερο με το μέσο όρο των λιγότερο αναπτυγμένων οικονομιών. Κρίσιμη θεωρείται, επίσης, και η αύξηση του ποσοστού των ατόμων ηλικίας 55-64 ετών. Το 2007, μόλις το 3,7% των ατόμων αυτών δήλωνε πως προσπαθούσε να/ είχε μόλις ξεκινήσει μια επιχείρηση, όταν φέτος η συμμετοχή τους έχει φτάσει το 5,7% του ηλικιακού κλιμακίου.

Πιο σημαντικό είναι, όμως, να εξεταστεί η ηλικιακή διάρθρωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων και μάλιστα, σε σύγκριση με τις άλλες χώρες (Πίνακας 3.7). Κι αυτό γιατί το 2008, η μέση ηλικία του νέου / επίδοξου επιχειρηματία που εντόπισε η έρευνα του GEM ήταν τα 38 έτη, ενώ ο καθιερωμένος επιχειρηματίας ήταν κατά μέσο όρο 46 ετών (36 και 44 ετών αντίστοιχα την προηγούμενη χρονιά). Σημειώθηκε, δηλαδή, μια άνοδος της ηλικίας των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων κατά το 2008.

Η αύξηση αυτή προέρχεται κυρίως από τον τριπλασιασμό του ποσοστού των νέων/ επίδοξων επιχειρηματιών ηλικίας άνω των 55 χρονών (10,8% από 3,6% το 2007). Ενδιαφέρον έχει να σημειωθεί εδώ πως, σχεδόν οι μισοί (48%) νέοι/ επίδοξοι επιχειρηματίες αυτού του ηλικιακού κλιμακίου δηλώνουν πως το κίνητρό τους ήταν μόνο η ανάγκη, εύρημα που αντικατοπτρίζει τη γενικότερη άνοδο της επιχειρηματικότητας ανάγκης για το 2008.

Ταυτόχρονα, το ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που ανήκουν στο ηλικιακό κλιμάκιο των 18-34 ετών συνεχίζει να διευρύνεται, καθώς το 2008 οι μισοί από τους νέους / επίδοξους επιχειρηματίες ανήκουν σε αυτό το ηλικιακό κλιμάκιο (42% το 2007 και 39% το 2006).

Η άνοδος της μέσης ηλικίας του νέου / επίδοξου επιχειρηματία θα μπορούσε να αποδοθεί κατά ένα μέρος στην οικονομική κρίση. Η έναρξη της κρίσης το 2008 και η πιθανή απώλεια εξαρτημένης εργασίας ή ακόμα και η δυσαρέσκεια με το επίπεδο των αμοιβών φαίνεται να ενισχύει την επιλογή της αυτοαπασχόλησης και σε μεγαλύτερης ηλικίας άτομα. Έτσι, άτομα τα οποία δεν είχαν έως σήμερα εξετάσει το ενδεχόμενο να εισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο, πιθανόν να αποφασίζουν πλέον να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά λόγω ανάγκης.

Πράγματι, η επιβράδυνση της οικονομικής δραστηριότητας, η οποία ξεκίνησε το 2008 και εντάθηκε το 2009 σε συνδυασμό με τις απώλειες θέσεων εργασίας, οδηγεί σε ενίσχυση εναλλακτικών μορφών απασχόλησης και ιδιαίτερα της αυτοαπασχόλησης. Όσο επιδεινώνεται το περιβάλλον της αγοράς εργασίας και τμήματα του πληθυσμού δυσκολεύονται να βρουν κάποια σχέση εξαρτημένης εργασίας ή χάνουν την εργασία τους, ενισχύεται η απόφασή τους να αναπτύξουν κάποια μικρή επιχειρηματική δραστηριότητα, ακόμα και αν η χρηματοδότηση από το τραπεζικό σύστημα είναι φειδωλή.

Πίνακας 3.6

Ποσοστό ατόμων ανά ηλικιακό κλιμάκιο που συμμετέχουν στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (2008)

Χώρες	Συνολική ΤΕΑ (%)	% πληθυσμού 18-24 ετών	% πληθυσμού 25-34 ετών	% πληθυσμού 35-44 ετών	% πληθυσμού 45-54 ετών	% πληθυσμού 55-64 ετών
Χώρες Α	17,13	14,33	22,07	17,85	16,16	10,56
Χώρες Β	11,52	10,90	14,84	12,92	10,28	5,89
ΗΠΑ	10,76	10,19	12,29	12,47	10,33	7,81
Ελλάδα	9,86	7,33	17,49	8,93	7,70	5,70
Ολλανδία	5,20	4,60	8,53	5,87	5,11	1,64
Βέλγιο	2,85	3,56	4,50	3,05	1,89	1,62
Γαλλία	5,64	3,87	9,62	5,53	4,88	3,66
Ισπανία	7,03	4,96	9,42	8,09	6,05	4,76
Ιταλία	4,62	2,86	9,40	5,34	3,22	1,07
Ην. Βασίλειο	5,91	3,70	8,05	7,53	6,34	2,79
Δανία	4,44	2,61	7,02	6,40	4,16	1,23
Νορβηγία	8,70	11,91	11,70	9,69	8,16	2,85
Γερμανία	3,77	3,04	6,88	3,29	3,04	2,83
Ιαπωνία	5,42	3,49	6,30	5,37	5,50	5,57
Κορέα	9,99	1,67	14,37	12,85	9,85	5,71
Ιρλανδία	7,59	6,37	8,54	9,78	8,23	3,52
Ισλανδία	10,05	6,16	12,21	13,46	9,55	6,86
Φινλανδία	7,34	5,58	10,32	9,83	7,20	3,78
Σλοβενία	6,40	4,19	11,84	7,42	4,99	1,98
Ισραήλ	6,45	5,65	8,02	9,40	3,88	3,46
Χώρες Γ	6,78	5,10	9,81	8,02	6,12	3,71
Μ.Ο. Ευρώπης	6,72	5,91	10,12	7,64	5,79	3,13
Μ.Ο. GEM	10,49	9,00	13,96	11,68	9,60	5,80

Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Πίνακας 3.7

Διάρθρωση των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων ανά ηλικιακό κλιμάκιο, (Ελλάδα 2008)

Χώρες	Νέοι επιχειρηματίες 18-24 ετών (% της ηλικιακής ομάδας)	Νέοι επιχειρηματίες 25-34 ετών (% της ηλικιακής ομάδας)	Νέοι επιχειρηματίες 35-44 ετών (% της ηλικιακής ομάδας)	Νέοι επιχειρηματίες 45-54 ετών (% της ηλικιακής ομάδας)	Νέοι επιχειρηματίες 55-64 ετών (% της ηλικιακής ομάδας)	Σύνολο
Χώρες Α	20,42	36,15	22,57	14,96	5,90	100,0
Χώρες Β	17,53	35,14	24,70	15,88	6,75	100,0
ΗΠΑ	14,82	24,35	25,70	22,30	12,82	100,0
Ελλάδα	9,09	41,39	21,89	16,86	10,77	100,0
Ολλανδία	11,77	31,64	27,79	22,53	6,27	100,0
Βέλγιο	16,58	31,55	25,03	15,68	11,15	100,0
Γαλλία	9,80	35,74	22,80	19,01	12,65	100,0
Ισπανία	8,23	32,30	29,29	18,34	11,85	100,0
Ιταλία	6,75	42,51	30,69	15,61	4,44	100,0
Ην. Βασίλειο	9,17	27,48	30,69	23,65	9,02	100,0
Δανία	7,60	31,30	34,59	20,59	5,92	100,0
Νορβηγία	19,16	26,82	26,89	20,59	6,54	100,0
Γερμανία	10,39	33,58	22,21	19,86	13,96	100,0
Ιαπωνία	7,73	25,20	22,67	19,98	24,42	100,0
Κορέα	2,30	34,11	32,45	23,40	7,74	100,0
Ιρλανδία	12,72	28,63	29,07	21,87	7,71	100,0
Ισλανδία	9,96	28,18	29,94	20,71	11,21	100,0
Φινλανδία	10,44	27,66	27,52	22,50	11,88	100,0
Σλοβενία	8,54	41,74	25,78	18,06	5,89	100,0
Ισραήλ	17,11	32,39	31,88	10,71	7,91	100,0
Χώρες Γ	10,67	32,03	27,60	19,57	10,12	100,0
Μ.Ο. Ευρώπης	12,60	34,48	26,22	18,34	8,36	100,0
Μ.Ο. GEM	15,29	34,03	25,43	17,30	7,96	100,0

Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

3.3.2. Επίπεδο εκπαίδευσης νέων / επίδοξων επιχειρηματιών

Το μορφωτικό επίπεδο ενός ατόμου αναγνωρίζεται στην παγκόσμια βιβλιογραφία ως ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες που επηρεάζουν την έναρξη, αλλά και την επιτυχία μιας νέας επιχειρηματικής δράσης (Gartner, 1989, Riley, 2002, Delmar and Davidsson, 2000). Η εκπαίδευση διευρύνει τις ικανότητες διαχείρισης κεφαλαίου και ανθρώπινου δυναμικού, ενώ καλλιεργεί προσόντα που επηρεάζουν την τάση για απασχόληση¹⁷. Πέραν, όμως από τη συμβατική αγορά εργασίας, η εκπαίδευση διαδραματίζει κείμενο ρόλο στην επιλογή ανάληψης ή μη επιχειρηματικής δράσης και στην τελική επίδοση της δράσης αυτής (Van Praag and Cramer, 2001). Μάλιστα, μελέτες έχουν δείξει πως η επίδοση της επιχειρηματικότητας, δηλαδή η επίδοση του εγχειρήματος, έχει ευθεία και θετική σχέση με την επίσημη εκπαίδευση (Sluis et al., 2004). Ειδικότερα, όσο υψηλότερη είναι η βαθμίδα της εκπαίδευσης του ατόμου και περισσότερα τα χρόνια της παρεχόμενης εκπαίδευσης, τόσο μεγαλύτερες είναι οι πιθανότητες για επιτυχία του εγχειρήματος (Lofstrom, 2002).

Η εκπαίδευση επιδρά στην έναρξη και την επιτυχία μιας επιχειρηματικής δράσης και με έμμεσο τρόπο, μιας και η δυνατότητα άντλησης κεφαλαίου είναι από τους σημαντικότερους παράγοντες της έναρξης επιχειρηματικής δράσης. Οι τράπεζες και άλλοι πάροχοι κεφαλαίου χρησιμοποιούν, άλλωστε, και το επίπεδο εκπαίδευσης ως μέσο επιλογής φιλόδοξων επιχειρηματιών, για τις ικανότητες και τα προσόντα των οποίων συνήθως δεν έχουν σαφή εικόνα (Parker and Van Praag, 2004).

Για τους παραπάνω λόγους, το GEM μελετά το επίπεδο εκπαίδευσης των νέων/ επίδοξων επιχειρηματιών ως μέτρο της ικανότητας αναγνώρισης και εκμετάλλευσης επιχειρηματικών ευκαιριών. Όπως φαίνεται στον Πίνακα 3.8, οι απόφοιτοι ανώτατης εκπαίδευσης στην Ελλάδα δείχνουν εντονότερη ροπή ως προς την είσοδό τους στον επιχειρηματικό στίβο (10,67% των ατόμων από το σύνολο του πληθυσμού που έχει ολοκληρώσει την τριτοβάθμια εκπαίδευση). Μάλιστα, η επίδοση αυτή είναι η 2η υψηλότερη στην Ευρώπη, κερδίζοντας αρκετές θέσεις σε σχέση με πέρυσι. Η επίδοση της Ελλάδας κυμαίνεται σε υψηλότερα επίπεδα τόσο σε σύγκριση με την Ευρώπη, όσο και με τις χώρες καινοτομίας. Γενικότερα, φαίνεται πως στην Ελλάδα το 2008 η συμμετοχή από όλα τα εκπαιδευτικά κλιμάκια είναι υψηλή, λόγω του συνολικά υψηλότερου δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων.

¹⁷ Από την άλλη πλευρά, κάποιες μελέτες υπογραμμίζουν το «σύνδρομο Bill Gates», δηλαδή τους επιχειρηματίες που σταμάτησαν με τη θέλησή τους την πορεία της επίσημης εκπαίδευσής τους και εντούτοις, έφτασαν σε υψηλά επίπεδα καινοτομίας και προσωπικού οφέλους.

Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει, επίσης, η εξέταση του επιπέδου της εκπαίδευσης των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που εντοπίστηκαν στην έρευνα του 2008 (Πίνακας 3.9). Το 2008 οι περισσότεροι νέοι/ επίδοξοι επιχειρηματίες στην Ελλάδα έχουν ολοκληρώσει μόλις τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση (46,2%), σε αύξηση συγκριτικά με πέρυσι. Από την άλλη πλευρά, πάνω από ένας στους τέσσερις επιχειρηματίες είναι κάτοχος μεταπτυχιακού/ διδακτορικού διπλώματος. Η πιο σημαντική αλλαγή σε σύγκριση με το 2007 όμως, αφορά στους νέους/ επίδοξους επιχειρηματίες που έχουν ολοκληρώσει πανεπιστημιακές σπουδές. Το ποσοστό των ατόμων αυτών συρρικνώνεται έντονα και φτάνει σε χαμηλότερα επίπεδα από αυτά του 2006, αντισταθμίζοντας έτσι τη διόγκωση του 2007.

Έτσι, ενώ το 2007 σχεδόν το 60% των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών ήταν απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και άνω, φέτος το ποσοστό αυτό μόλις που ξεπερνά το 40% και είναι σαφώς μικρότερο από το ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που διαθέτουν απλώς ένα Απολυτήριο Λυκείου. Επομένως, θα μπορούσε να υποστηρίξει κανείς πως τα υψηλά ποσοστά των ανώτατων εκπαιδευτικών κλιμακίων στην έρευνα του 2007 ήταν συγκυριακά και δε σηματοδότησαν την απαρχή μιας σημαντικής αλλαγής στο δημογραφικό προφίλ του επιχειρηματία στην Ελλάδα. Και αυτή η μεταβολή σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά θα μπορούσε κατά ένα μέρος να αποδοθεί στις πρώτες ενδείξεις της κρίσης και της έντονης ανόδου της επιχειρηματικότητας ανάγκης.

Πίνακας 3.8

Ποσοστιαία διάθρωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως προς το εκπαιδευτικό κλιμάκιο

Χώρες	Συνολική ΤΕΑ (% συνολικού πληθυσμού)	Νέοι επιχειρηματίες-Πρωτοβάθμια ή/και μερική δευτεροβάθμια εκπαίδευση (% του επιπέδου αυτού εκπαίδευσης)	Νέοι επιχειρηματίες - Δευτεροβάθμια εκπαίδευση (% του επιπέδου αυτού εκπαίδευσης)	Νέοι επιχειρηματίες – Ανώτερη εκπαίδευση (% του επιπέδου αυτού εκπαίδευσης)	Νέοι επιχειρηματίες - Τριτοβάθμια/ Ανώτατη εκπαίδευση (% του επιπέδου αυτού εκπαίδευσης)
Χώρες Α	17,13	11,47	15,39	10,62	14,80
Χώρες Β	11,52	7,43	10,63	10,74	12,55
ΗΠΑ	10,76	13,09	7,63	10,46	11,03
Ελλάδα	9,86	8,50	10,26	6,43	10,67
Ολλανδία	5,20	9,46	4,50	4,02	0,00
Βέλγιο	2,85	2,03	2,14	2,50	5,45
Γαλλία	5,64	3,31	1,72	5,30	2,41
Ισπανία	7,03	5,07	6,04	6,74	7,15
Ιταλία	4,62	3,12	3,94	0,00	7,95
Ην. Βασίλειο	5,91	4,51	5,54	3,91	6,94
Δανία	4,44	2,78	2,49	5,65	5,77
Νορβηγία	8,70	9,48	9,95	0,00	7,28
Γερμανία	3,77	1,04	0,59	2,63	0,11
Ιαπωνία	5,42	1,49	4,08	5,45	6,83
Κορέα	9,99	3,45	7,86	4,48	14,11
Ιρλανδία	7,59	8,50	3,94	8,09	8,35
Ισλανδία	10,05	9,37	6,34	9,12	11,60
Φινλανδία	7,34	5,94	8,46	4,93	8,00
Σλοβενία	6,40	2,00	5,35	9,18	10,62
Ισραήλ	6,45	4,72	5,30	8,71	6,98
Χώρες Γ	6,78	5,44	5,34	5,42	7,29
Μ.Ο. Ευρώπης	6,72	4,50	6,04	5,95	7,96
Μ.Ο. GEM	10,49	7,26	9,29	8,53	10,83

Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας
Πηγή: IOBE επεξεργασία στοιχείων GEM

Πίνακας 3.9

*Ποσοστιαία διάρθρωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων
ως προς το εκπαιδευτικό κλιμάκιο, Ελλάδα (2008)*

Εκπαιδευτικό επίπεδο	2008 (%)	2007 (%)	2006 (%)
Μερική Δευτεροβάθμια	11,6	10,1	9,2
Δευτεροβάθμια	46,2	30,3	54,2
Τριτοβάθμια	15,5	38,5	18,3
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	26,6	21,1	18,3
Σύνολο	100	100	100

Πηγή: IOBE επεξεργασία στοιχείων GEM

3.3.3. Εισοδήμα νέου / επίδοξου επιχειρηματία

Σε προηγούμενες μελέτες του IOBE έχει αποδειχθεί η ύπαρξη ισχυρής συσχέτισης μεταξύ του ύψους του εισοδήματος ενός νέου/ επίδοξου επιχειρηματία και της ανάληψης επιχειρηματικής δράσης από τον τελευταίο¹⁸. Η σχέση αυτή έλκει τη σημασία της από το γεγονός ότι, το μεγαλύτερο μέρος της χρηματοδότησης που απαιτείται για την εκκίνηση ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος καλύπτεται στην Ελλάδα από τον ίδιο τον επιχειρηματία μέσω κυρίως προσωπικής αποταμίευσης ή της οικονομικής συνεισφοράς ατόμων από το στενό οικογενειακό/επαγγελματικό περιβάλλον. Ταυτόχρονα, η πλειονότητα των εγχειρημάτων δεν απαιτεί μεγάλες χρηματικά επενδύσεις. Το 2008, για παράδειγμα, σχεδόν οι μισές επιχειρήσεις αρχικών σταδίων απαιτούσαν την επένδυση το πολύ 50 χιλιάδων ευρώ, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων καταβλήθηκε από τον ίδιο τον επιχειρηματία – επενδυτή (Βλέπε προηγούμενο κεφάλαιο).

Το GEM, λόγω των διαφορετικών οικονομικών συνθηκών των χωρών που συμμετέχουν στην έρευνα, προχωρά σε αναγωγή των εισοδηματικών επιπέδων σε μια κοινή κλίμακα, βασισμένη σε σχετικά και όχι απόλυτα μεγέθη. Έτσι, υιοθετείται η διάκριση σε τρία κλιμάκια: κατώτερο 1/3 της κατανομής εισοδημάτων του πληθυσμού, μεσαίο και ανώτερο αντίστοιχα επίπεδο εισοδήματος.

¹⁸ Η θετική αυτή σχέση έχει αποδειχθεί και οικονομετρικά (βλ. Ιωαννίδης & Τσακανίκας 2006).

Ο Πίνακας 3.10 απεικονίζει την κατανομή αυτή στην Ελλάδα. Φαίνεται πως το 2008 ένας στους τρεις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων προερχόταν από το χαμηλότερο εισοδηματικό κλιμάκιο του ελληνικού πληθυσμού, χαρακτηριστικό που διατηρείται σχεδόν αναλλοίωτο την τελευταία εξαετία. Εντούτοις, καταγράφεται μια σημαντική αλλαγή όσον αφορά στη συμμετοχή των ατόμων που προέρχονται από το μεσαίο και το ανώτερο εισοδηματικό κλιμάκιο. Συγκριτικά με την προηγούμενη έρευνα, έχει αντιστραφεί το ποσοστό συμμετοχής ατόμων από τις ομάδες αυτές: ενώ το 2007 το 28,4% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων προερχόταν από το ανώτερο 1/3 της κατανομής εισοδημάτων, η παρουσία των ατόμων αυτών ενισχύεται σημαντικά το 2008 και ξεπερνά το 45%. Παρ' όλο που φέτος αυξήθηκαν οι μεγάλες επενδύσεις (πάνω από 150.000 ευρώ), οι αλλαγές αυτές δε συμβαδίζουν με τη σημαντική αύξηση της επιχειρηματικότητας ανάγκης που καταγράφεται στη φετινή έρευνα.

Πίνακας 3.10

*Ποσοστιαία διάθρωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων
ανά εισοδηματικό κλιμάκιο*

Εισοδηματικό κλιμάκιο	2008	Μέσος όρος 2004-2008*
Χαμηλότερο 1/3	31,9	19,0
Μεσαίο 1/3	21,8	36,4
Ανώτερο 1/3	46,3	44,6
Σύνολο	100	100,0

**επανασταθμισμένο στο συνολικό δείγμα των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM*

Πίνακας 3.11

*Η επιχειρηματικότητα αρχικών ανά εισοδηματικό κλιμάκιο στην Ελλάδα (2008)
σε σύγκριση με άλλες χώρες*

Εισοδηματικό κλιμάκιο	% αντίστοιχου πληθυσμού στην Ελλάδα	Θέση στις Χώρες Καινοτομίας	Ευρώπη (μ.ο.)	Χώρες Α (μ.ο.)	Χώρες Β (μ.ο.)	Χώρες Γ (μ.ο.)	Χώρες GEM (μ.ο.)
Χαμηλότερο 1/3	9,37	1η	2,91	9,09	5,00	3,51	5,18
Μεσαίο 1/3	7,14	3η	3,91	10,51	7,86	4,14	6,64
Ανώτερο 1/3	12,58	1η	5,61	11,77	9,40	5,46	7,96

Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Ο Πίνακας 3.11 επιβεβαιώνει για άλλη μια χρονιά τη θετική σχέση ανάμεσα στην εκδήλωση επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων και το εισόδημα, αφού και στις τρεις κατηγορίες χωρών παρατηρείται αύξηση του ποσοστού των νέων/ επίδοξων επιχειρηματιών παράλληλα με την αύξηση του εισοδήματος. Παρ' ότι διαχρονικά τα ελληνικά δεδομένα ακολουθούν την κατανομή αυτή, το 2008 είναι έντονη η μείωση της συμμετοχής στην επιχειρηματικότητα ατόμων από τα μεσαία εισοδηματικά κλιμάκια. Εντούτοις, η Ελλάδα βρίσκεται στις πρώτες θέσεις στην κατάταξη των χωρών καινοτομίας και στις τρεις κατηγορίες εισοδήματος και οι αντίστοιχες επιδόσεις της υπερτερούν κατά πολύ αυτών των χωρών του GEM, γεγονός που αποδίδεται στην ενίσχυση της συνολικής επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Είναι σημαντικό να σημειωθεί πως, το 2007 οι ελληνικές επιδόσεις υστερούσαν των αντίστοιχων μέσων όρων σε όλα τα στρώματα. Η φετινή αλλαγή στη συμμετοχή των ατόμων από το ανώτερο εισοδηματικό κλιμάκιο αντιστάθμισε τη συρρίκνωση του 2007. Παρά την επιφύλαξη για την πορεία της τάσης κατά τις επόμενες έρευνες, το εισόδημα θα συνεχίσει να αποτελεί καθοριστικό παράγοντα στην εκδήλωση επιχειρηματικότητας, μιας και η απαιτούμενη δαπάνη για την έναρξη ενός εγχειρήματος στην Ελλάδα αυξάνεται διαχρονικά και η κύρια πηγή άντλησης χρηματοδότησης είναι, όπως έχει σημειωθεί, η προσωπική αποταμίευση ή ο δανεισμός από την οικογένεια.

3.4 Προσωπικοί παράγοντες

Εκτός από την εξέταση ποσοτικών παραμέτρων σχετικά με την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, η έρευνα του GEM παραδοσιακά εξετάζει και την αντίληψη των νέων/ επίδοξων επιχειρηματιών αναφορικά με κάποιους παράγοντες που έχει αποδειχθεί ότι επηρεάζουν την αντίληψη και την ψυχολογία των επιχειρηματιών αυτών και επομένως, διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην εμφάνιση ή όχι της επιχειρηματικότητας.

3.4.1 Συναναστροφή με νέους επιχειρηματίες

Ο πρώτος προσωπικός παράγοντας που εξετάζεται είναι η συναναστροφή με κάποιον που ξεκίνησε ένα εγχείρημα τα τελευταία δύο χρόνια. Η προσωπική γνωριμία με έναν νέο επιχειρηματία θεωρείται ότι επηρεάζει θετικά όποιον επιθυμεί να εισέλθει στον κόσμο των επιχειρήσεων, μιας και αυτός μπορεί να αποτελέσει σημείο αναφοράς, παρέχοντας γνώσεις από την εμπειρία του, δυνατότητα δικτύωσης με άλλους επιχειρηματίες ή σχετικούς με τη μέλλουσα επιχείρηση φορείς κτλ.

Όπως φαίνεται στον Πίνακα 3.12, σχεδόν το 40% των Ελλήνων είναι σχετικά εξοικειωμένο με τη νέα επιχειρηματική δραστηριοποίηση μέσω κάποιου ατόμου στο

κοινωνικό περιβάλλον του. Η επίδοση αυτή κινείται στα ίδια επίπεδα τόσο με τις χώρες καινοτομίας, όσο και με το σύνολο των χωρών του GEM και είναι κατά πολύ υψηλότερη σε σχέση με προηγούμενες χρονιές (29% το 2007 και 32% το 2006). Παρατηρείται, λοιπόν, σαφής βελτίωση του συγκεκριμένου δείκτη, μιας και αναστρέφεται η πτωτική πορεία των τελευταίων ετών, με την Ελλάδα να φτάνει πλέον στο επίπεδο άλλων αναπτυγμένων χωρών. Αυτό τελικά σημαίνει ότι τα γενικά υψηλά επίπεδα επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που καταγράφονται στις εθνικές έρευνες αφορούν άτομα που σε μεγάλο ποσοστό βρίσκονται σε επαφή με επιχειρηματικά πρότυπα.

Ενδιαφέρον έχει να εξεταστούν, όμως, οι διαφοροποιήσεις που καταγράφονται σε αυτούς τους προσωπικούς παράγοντες ως προς το φύλο, μιας και τέτοιου είδους αναλύσεις βοηθούν στην κατανόηση του χάσματος μεταξύ της ανδρικής και γυναικείας επιχειρηματικότητας.

Η μεγαλύτερη εξοικείωση των αντρών έναντι των γυναικών με πρότυπα επιχειρηματικής δραστηριοποίησης μέσω της προσωπικής γνωριμίας με επιχειρηματία είναι αδιαμφισβήτητη για όλες τις κατηγορίες χωρών, και για το σύνολο του GEM. Στην Ελλάδα, το 45% των αντρών γνωρίζει κάποιον νέο επιχειρηματία, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των γυναικών δε ξεπερνά το 35%. Παρ' όλ' αυτά, και σε μια χρονιά που ενισχύεται το ποσοστό αντρών και γυναικών που δηλώνουν συναναστροφή με ένα νέο επιχειρηματία συγκριτικά με πέρυσι (36% των αντρών και 22% των γυναικών), η «ψαλίδα» μεταξύ ανδρών και γυναικών αμβλύνεται σημαντικά. Το εύρημα αυτό, σε συνδυασμό με την ταυτόχρονη άνοδο της γυναικείας επιχειρηματικότητας φέτος, μπορεί να οδηγήσει στο συμπέρασμα ότι ο παράγοντας αυτός είναι αρκετά καθοριστικός στην επιλογή κάποιων γυναικών να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά.

Πράγματι, αν απομονώσουμε το στοιχείο αυτό στο υποσύνολο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, πάνω από το 55% των γυναικών δηλώνουν ότι γνωρίζουν προσωπικά έναν επιχειρηματία, με το αντίστοιχο ποσοστό των αντρών να πλησιάζει το 57%.

3.4.2. Επιχειρηματική Συγκυρία

Οι αντιλήψεις των ατόμων σχετικά με την ύπαρξη προοπτικής ανάπτυξης κάποιου εγχειρήματος στην περιοχή που ζουν τους προσεχείς έξι μήνες θεωρείται πρώιμος δείκτης της εμφάνισης νέας επιχειρηματικότητας. Οι έρευνες του GEM έχουν καταγράψει μια ανοδική πορεία του δείκτη αυτού από το 2001 και έπειτα, γεγονός που αποτυπώνει την αισιοδοξία με την οποία εμφορούνταν οι επίδοξοι επιχειρηματίες. Σαφώς, τα επίπεδα αισιοδοξίας διέφεραν αναλόγως με το επίπεδο ανάπτυξης μιας χώρας, με όσες χώρες

βασίζονται στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας να σημειώνουν συνήθως καλύτερες επιδόσεις.

Τα αποτελέσματα του 2008 για τον συγκεκριμένο παράγοντα φαίνεται να έχουν επηρεαστεί από τη διεθνή χρηματοοικονομική κρίση, αλλά με δεδομένο ότι η κρίση αποτελούσε αντικείμενο συζήτησης, παρά είχε απεικονιστεί σε όρους πραγματικής οικονομίας, δε θεωρούνται ακόμα περιγραφικά των δυσμενών επιπτώσεων της κρίσης. Γενικά, φαίνεται ότι η επίδοση στο δείκτη αυτό είναι αντιστρόφως ανάλογη του επιπέδου ανάπτυξης μιας χώρας, μιας και οι οικονομίες που βασίζονται στην καινοτομία καταγράφουν τα χαμηλότερα ποσοστά. Τα αποτελέσματα αυτά δικαιολογούνται από το σχετικό κορεσμό που απαντάται σε τομείς της οικονομίας των πιο αναπτυγμένων χωρών, ενώ στις άλλες δύο κατηγορίες οι ενδιαφερόμενοι ελπίζουν σε ύπαρξη περισσότερων επαγγελματικών ευκαιριών στο προσεχές μέλλον.

Η επίδοση των Ελλήνων επιχειρηματιών αρχικών σταδίων το 2008 είναι, έτσι, χαμηλότερη σε σύγκριση με την προηγούμενη χρονιά (28,11% , έναντι 29% το 2007). Εντούτοις, δεδομένων των ιδιαίτερων οικονομικών συνθηκών που χαρακτήρισαν το 2008, η επίδοση της Ελλάδας θα πρέπει να αποτιμηθεί θετικά, αφού οι μεγάλες οικονομικές δυνάμεις της Ευρώπης (Ηνωμένο Βασίλειο, Ισπανία, Ιταλία, Γερμανία) καταγράφουν πολύ πιο έντονη συρρίκνωση του εν λόγω δείκτη. Τούτο αποτελεί απόρροια του ότι οι οικονομίες αυτές ήρθαν αντιμέτωπες με σοβαρότερες και πιο άμεσες χρονικά επιπτώσεις της παγκόσμιας κρίσης από ό,τι η Ελλάδα, καθώς το 2008 είχε ήδη καταγραφεί επιβράδυνση της οικονομικής δραστηριότητας σε αυτές τις χώρες.

Επομένως, παρά το γεγονός ότι η συγκυρία για έναρξη επιχείρησης βελτιώθηκε και το 2008, οι εκτιμήσεις για τις επιχειρηματικές ευκαιρίες που υπάρχουν στο ελληνικό περιβάλλον εξακολουθούν να είναι σχετικά περιορισμένες και δυσμενέστερες όλων των αντίστοιχων μέσων όρων.

Όσον αφορά στην αντιμετώπιση των πιθανών ευκαιριών ανά φύλο, οι Έλληνες αναμένουν σε μεγαλύτερο βαθμό την ύπαρξη ευκαιριών στο προσεχές μέλλον από ό,τι οι Ελληνίδες (30,3% και 26,2% αντιστοίχως). Η σχέση αυτή αντιστρέφεται όταν η ανάλυση εστιάζεται στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, καθώς πάνω από τις μισές Ελληνίδες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων αναγνωρίζουν επιχειρηματικές ευκαιρίες στον περίγυρό τους, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών είναι μικρότερο του 40%.

Πίνακας 3.12

Προσωπική γνώση ατόμου που ξεκίνησε νέα επιχείρηση τα προηγούμενα 2 έτη: Ποσοστό θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών, 2008

Χώρες	% στο σύνολο του πληθυσμού	Γνωριμία με επιχειρηματία	
		Άνδρες	Γυναίκες
Χώρες Α	48,73	55,58	42,03
Χώρες Β	44,97	49,52	40,50
ΗΠΑ	37,20	40,86	33,62
Ελλάδα	39,15	44,58	34,74
Ολλανδία	34,98	44,25	25,74
Βέλγιο	29,48	35,39	23,51
Γαλλία	32,94	37,97	28,28
Ισπανία	37,60	40,29	34,98
Ιταλία	32,00	36,35	27,67
Ην. Βασίλειο	25,95	30,64	21,18
Δανία	44,02	48,36	40,00
Νορβηγία	38,68	46,31	30,94
Γερμανία	31,12	33,87	28,34
Ιαπωνία	23,24	29,02	16,94
Κορέα	37,77	45,21	30,35
Ιρλανδία	37,23	40,73	33,70
Ισλανδία	64,45	71,85	57,22
Φινλανδία	50,43	56,09	44,21
Σλοβενία	53,60	61,70	44,98
Ισραήλ	37,83	41,72	33,69
Χώρες Γ	38,20	43,62	32,78
Μέσος όρος Ευρώπης	40,08	45,60	34,60
Μέσος όρος GEM	42,83	48,24	37,49

Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Με άλλα λόγια, οι Ελληνίδες νέες / επίδοξες επιχειρηματίες εμφανίζουν πολύ υψηλότερη εγρήγορση και δυνατότητα αντίληψης επιχειρηματικών ευκαιριών από τους άνδρες συναδέλφους τους και δικαιολογούν την απόφασή τους να σπεύσουν να αξιοποιήσουν αυτές τις, έστω και περιορισμένες, ευκαιρίες που έχουν εντοπίσει στο περιβάλλον τους.

3.4.3. Γνώσεις και Ικανότητες

Ένας άλλος παράγοντας που εξετάζεται στο πλαίσιο της έρευνας του GEM είναι το επίπεδο αυτοπεποίθησης του πληθυσμού όσον αφορά στις γνώσεις, τα προσόντα και την απαιτούμενη εμπειρία του για την έναρξη μιας επιχείρησης. Ο παράγοντας αυτός θεωρείται πρόδρομος δείκτης της εμφάνισης επιχειρηματικότητας, αν και διαμορφώνεται με βάση την προσωπική εκτίμηση του ερωτώμενου και άρα δε μπορεί να αποδώσει μια

αντικειμενική εικόνα του επιπέδου γνώσεων και ικανοτήτων. Γενικά, οι Έλληνες χαρακτηρίζονται από υψηλά επίπεδα αυτοπεποίθησης. Έτσι, το 2008, η επίδοση της Ελλάδας (55,3%) είναι η 2η υψηλότερη στις χώρες καινοτομίας, υπολειπόμενη ελάχιστα από αυτήν των ΗΠΑ (Πίνακας 3.14) και ακόμα υψηλότερη από την επίδοση του 2007 (48%). Όμως το ότι πάνω από τους μισούς Έλληνες θεωρούν ότι διαθέτουν τις γνώσεις, την ικανότητα και την εμπειρία για να ξεκινήσουν μία νέα επιχείρηση, έρχεται σε αντίθεση με τα χαμηλά ποσοστά αυτών που παραδέχονται ότι έχουν λάβει εκπαίδευση/κατάρτιση σχετικά με την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, όπως θα φανεί στο Κεφάλαιο 4. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με την πιο συγκρατημένη αυτοπεποίθηση που παρουσιάζουν χώρες με υπερδιπλάσια ποσοστά καταρτισμένων νέων/επίδοξων επιχειρηματιών (π.χ. η Φινλανδία) υπογραμμίζει την υποκειμενικότητα του εξεταζόμενου παράγοντα, ενισχύοντας την άποψη ότι ενδεχομένως ο μέσος Έλληνας να υπερτιμά τις δυνατότητές του.

Οι διαφορές στην αποτίμηση των ικανοτήτων και των γνώσεων μεταξύ των διάφορων χωρών συνεχίζουν να υφίστανται, μιας και οι χώρες που βασίζονται στην καινοτομία παρουσιάζουν χαμηλότερα ποσοστά επιχειρηματιών, συνειδητά σίγουρων για τις ικανότητές τους σε σύγκριση με τις λιγότερο αναπτυγμένες χώρες, όπου φαίνεται να επικρατούν περισσότερο αισιόδοξες απόψεις.

Ενδιαφέρουσα είναι η εξέλιξη του εν λόγω δείκτη και μεταξύ των φύλων: στο σύνολο του πληθυσμού, οι γυναίκες παραδοσιακά υστερούν έναντι των ανδρών (46,2% των γυναικών νιώθουν σίγουρες για το επίπεδο γνώσεων και ικανοτήτων τους αναφορικά με την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους άντρες φτάνει το 66,1%), κάτι που παραμένει αναλλοίωτο και το 2008. Το χάσμα αυτό, όμως, συρρικνώνεται όσον αφορά στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων (94,2% των ανδρών έναντι 86,5% των γυναικών) γεγονός που αποδεικνύει ότι οι Ελληνίδες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων δε διαφοροποιούνται σημαντικά ως προς την εκτίμηση στις επιχειρηματικές τους ικανότητες και το βαθμό αυτοπεποίθησής τους.

Πίνακας 3.13

*Καλές Ευκαιρίες Έναρξης Νέας Επιχειρηματικότητας το Προσεχές Εξάμηνο:
% θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών, 2008*

Χώρες	% στο σύνολο του πληθυσμού	Επιχειρηματικές ευκαιρίες το προσεχές 6μηνο	
		Άνδρες	Γυναίκες
Χώρες Α	50,46	52,59	48,45
Χώρες Β	40,83	43,15	38,44
ΗΠΑ	36,57	40,83	32,25
Ελλάδα	28,11	30,31	26,20
Ολλανδία	39,09	42,60	35,59
Βέλγιο	14,10	18,53	9,32
Γαλλία	21,59	24,80	18,59
Ισπανία	25,40	28,14	22,81
Ιταλία	29,66	31,16	28,05
Ην. Βασίλειο	30,18	33,68	26,45
Δανία	62,15	63,49	60,90
Νορβηγία	38,79	41,16	36,35
Γερμανία	23,91	29,55	18,15
Ιαπωνία	7,64	7,44	7,85
Κορέα	14,76	18,26	10,94
Ιρλανδία	26,55	24,61	28,46
Ισλανδία	36,67	41,55	31,85
Φινλανδία	50,18	52,40	47,65
Σλοβενία	44,75	49,48	39,35
Ισραήλ	27,35	29,52	24,94
Χώρες Γ	30,97	33,75	28,09
Μ.Ο. Ευρώπης	34,43	37,35	31,43
Μ.Ο. GEM	38,41	40,93	35,85

*Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας
Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM*

3.4.4. Φόβος Αποτυχίας

Εκτός από τους παράγοντες που θεωρούνται πρόδρομοι δείκτες της ανάπτυξης επιχειρηματικής δραστηριότητας, η έρευνα του GEM εξετάζει το κατά πόσο ο φόβος μιας αποτυχίας στην επιχειρηματική τους δραστηριότητα αποτρέπει ουσιαστικά τα άτομα από την ανάληψη τέτοιων εγχειρημάτων. Το 2008, παρατηρείται αύξηση του αριθμού των ατόμων που παραδέχονται την επίδραση αυτού του φόβου στις αποφάσεις τους, τόσο στις ευρωπαϊκές χώρες, όσο και τις χώρες του ΟΟΣΑ (40% και 38% αντιστοίχως). Χαρακτηριστική είναι η διεύρυνση του ποσοστού ακόμα και στις ΗΠΑ, όπου ο φόβος της αποτυχίας παραμένει στα χαμηλότερα επίπεδα ανάμεσα στις αναπτυγμένες χώρες. Η αύξηση αυτή αποδίδεται στις δυσμενείς οικονομικές συνθήκες που χαρακτήρισαν το

2008. Γενικότερα, κατά τη διάρκεια οικονομικών υφέσεων, οι επιχειρηματικές αποτυχίες τείνουν να έχουν εντονότερες επιπτώσεις, καθότι οι εναλλακτικές πηγές εισοδήματος συρρικνώνονται¹⁹.

Η παραδοσιακά υψηλή αυτοπεποίθηση των Ελλήνων εξακολουθεί να μη μετριάζει το φόβο τους για την επιχειρηματική αποτυχία (Πίνακας 3.15). Έτσι, το 2008, το 60% σχεδόν των νέων/ επίδοξων επιχειρηματιών παραδέχονται αυτόν το φόβο, ποσοστό που διατηρείται αναλλοίωτο σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Μάλιστα, η επίδοση αυτή είναι η δεύτερη χειρότερη στο σύνολο του GEM, και υπολείπεται μόνο της Ρωσίας. Φαίνεται, λοιπόν, πως ο φόβος της αποτυχίας παραμένει διαχρονικά ένας από τους πλέον βασικούς αποτρεπτικούς παράγοντες στη μετουσίωση της υψηλής αυτοπεποίθησης σε ουσιαστική επιχειρηματική δραστηριοποίηση.

Εξετάζοντας τις επιδόσεις των δύο φύλων, οι γυναίκες εξακολουθούν να υστερούν για άλλη μια χρονιά. Ξεπερνώντας την επίδοση του 2007, φέτος το 62,5% των γυναικών (έναντι του 50,3% των αντρών) δηλώνει ότι φοβάται την επιχειρηματική αποτυχία. Ενδιαφέρουσα, όμως, είναι η εξέλιξη στο επίπεδο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων: ενώ, παραδοσιακά το ποσοστό των νέων / επίδοξων γυναικών επιχειρηματιών που παραδέχονται αυτόν τον φόβο ως αποτρεπτικό παράγοντα είναι πολύ μεγαλύτερο του αντίστοιχου των ανδρών (πάνω από το 65% έναντι 25% στους άνδρες το 2007), φέτος οι γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων φαίνεται να είναι εξίσου δυναμικές με τους άνδρες: μόλις το 26,1% αυτών απαντούν θετικά στη σχετική ερώτηση έναντι 26,8% των αντρών. Εντούτοις, η διαπίστωση αυτή δε δικαιολογεί την έλλειψη αυτοπεποίθησης των γυναικών που σημειώθηκε προηγουμένως, γεγονός που θα πρέπει να αποδοθεί στην υποκειμενικότητα των απαντήσεων που διαμορφώνουν τους εν λόγω δείκτες.

¹⁹ GEM, 2008 Executive Report, σελ. 17

Πίνακας 3.14

*Γνώσεις, Ικανότητα και Εμπειρία Επιχειρηματικότητας:
% θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών (2008)*

Χώρες	% στο σύνολο του πληθυσμού	Γνώσεις, ικανότητα και εμπειρία επιχειρηματικότητας	
		Άνδρες	Γυναίκες
Χώρες Α	63,93	70,27	57,69
Χώρες Β	54,54	61,10	47,96
ΗΠΑ	55,66	65,17	46,45
Ελλάδα	55,30	66,13	46,18
Ολλανδία	37,81	48,61	27,01
Βέλγιο	36,26	47,67	24,54
Γαλλία	24,66	33,46	16,64
Ισπανία	46,51	48,88	44,21
Ιταλία	40,05	46,45	33,73
Ην. Βασίλειο	49,91	60,14	39,38
Δανία	32,17	41,52	23,52
Νορβηγία	40,63	51,39	29,53
Γερμανία	35,14	39,07	31,15
Ιαπωνία	12,54	19,82	4,69
Κορέα	30,08	41,92	18,34
Ιρλανδία	47,80	55,41	40,14
Ισλανδία	51,81	66,87	37,34
Φινλανδία	39,07	46,78	30,69
Σλοβενία	50,80	60,83	40,11
Ισραήλ	40,86	51,03	29,99
Χώρες Γ	40,39	49,51	31,31
Μέσος όρος Ευρώπης	43,91	52,55	35,34
Μέσος όρος GEM	49,96	57,57	42,38

*Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας
Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM*

Καθότι ο φόβος για μια πιθανή επιχειρηματική αποτυχία αποτελεί καθοριστικό παράγοντα αποτροπής των νέων/ επίδοξων επιχειρηματιών, έχει ενδιαφέρον να εξεταστεί η ενδεχόμενη επίδραση της εκπαίδευσης και ειδικά της εκπαίδευσης/ κατάρτισης που εστιάζει στους τρόπους ανάπτυξης μιας επιχείρησης στην αντιμετώπιση μιας μελλοντικής αποτυχίας.

Με βάση τα στοιχεία του GEM, οι Έλληνες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων που παραδέχονται την ψυχολογική επίδραση που έχει στις επιχειρηματικές τους αποφάσεις μια πιθανή αποτυχία είναι κατά 70% απόφοιτοι δευτεροβάθμιας βασικής εκπαίδευσης και μόλις το 17,4% αυτών έχουν εκπαιδευτεί ειδικά στην ανάπτυξη επιχειρηματικότητας. Αντιθέτως, περίπου οι μισοί από όσους δηλώνουν πως δε διστάζουν να εισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο λόγω μιας ενδεχόμενης αποτυχίας είναι πτυχιούχοι

ανώτερης/ανώτατης εκπαίδευσης και σχεδόν ένας στους τέσσερις έχει καταρτιστεί ειδικά επί της επιχειρηματικότητας. Δεδομένων των προοπτικών βελτίωσης στη χώρα σε όρους παροχής εκπαίδευσης/κατάρτισης για την επιχειρηματικότητα, τα παραπάνω στοιχεία υπογραμμίζουν τον αντίκτυπο που εύλογα έχουν οι επιπλέον γνώσεις στην αυτοπεποίθηση των εν δυνάμει και νέων επιχειρηματιών και συμπερασματικά, στην ίδια την ανάπτυξη νέας επιχειρηματικότητας.

3.5 Πολιτισμικοί παράγοντες

Όπως κάθε χρονιά, έτσι και στη φετινή έρευνα εξετάζονται κάποιοι παράγοντες που θεωρούνται περιγραφικοί της κουλτούρας, των πολιτισμικών χαρακτηριστικών και των κοινωνικών αντιλήψεων μιας χώρας, δεδομένου ότι η είσοδος στον επιχειρηματικό στίβο και γενικότερα η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας σε κάθε εξεταζόμενη χώρα δε μένει ανεπηρέαστη -έστω και εμμέσως- από τέτοιους παράγοντες. Όπως σημειώθηκε και προηγουμένως, ακόμα και οι προσωπικοί παράγοντες διαμορφώνονται σε ένα βαθμό από πολιτισμικά χαρακτηριστικά και κοινωνικές επιταγές που μπορούν να αποτελέσουν εμπόδια ή εφιαλήρια για την ανάπτυξη επιχειρηματικότητας. Η έρευνα του GEM επικεντρώνεται σε τέσσερις παράγοντες, οι οποίοι καταγράφουν τις απόψεις του ερωτώμενου για το ευρύτερο περιβάλλον στο οποίο κινείται και τον τρόπο που θεωρεί ότι προσεγγίζονται διαστάσεις της επιχειρηματικότητας συνολικά από τον πληθυσμό. Πιο συγκεκριμένα, εξετάζονται i) ο βαθμός στον οποίο αποδίδεται απαξία στις κοινωνικές / οικονομικές ανισότητες στη χώρα, ii) ο βαθμός στον οποίο είναι αποδεκτή η επιχειρηματική σταδιοδρομία ως επαγγελματική επιλογή, καθώς και iii) κατά πόσο ο επιχειρηματίας τυγχάνει κοινωνικής αποδοχής και σεβασμού, αλλά και iv) προβολής στα ΜΜΕ σε μία χώρα.

Πίνακας 3.15

Φόβος Αποτυχίας ως Παράγοντας Αποτροπής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας:

Ποσοστό θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών

Χώρες	% στο σύνολο του πληθυσμού	Φόβος αποτυχίας	
		Άνδρες	Γυναίκες
Χώρες Α	33,73	30,26	37,23
Χώρες Β	37,37	33,74	41,02
ΗΠΑ	28,22	26,74	29,67
Ελλάδα	56,96	50,28	62,49
Ολλανδία	25,67	24,85	26,52
Βέλγιο	25,85	25,06	26,65
Γαλλία	50,37	45,17	55,18
Ισπανία	51,79	50,19	53,35
Ιταλία	49,41	44,58	54,14
Ην. Βασίλειο	36,44	33,50	39,45
Δανία	42,88	41,12	44,51
Νορβηγία	22,73	21,54	23,97
Γερμανία	48,65	41,04	56,41
Ιαπωνία	40,62	41,01	40,20
Κορέα	33,26	28,19	38,34
Ιρλανδία	37,76	33,56	41,96
Ισλανδία	35,29	32,83	37,72
Φινλανδία	30,43	24,45	36,97
Σλοβενία	31,40	28,52	34,52
Ισραήλ	42,23	39,44	45,21
Χώρες Γ	38,33	35,12	41,51
Μέσος όρος Ευρώπης	38,71	35,00	42,37
Μέσος όρος GEM	36,94	33,58	40,29

Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Αναλυτικότερα:

Ο πρώτος παράγοντας αφορά στο ποσοστό των πολιτών της κάθε χώρας που θα επιθυμούσε το σύνολο του πληθυσμού να απολαμβάνει το ίδιο βιοτικό επίπεδο. Αυτό, δηλαδή, που εξετάζεται είναι η δυναμική της ελληνικής νοοτροπίας αναφορικά με την εξίσωση του πλούτου, κάτι που ουσιαστικά επηρεάζει μάλλον εμμέσως το βαθμό εκδήλωσης νέας επιχειρηματικότητας σε μία χώρα. Το αντίστοιχο ποσοστό των Ελλήνων κυμαίνεται στο 61% (63% πέρυσι), επίδοση αρκετά υψηλότερη από το μέσο όρο της Ευρώπης, αλλά αρκετά χαμηλότερη σε σύγκριση με τις χώρες καινοτομίας και το σύνολο των χωρών του GEM. Έτσι, η Ελλάδα συνεχίζει να εμφανίζεται ως μία χώρα όπου δεν ευνοούνται οι έντονες οικονομικές ανισότητες²⁰. Σε αντίθεση με παλαιότερες έρευνες, το 2008 λιγότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες δήλωσαν πως η ελληνική κοινωνία είναι δεκτική σε αυτή την επιλογή καριέρας (Πίνακας 3.16). Ενώ το 2007 μόνο ένας στους τρεις διαφωνούσε με τη δήλωση αυτή και η σχετική επίδοση ήταν από τις υψηλότερες στην Ευρώπη, φέτος η Ελλάδα κατατάσσεται στην τρίτη χαμηλότερη θέση ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας (προπορευόμενη μόνο της Ιρλανδίας και του Βελγίου) και ξεπερνά οριακά το ποσοστό που αντιστοιχεί στις χώρες που βασίζονται στους χαμηλού κόστους συντελεστές. Τα ευρήματα αυτά υποδηλώνουν τη διστακτικότητα της κοινωνίας απέναντι στην ίδρυση μιας νέας επιχείρησης ως ιδεατή επαγγελματική σταδιοδρομία, γεγονός που θα μπορούσε να αποδοθεί στη νοοτροπία του πληθυσμού σχετικά με την αντιμετώπιση μιας αβέβαιης ή τουλάχιστον μη πλήρως εξασφαλισμένης επαγγελματικής δραστηριότητας. Το δυσμενές κλίμα που καλλιέργησε η οικονομική κρίση θεωρείται πως έδρασε κατασταλτικά σε σχέση με προηγούμενες χρονιές (αναλυτικότερα στο κεφάλαιο 5).

Από την άλλη πλευρά, δύο στους τρεις πιστεύουν ότι στην Ελλάδα οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες απολαμβάνουν κοινωνική καταξίωση και σεβασμό. Εντούτοις, το ποσοστό αυτό είναι από τα χαμηλότερα στις χώρες υψηλής ανάπτυξης/ καινοτομίας και υπολείπεται των μέσων όρων Ευρώπης, χωρών GEM, ακόμα και χωρών που βασίζονται στην αποτελεσματικότητα.

Επιπροσθέτως, απογοητευτικά είναι και τα αποτελέσματα που εμφανίζει η Ελλάδα στον τέταρτο και τελευταίο πολιτισμικό παράγοντα που εξετάζεται στην έρευνα του GEM. Η

²⁰ Μάλιστα θα πρέπει να σημειωθεί ότι ο παράγοντας αυτός εμφανίζει υψηλή συσχέτιση με το επίπεδο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, αλλά και με το επίπεδο της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας (0,43 σε $p < 1\%$ και 0,48 σε $p < 1\%$). Μεγαλύτερη όμως ακόμα συσχέτιση, ιδιαίτερα με το επίπεδο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων (0,64 σε $p < 1\%$) καταγράφεται στον πολιτισμικό παράγοντα που σχετίζεται με τη στάση της κοινής γνώμης απέναντι στην επιχειρηματικότητα ως μία επιθυμητή επαγγελματική επιλογή.

προβολή των επιτυχημένων νέων επιχειρηματιών στα μέσα μαζικής ενημέρωσης της χώρας φαίνεται να είναι πολύ περιορισμένη, κάτι που χαρακτηρίζει διαχρονικά την ελληνική πραγματικότητα. Το 2008, μόλις ένας στους πέντε θεωρεί ότι εμφανίζονται συχνά στα ΜΜΕ ιστορίες επιτυχημένων νέων επιχειρηματιών, ενώ το 2007 το αντίστοιχο ποσοστό ξεπερνούσε το 40%. Η επίδοση αυτή είναι η χαμηλότερη σε όλες τις χώρες καινοτομίας και τους μέσους όρους που εξετάζονται²¹.

Η ραγδαία μείωση του εν λόγω δείκτη αποτελεί πιθανότατα απότοκο της περιρρέουσας δυσαρέσκειας και αβεβαιότητας των πολιτών που έχει προξενήσει η οικονομική κρίση. Όπως έχει σημειωθεί σε όλες τις έρευνες του IOBE για την επιχειρηματικότητα, πέρα από έλλειψη σχετικής εκπαίδευσης/ κατάρτισης, η ελληνική πραγματικότητα πάσχει και από την προώθηση της επιχειρηματικότητας μέσω των ΜΜΕ. Η συλλογική κουλτούρα στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται και από το εξής παράδοξο: ενώ τα ποσοστά αυτοαπασχόλησης στη χώρα είναι πολύ υψηλά και η εμπιστοσύνη στην αποτελεσματικότητα και τη διαφάνεια του κρατικού μηχανισμού πολύ χαμηλή, η ανάληψη ιδιωτικής επιχειρηματικής πρωτοβουλίας δε φαίνεται να έχει την αποδοχή που θα άρμοζε. Η αμφίδρομη σχέση μεταξύ βαθιά παγιωμένης νοοτροπίας και της στάσης των ΜΜΕ απέναντι στις επιχειρήσεις καλλιεργεί ακόμα πιο έντονα αυτή την αρνητική εικόνα σε περίοδο οικονομικής κρίσης.

Εντούτοις, μιας και έχει αποδειχθεί στην πράξη πως δε μπορεί να υπάρξει μακροχρόνια ανάπτυξη μέσω απόλυτου κρατισμού και η ιδιωτική πρωτοβουλία συμβάλλει καθοριστικά στην πρόοδο της οικονομίας, θα πρέπει το κλίμα αυτό να εξισορροπηθεί. Σίγουρα, κάτι τέτοιο απαιτεί συστηματικές προσπάθειες με μακροχρόνιους στόχους. Η εισαγωγή της έννοιας της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης τα τελευταία χρόνια μπορεί να συμβάλει καταλυτικά σε αυτή τη διαδικασία, δεδομένου ότι στις αναπτυγμένες κοινωνίες γίνεται πλέον συζήτηση για ενδυνάμωση της επιχειρηματικότητας με ταυτόχρονη ωφέλεια του κοινωνικού συνόλου.

²¹ Επιπλέον, και αυτός ο παράγοντας συσχετίζεται θετικά τόσο με το επίπεδο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων σε μία χώρα όσο και με την καθιερωμένη επιχειρηματικότητα (0,57 και 0,5 οι συντελεστές συσχέτισης σε $p < 1\%$). Συνεπώς μία πιθανή αλλαγή του τρόπου προώθησης των επιτυχημένων επιχειρηματικών ιστοριών είναι βέβαιο – λόγω και της έντονης επίδρασης στην κοινή γνώμη – ότι θα βελτίωνε την εικόνα συνολικά της επιχειρηματικότητας στη χώρα και επομένως θα τόνωνε μακροπρόθεσμα την και τις επιδόσεις στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων.

Πίνακας 3.16

Πολιτισμικοί παράγοντες σχετικά με την επιχειρηματικότητα: Ποσοστό θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών

Χώρα	Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (2008)	Καθιερωμένη επιχειρηματικότητα (2008)	Στη χώρα μου,			
			οι περισσότεροι θα προτιμούσαν όλοι οι άνθρωποι να είχαν το ίδιο βιοτικό επίπεδο	οι περισσότεροι θεωρούν την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης μια επιθυμητή επιλογή επαγγελματικής σταδιοδρομίας	όσοι επιτυγχάνουν στην ίδρυση μιας νέας επιχείρησης έχουν κοινωνική καταξίωση και σεβασμό	βλέπει κανείς συχνά ιστορίες για επιτυχημένες νέες επιχειρήσεις στα ΜΜΕ
Χώρες Α	2,9	2,6	60	47	46	38
Χώρες Β	4,4	4,4	49	57	76	32
Βέλγιο	7,3	9,2	70	46	90	71
Γαλλία	5,6	2,8	61	63	70	48
Γερμανία	3,8	4,0	66	56	80	50
Δανία	9,9	12,6	69	76	77	55
Ελλάδα	6,6	5,3	61	48	61	19
Ην.Βασίλειο	10,1	7,1	59	61	71	81
ΗΠΑ	7,6	9,0	80	55	81	65
Ιαπωνία	4,6	6,5	87	68	64	40
Ιρλανδία	5,4	7,9	45	26	56	59
Ισλανδία	10,0	:	71	69	69	67
Ισπανία	6,5	3,0	83	75	77	71
Ισραήλ	13,1	4,9	:	66	57	52
Ιταλία	5,2	7,2	59	85	69	61
Κορέα	8,7	7,7	63	61	68	71
Νορβηγία	4,0	2,1	49	:	69	56
Ολλανδία	6,4	5,6	81	58	78	67
Σλοβενία	7,0	9,1	64	68	58	43
Φινλανδία	6,0	4,8	79	72	80	63
Χώρες Γ	5,9	6,0	77	52	74	54
Μ.Ο. Ευρώπης	10,8	8,3	51	63	74	73
Μ.Ο. GEM	10,2	7,8	67	65	72	60

Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας
 Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ****4.1 Εκπαίδευση / κατάρτιση στην έναρξη επιχείρησης**

Το ζήτημα της εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα έχει απασχολήσει την ερευνητική ομάδα του GEM, στην προσπάθεια κατανόησης των παραγόντων που προωθούν τη γέννηση / δημιουργία μιας νέας επιχείρησης. Σαφώς, το εκπαιδευτικό επίπεδο των επιχειρηματιών αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα που μπορεί να επηρεάσει τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Στη σύγχρονη άλλωστε βιβλιογραφία, η επιχειρηματικότητα θεωρείται ως μια συνεχής διαδικασία ανακάλυψης ευκαιριών.²² Το τι όμως είναι σε θέση να ανακαλύψει ένα άτομο δεν εξαρτάται απόλυτα από το είδος ή την ποιότητα της εκπαίδευσης που έχει λάβει, αλλά επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από τη σωρευμένη γνώση την οποία ήδη κατέχει και την εμπειρία που έχει αποκτήσει. Ένα υψηλό, δηλαδή, μορφωτικό επίπεδο δεν είναι αναγκαία και ικανή συνθήκη για να καθορίσει αν κάποιος είναι σε θέση να «εντοπίσει» στην αγορά κάποιες καλές επιχειρηματικές ευκαιρίες ή όχι. Σημαίνει όμως ότι, όταν τις ανακαλύψει θα είναι σε καλύτερη θέση να τις αξιοποιήσει, αν βεβαίως το επιθυμεί, εφόσον διαθέτει ένα επίπεδο γνώσεων που του επιτρέπει να σχεδιάσει καλύτερα ένα πρόγραμμα δράσης. Η εκπαίδευση δηλαδή τελικά διευρύνει τις ικανότητες διαχείρισης κεφαλαίου και ανθρώπινου δυναμικού, αλλά κυρίως το επίπεδο της λήψης στρατηγικών αποφάσεων για την πορεία του εγχειρήματος.

Στη διεθνή βιβλιογραφία (Onstenk 2003, Parker & Van Praag 2004, Sluis et al. 2004, Sorensen & Chang 2004 κ.α.) ο ρόλος της εκπαίδευσης ως εφαλτήριο για τη δημιουργία και εξέλιξη μιας νέας επιχειρηματικής μονάδας αποκτά ολοένα και μεγαλύτερο ερευνητικό ενδιαφέρον. Κι αυτό γιατί, ενώ αναμφισβήτητα, το υψηλό μορφωτικό επίπεδο αυξάνει εκθετικά τις ευκαιρίες για εύρεση εξαρτημένης απασχόλησης στην αγορά εργασίας, η επίδραση του παράγοντα αυτού είτε στο πρώιμο στάδιο της απόφασης για ανάληψη ή μη επιχειρηματικής δράσης, είτε ως μέσο επίτευξης συγκεκριμένων στόχων εντός της επιχειρηματικότητας (αποτελεσματικότητα / αποδοτικότητα εγχειρήματος) δεν έχει μελετηθεί επαρκώς.

Σε προηγούμενες έρευνες του GEM και στις ετήσιες εκθέσεις του Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα του IOBE, έχει αναφερθεί η προβληματικότητα του

²² Βλέπε Kirzner (1973) και (1997) και Shane and Venkataraman (2000).

εκπαιδευτικού συστήματος στην Ελλάδα σε σχέση με την επιχειρηματικότητα. Έτσι, οι έρευνες στον πληθυσμό, αλλά και οι έρευνες στους ειδικούς εμπειρογνώμονες της επιχειρηματικότητας έχουν υπογραμμίσει τη γενική αντίληψη πως η παρεχόμενη, στοχευμένη στην επιχειρηματικότητα, εκπαίδευση δεν είναι επαρκής, είτε αυτή αφορά στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση (βασική εκπαίδευση) ή την τριτοβάθμια εκπαίδευση. Το ζήτημα άλλωστε έχει αναγνωριστεί τα τελευταία χρόνια, όπως αποδεικνύει το γεγονός της εισαγωγής μαθημάτων για την επιχειρηματικότητα στα περισσότερα ιδρύματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.²³ Οι δράσεις αυτές αποσκοπούν κυρίως στην εξοικείωση των φοιτητών με την προοπτική επιχειρηματικής σταδιοδρομίας και τον εφοδιασμό τους με βασικές γνώσεις για μια τέτοια προοπτική.

Στο πλαίσιο μιας λεπτομερέστερης ανάλυσης του ρόλου της εκπαίδευσης στην επιχειρηματική δραστηριότητα, η έρευνα του GEM για το 2008 περιελάμβανε μία ειδική ενότητα για το θέμα αυτό. Οι πρόσθετες ερωτήσεις που τέθηκαν, σκοπό είχαν την εξέταση των τάσεων που επικρατούν στις χώρες του GEM αναφορικά με την εκπαίδευση/ κατάρτιση για την έναρξη μιας επιχείρησης, το είδος του εκπαιδευτικού φορέα, αλλά και το κατά πόσο η εκπαίδευση αυτή ήταν υποχρεωτική, στο πλαίσιο δηλαδή μιας αντίστοιχης εκπαιδευτικής πολιτικής ή απλώς το ίδιο το άτομο επιδίωξε την ολοκλήρωσή της (εθελοντικά). Οι ερωτήσεις αφορούν όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης δηλαδή τόσο τη βασική εκπαίδευση (πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια), όσο και τη μεταδευτεροβάθμια εκπαίδευση που προσφέρεται είτε από ανώτατα / ανώτερα εκπαιδευτικά ιδρύματα είτε από άλλους φορείς κατάρτισης. Γενικά, πάντως, στο πλαίσιο της έρευνας αναζητείται οποιαδήποτε εκπαίδευση στην έναρξη μιας επιχείρησης μπορεί να έχει λάβει το άτομο στην έως σήμερα επαγγελματική του καριέρα (δια βίου εκπαίδευση).

Ο Πίνακας 4.1 απεικονίζει το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών που έχει λάβει κάποια μορφή υποχρεωτικής ή εθελοντικής εκπαίδευσης / κατάρτισης σχετικά με την ίδρυση μιας επιχείρησης. Διαπιστώνεται ότι η συμμετοχή διαφέρει έντονα από χώρα σε χώρα, όχι όμως ανά κατηγορία χωρών.

²³ Αξίζει να σημειωθούν οι σκέψεις για να εισαχθούν αντίστοιχα προγράμματα και στην δευτεροβάθμια εκπαίδευση. Επίσης, επισημαίνεται η πρωτοβουλία του ΣΕΒ για την πιλοτική εφαρμογή στην δευτεροβάθμια εκπαίδευση του προγράμματος Junior Achievement (<http://www.sen.org.gr/Profile.aspx>)

Πίνακας 4.1

Ποσοστό του πληθυσμού 18-64 ετών που έλαβαν εθελοντική ή υποχρεωτική εκπαίδευση σχετικά με το ξεκίνημα μιας επιχείρησης κατά τη διάρκεια ή μετά το σχολείο (2008)

	Εκπαίδευση / κατάρτιση στο Γυμνάσιο/ Λύκειο (σχολείο)			Εκπαίδευση / κατάρτιση μετά το σχολείο			Κάθε τύπου εκπαίδευσης/ Κατάρτισης*
	Εθελοντική	Υποχρεωτική	Κάθε τύπου συνολικά	Εθελοντική	Υποχρεωτική	Κάθε τύπου συνολικά	
Χώρες Α	10,3	3,0	13,3	8,8	6,2	14,9	22,2
Χώρες Β	6,7	4,6	11,3	5,6	6,3	12,3	19,0
Βέλγιο	17,8	7,0	24,8	3,0	15,2	18,2	33,3
Δανία	2,4	7,1	9,5	2,1	11,9	14,0	22,0
Φινλανδία	10,1	7,8	17,9	19,6	20,8	40,4	47,9
Γαλλία	5,3	4,9	10,2	5,9	6,6	12,5	18,1
Γερμανία	10,3	2,0	12,3	8,4	4,7	13,2	21,0
Ελλάδα	5,0	1,2	6,1	6,4	6,5	12,9	17,0
Ισλανδία	6,5	5,3	11,8	11,3	6,5	17,8	26,7
Ιρλανδία	8,1	5,8	14,0	9,9	7,6	17,5	26,1
Ισραήλ	4,1	1,7	5,8	4,5	4,1	8,6	12,8
Ιταλία	6,0	4,2	10,2	5,3	3,7	9,1	16,5
Ιαπωνία	2,8	2,1	4,9	10,1	5,6	15,7	17,4
Κορέα	2,7	3,2	5,9	3,8	5,4	9,2	13,6
Σλοβενία	13,0	11,3	24,3	10,3	12,3	22,6	35,7
Ισπανία	9,5	3,0	12,5	7,9	6,8	14,7	21,9
Ην. Βασίλειο	5,8	3,1	8,9	7,7	6,1	13,8	19,5
Χώρες Γ	7,3	4,6	11,9	7,7	8,3	16,0	23,3
Μ.Ο. GEM	8,1	4,1	12,2	7,4	6,9	14,4	21,5

Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

* το ποσοστό αυτό δεν αποτελεί ακριβές άθροισμα των επιμέρους κατηγοριών, καθώς υπάρχουν επικαλύψεις ως προς το τμήμα του πληθυσμού που έχει συμμετάσχει σε υποχρεωτική αλλά και εθελοντική αντίστοιχη κατάρτιση.

Για παράδειγμα, το 48% του εργατικού δυναμικού στην Φινλανδία έχει λάβει εκπαίδευση / κατάρτιση σχετικά με την ίδρυση μιας επιχείρησης, κυρίως μετά το σχολείο, ενώ στο Ισραήλ το αντίστοιχο ποσοστό είναι μόνο 13%. Οι σημαντικές διαφορές ανάμεσα σε χώρες με παρόμοιο επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης υπογραμμίζουν ότι άλλοι παράγοντες και όχι το βιοτικό επίπεδο ή ο βαθμός ανάπτυξης της χώρας, ερμηνεύουν τελικά τη συμμετοχή στην εκπαίδευση (όπως π.χ. κοινωνικές συνθήκες, αντιλήψεις, πολιτισμικές διαφορές κ.α.).

Στην Ελλάδα, μόλις το 17% του πληθυσμού έχει συμμετάσχει σε εκπαίδευση/ κατάρτιση σχετικά με την έναρξη επιχείρησης, επίδοση που είναι η 4^η χαμηλότερη ανάμεσα στις χώρες που βασίζουν την οικονομική τους ανάπτυξη στην καινοτομία. Γενικά όμως το

ποσοστό της Ελλάδας είναι χαμηλότερο του μέσου όρου όλων των κατηγοριών χωρών, αλλά ακόμα και από το γενικό μέσο όρο του GEM. Μάλιστα, η Ελλάδα εμφανίζεται ως ουραγός μεταξύ των χωρών καινοτομίας στην εκπαίδευση για την έναρξη επιχείρησης στο πλαίσιο του σχολείου (μόλις το 1,1% του εργατικού δυναμικού). Το μεγαλύτερο μέρος τελικά της όποιας εθελοντικής ή υποχρεωτικής εκπαίδευσης σε αυτό το θέμα έχει γίνει μετά το πέρας της βασικής εκπαίδευσης (το 12,9% του εργατικού δυναμικού), φαινόμενο που αν και καταγράφεται στις περισσότερες χώρες, αποτυπώνεται με μεγαλύτερη ένταση στην Ελλάδα. Το ίδιο συμβαίνει και με τον εθελοντικό της χαρακτήρα καθώς τα 2/3 αυτών που δηλώνουν ότι συμμετείχαν σε τέτοιου είδους εκπαίδευσης το έκαναν από προσωπικό ενδιαφέρον, επίδοση που συγκλίνει στο μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (65%). Πάντως, πάνω από τους μισούς νέους επιχειρηματίες που έλαβαν κάποια μορφή εκπαίδευσης/ κατάρτιση αναφορικά με την επιχειρηματικότητα, είτε μετά είτε κατά τη διάρκεια του σχολείου, είναι απόφοιτοι ανώτατης εκπαίδευσης.

Αξίζει επίσης να σημειωθεί το γεγονός ότι η σχέση αυτού του είδους της εκπαίδευσης με την ηλικία είναι αρνητική: το ποσοστό όσων έχουν λάβει εκπαίδευση μειώνεται με την ηλικία, εκτός από την Ελλάδα, την Ισλανδία, το Ισραήλ και την Τζαμάικα, όπου δεν καταγράφεται τέτοια σχέση. Έτσι, στην Ελλάδα ενώ στο ηλικιακό στρώμα 18-24 ετών το ποσοστό είναι 16,6% (έναντι 28% στην Ευρώπη και 26% στις χώρες καινοτομίας) στο στρώμα 45-54 ετών το αντίστοιχο ποσοστό είναι 18% (έναντι 16% στην Ευρώπη και 17% στις χώρες της καινοτομίας), ενώ ακόμα και στο στρώμα 55-64 ετών το ποσοστό κινείται στο 15,6% έναντι 13,1% στην Ευρώπη και 14,3% στις χώρες της καινοτομίας). Προφανώς, αυτό το οποίο αντανakλούν τα παραπάνω αποτελέσματα είναι ότι γίνεται προσπάθεια το έλλειμμα αυτής της μορφής εκπαίδευσης στις μικρότερες ηλικίες να αναπληρωθεί στις μεγαλύτερες ηλικίες.

Επιπροσθέτως, η έρευνα του GEM έδειξε ότι, στη συντριπτική πλειονότητα των χωρών, οι γυναίκες συμμετέχουν σε πολύ μικρότερο βαθμό από ό,τι οι άντρες σε αυτή τη μορφή εκπαίδευσης / κατάρτισης. Σε όλες τις οικονομίες χαμηλού κόστους οι άντρες έχουν σταθερά πολύ μεγαλύτερες πιθανότητες να λάβουν τέτοιου είδους κατάρτιση σε σχέση με τις γυναίκες. Στις οικονομίες που βασίζονται στη βελτίωση της αποδοτικότητας η διαφορά είναι στατιστικά σημαντική μόνο στις μισές, ενώ στις καινοτόμες οικονομίες αν και θα αναμενόταν η διαφορά μεταξύ των φύλων να είναι μικρότερη, αυτό τελικά δε συμβαίνει. Έτσι, σε 11 από τις 15 χώρες με έμφαση στην καινοτομία – μεταξύ των

οποίων και η Ελλάδα- , οι άντρες έχουν συμμετάσχει σε τέτοια προγράμματα κατάρτισης σε σημαντικά μεγαλύτερο βαθμό έναντι των γυναικών. Είναι προφανές ότι τα διαφορετικά επίπεδα πρόσβασης στην εκπαίδευση/ κατάρτιση των γυναικών ανάμεσα στις τρεις εξεταζόμενες ομάδες κρατών μπορούν να αποδοθούν σε διαφορές στη συμμετοχή στη βασική εκπαίδευση, στην αγορά εργασίας ανάμεσα στα δύο φύλα, αλλά και σε γενικότερες διαφορές στο επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης ή σε πολιτισμικές διαφορές και χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας. Έτσι, στην Ελλάδα, το 22% των ανδρών ηλικίας 18-64 ετών έχει λάβει σχετική εκπαίδευση / κατάρτιση, έναντι μόλις 13% στις γυναίκες. Επιπλέον, το ποσοστό των ανδρών κινείται περί τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (21,5%), ενώ το ποσοστό στις γυναίκες υστερεί αρκετά από αυτό (17,6%).

Ο Πίνακας 4.2 απεικονίζει τα ποσοστά των ατόμων που έλαβαν εθελοντικά ή υποχρεωτικά εκπαίδευση/ κατάρτιση που στόχευε στην απόκτηση γνώσεων σχετικά με την έναρξη μιας επιχείρησης μετά την πρωτοβάθμια ή τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση, ανά φορέα εκπαίδευσης / κατάρτισης. Αυτό το οποίο διαπιστώνεται είναι ότι το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού ήταν αυτοδίδακτοι και χρησιμοποίησαν πηγές όπως το διάβασμα, η παρατήρηση άλλων επιχειρηματιών ή/ και η συνεργασία με άλλους επιχειρηματίες. Ακολουθεί η εθελοντική επίσημη όμως εκπαίδευση και η εθελοντική εκπαίδευση που παρέχεται από πανεπιστήμιο ή άλλο εκπαιδευτικό φορέα, αλλά εκτός των πλαισίων της επίσημης εκπαίδευσης.

Στην Ελλάδα, η επίσημη παροχή εκπαίδευσης αναφορικά με την επιχειρηματικότητα υστερεί κατά πολύ της ιδιωτικής/ εθελοντικής, μιας και μόλις το 1% του πληθυσμού (18-64 ετών) έχει επιμορφωθεί υποχρεωτικά μέσω της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης²⁴, ενώ και το αντίστοιχο ποσοστό για σχεδόν όλους τους άλλους πιθανούς φορείς είναι μηδενικό. Τα αποτελέσματα αυτά υπογραμμίζουν την ανάγκη για τη χάραξη πολιτικής και την εφαρμογή σχετικών μέτρων που στόχο θα έχουν την ενσωμάτωση της υποχρεωτικής παρακολούθησης μαθημάτων σχετικά με την έναρξη μιας επιχείρησης, τουλάχιστον στο επίπεδο της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.

Τούτο υπερθεματίζεται από το γεγονός ότι οι Έλληνες επίδοξοι ή νέοι επιχειρηματίες αναζητούν εθελοντικά την κατάρτισή τους στην τριτοβάθμια εκπαίδευση σε μεγαλύτερο ποσοστό από τις περισσότερες χώρες ανάμεσα στις καινοτόμες οικονομίες (3η υψηλότερη θέση). Το ίδιο ισχύει και για την εθελοντική κατάρτιση μέσω εμπορικών

²⁴ Δεδομένου ότι τουλάχιστον η πλειοψηφία των ερωτηθέντων έχει ολοκληρώσει τη βασική ή/και την τριτοβάθμια εκπαίδευση στην Ελλάδα.

επιμελητηρίων και κρατικών φορέων. Εντούτοις, μόνο το 8% των Ελλήνων νέων/επίδοξων επιχειρηματιών θεωρεί τον εαυτό του αυτοδίδακτο, σε αντίθεση με το 30% των Φινλανδών (το υψηλότερο ποσοστό στις χώρες καινοτομίας).

Το γεγονός ότι η Φινλανδία είναι η χώρα με το υψηλότερο ποσοστό σε κάθε κατηγορία εκπαίδευσης και φορέα, αλλά ακόμα και στους αυτοδιδάκτους, υπογραμμίζει αφενός τη θεσμική υποστήριξη που παρέχεται στη χώρα αναφορικά με την εκπαίδευση επί της επιχειρηματικότητας, αλλά και την ίδια την κουλτούρα περί της επιχειρηματικότητας η οποία ωθεί ένα αρκετά μεγάλο μέρος του πληθυσμού προς τη συστηματική κατάρτισή του. Δεν είναι τυχαία επομένως η υψηλή θέση της Φινλανδίας στα πιο συνηθισμένα μοντέλα μέτρησης της ανταγωνιστικότητας (WEF, IMD), ενώ είναι σαφές ότι συνιστά ένα επιτυχημένο παράδειγμα, το οποίο μια χώρα σαν την Ελλάδα, θα μπορούσε να χρησιμοποιήσει ως πρότυπο για το σχεδιασμό αντίστοιχων στρατηγικών εκπαίδευσης περί την επιχειρηματικότητα.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι σημαντικό 2% του πληθυσμού έχουν χρησιμοποιήσει κάποια online μέθοδο κατάρτισης, ποσοστό που κινείται περί το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (Διάγραμμα 4.1).

Πίνακας 4.2

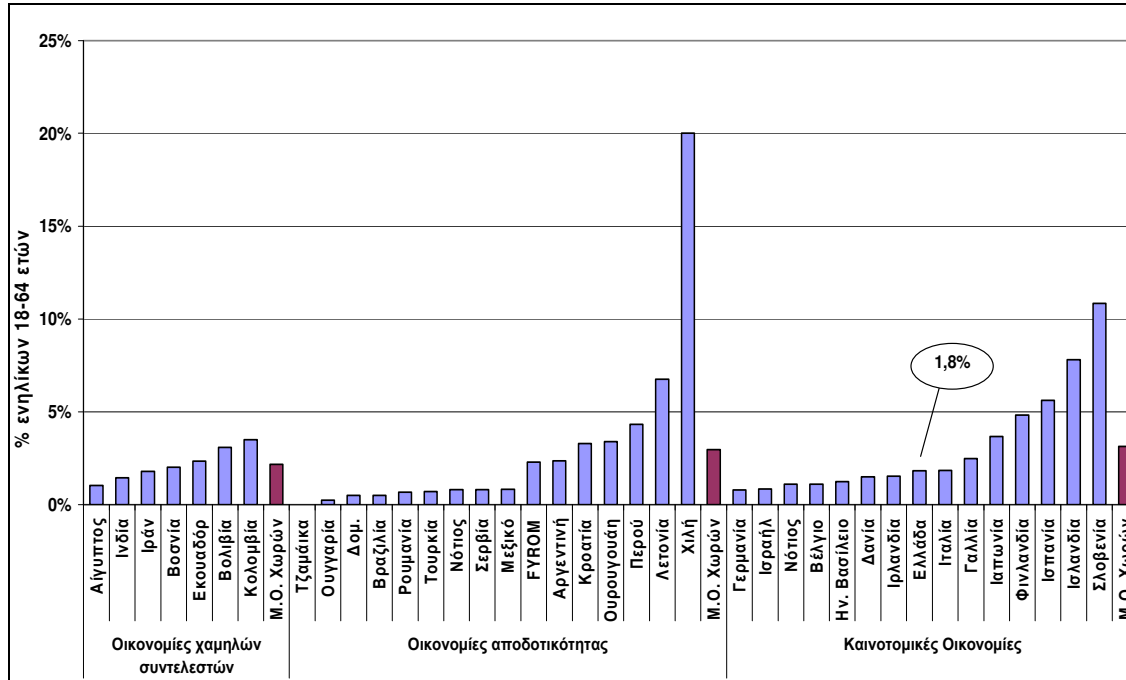
Ποσοστό του πληθυσμού 18-64 ετών που έλαβαν εθελοντική ή υποχρεωτική εκπαίδευση σχετικά με το ξεκίνημα μιας επιχείρησης μετά το σχολείο, ανά είδος φορέα εκπαίδευσης

Φορέας εκπαίδευσης	Τριτοβάθμιο εκπαιδευτικό ίδρυμα				εμπορικό επιμελητήριο		κρατικός φορέας		εργοδότης		άλλος		Αυτοδι-δακτος	
	Επίσημη		Ανεπίσημη											
	E	Y	E	Y	E	Y	E	Y	E	Y	E	Y		
Εθελοντική (Ε) ή Υποχρεωτική (Υ) εκπαίδευση														-
Χώρες Α	8	1	4	1	3	0	3	1	3	1	3	0	10	
Χώρες Β	5	2	4	1	3	0	2	0	3	1	2	0	8	
Βέλγιο	7	3	2	3	1	2	1	3	1	1	1	2	8	
Δανία	3	4	1	1	2	1	0	1	0	0	2	1	8	
Φινλανδία	16	14	9	1	5	0	6	1	3	1	6	1	30	
Γαλλία	4	2	1	1	5	1	4	1	1	0	4	0	8	
Γερμανία	6	1	2	0	7	1	3	1	4	1	3	0	10	
Ελλάδα	8	1	1	0	4	0	3	0	1	1	1	0	8	
Ισλανδία	7	3	4	1	2	0	2	0	4	1	4	0	14	
Ιρλανδία	6	3	6	1	4	0	6	1	3	2	1	0	14	
Ισραήλ	4	1	3	1	3	0	3	0	2	0	1	0	6	
Ιταλία	6	1	2	0	3	0	1	0	2	1	1	0	6	
Ιαπωνία	6	2	7	1	2	0	2	0	3	1	2	0	12	
Κορέα	4	1	3	1	2	0	1	0	1	0	1	0	4	
Σλοβενία	9	6	8	1	5	1	4	1	4	2	3	0	15	
Ισπανία	9	1	7	1	6	0	5	1	4	1	7	0	10	
Ην. Βασίλειο	6	2	4	1	3	1	3	0	2	1	1	0	10	
Χώρες Γ	7	3	4	1	4	0	3	1	2	1	3	0	11	
Μ.Ο. GEM	7	2	4	1	3	0	3	1	3	1	2	0	10	

Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας
 Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Διάγραμμα 4.1

% του πληθυσμού 18-64 ετών που έχουν χρησιμοποιήσει
online μέθοδο κατάρτισης σχετικά με την έναρξη μιας επιχείρησης

**4.2 Οι απόψεις των ειδικών για την εκπαίδευση περί επιχειρηματικότητας**

Συμπληρωματικά στην παραπάνω εικόνα μπορούν να αξιοποιηθούν και οι γνώμες των ειδικών στην επιχειρηματικότητα σε κάθε χώρα. Όπως συμβαίνει κάθε χρόνο, ειδικοί εμπειρογνώμονες σε διάφορες διαστάσεις του φαινομένου της επιχειρηματικότητας έχουν επιλεχθεί ώστε να συνεισφέρουν και με τις δικές τους εκτιμήσεις στην πιο ολοκληρωμένη μελέτη ζητημάτων της επιχειρηματικότητας. Στο πλαίσιο αυτό κλήθηκαν, μεταξύ άλλων, να αποτιμήσουν την ανάγκη για εκπαίδευση και κατάρτιση πάνω στην επιχειρηματικότητα, τη διαθεσιμότητα αντίστοιχων προγραμμάτων στο εθνικό περιβάλλον, αλλά και την ποιότητά τους.

Αυτό το οποίο διαπιστώνεται από την ανάλυση των πρωτογενών στοιχείων είναι ότι η ανάγκη των νέων επιχειρηματιών για «εξωτερική» βοήθεια μειώνεται ελαφρά όσο ανεβαίνει το επίπεδο ανάπτυξης των χωρών, ενώ και η διαθεσιμότητα της βοήθειας αυτής αυξάνεται, κυρίως εκτός της επίσημης εκπαίδευσης. Άρα, στις περισσότερο αναπτυγμένες χώρες αν και φαίνεται να υπάρχει σχετικά μικρότερη ανάγκη για εκπαιδευτική υποστήριξη, τα διαθέσιμα εργαλεία βοήθειας είναι αρκετά, λόγω και της

πληθώρας των φορέων κατάρτισης / εκπαίδευσης που δραστηριοποιούνται στις σχετικές «αγορές». Το γεγονός που διαφοροποιεί, όμως, τις χώρες υψηλότερου επιπέδου ανάπτυξης από τις χώρες χαμηλού κόστους είναι η ποιότητα της εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα, όπως τουλάχιστον αυτή γίνεται αντιληπτή από τους ειδικούς. Έτσι στις πρώτες, η ποιότητά της κρίνεται πολύ αυστηρά είτε αφορά την παρεχόμενη εντός του σχολείου, είτε μετά από το σχολείο, ενώ στις τελευταίες φαίνεται η ύπαρξη αυτών των δράσεων να είναι σημαντικότερη από την ποιότητά τους.

Συνεπώς, η μετά το σχολείο παρεχόμενη εκπαίδευση/ κατάρτιση σε θέματα επιχειρηματικότητας θεωρείται ανεπαρκής από τους ειδικούς σχεδόν σε όλες τις χώρες που βασίζουν την ανάπτυξή τους στην καινοτομία. Με την άποψη αυτή οι ειδικοί στις χώρες αυτές υπογραμμίζουν την ανάγκη για αναβάθμιση της ποιότητας της παρεχόμενης εκπαίδευσης. Μάλιστα, δεδομένης της σχέσης επιχειρηματικότητας και καινοτομίας, η υψηλής ποιότητας και διαθεσιμότητα εκπαίδευσης/ κατάρτισης για τους νέους επιχειρηματίες θα πρέπει να αποτελεί προτεραιότητα για αυτή την ομάδα κρατών.

Οι Έλληνες ειδικοί εμφανίζονται μάλιστα από τους πλέον δυσαρεστημένους με την ποιότητα της εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα. Η Ελλάδα συγκεντρώνει το χαμηλότερο ποσοστό ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας όσον αφορά στη διαθεσιμότητα σχετικής βοήθειας προς τους νέους επιχειρηματίες που παρέχεται εκτός του επίσημου εκπαιδευτικού συστήματος. Ομοίως, μαζί με τους Ιταλούς, οι Έλληνες ειδικοί στην επιχειρηματικότητα κρίνουν την ποιότητα της παρεχόμενης εκπαίδευσης/ κατάρτισης στο σχολείο πολύ χαμηλή, καθώς οι δύο χώρες κατατάσσονται τελευταίες στην αντίστοιχη λίστα, ενώ παρόμοια αποδοκιμασία εκφράζεται και για την αντίστοιχη ποιότητα εκπαίδευσης μετά την ολοκλήρωση της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.

Πίνακας 4.3

Ανάγκη, διαθεσιμότητα και ποιότητα της εκπαίδευσης / κατάρτισης με θέμα την επιχειρηματικότητα, ανά χώρα (μέσος όρος από 1: απολύτως λάθος – φτωχή ποιότητα έως 5: απολύτως σωστό, άριστη ποιότητα): οι απόψεις των ειδικών

Χώρες	<i>Οι επιχειρηματίες χρειάζονται βοήθεια στη στρατηγική τους πριν την έναρξη επιχείρησης</i>	<i>Υπάρχει επαρκής βοήθεια για τους επιχειρηματίες εκτός του εκπαιδευτικού συστήματος</i>	<i>Ποιότητα της εκπαίδευσης/ κατάρτισης επί της επιχειρηματικότητας στο σχολείο</i>	<i>Ποιότητα της εκπαίδευσης/ κατάρτισης επί της επιχειρηματικότητας μετά το σχολείο</i>
Χώρες Α	4,2	2,5	1,7	2,5
Χώρες Β	4,2	2,8	2,1	3,4
Δανία	4,3	3,1	2,4	2,4
Φινλανδία	4,0	3,7	2,5	2,8
Γερμανία	3,6	3,9	1,9	2,7
Ελλάδα	3,7	2,4	1,8	2,5
Ιρλανδία	4,1	3,6	2,5	3,0
Ιταλία	4,0	2,8	1,8	2,8
Κορέα	3,9	3,6	2,4	2,9
Νορβηγία	4,3	2,9	2,6	2,9
Σλοβενία	3,8	3,5	2,4	3,0
Ισπανία	4,3	3,3	1,9	2,9
Ην. Βασίλειο	3,9	3,3	2,1	2,9
Χώρες Γ	4,0	3,3	2,2	2,8

*Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας
Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM*

4.3 Η επίδραση της εκπαίδευσης περί επιχειρηματικότητας στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση

Μία ενδιαφέρουσα σχέση που μπορεί να εξεταστεί από τα διαθέσιμα στοιχεία του GEM είναι η επίδραση που μπορεί να έχει η εθελοντική ή υποχρεωτική εκπαίδευση για την έναρξη μιας επιχείρησης στις αντιλήψεις του ατόμου για την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών στην περιοχή που ζει, αλλά και στο βαθμό αυτοπεποίθησής του²⁵. Οι αντιλήψεις αυτές, θεωρούνται πρώιμοι δείκτες της επιχειρηματικότητας αρχικών

²⁵ Ο παράγοντας της αυτοπεποίθησης εξετάζεται στο πλαίσιο της έρευνας του GEM μέσω μιας αυτο-αξιολόγησης των προσόντων, των γνώσεων και της εμπειρίας των ερωτώμενων στο να ξεκινήσουν μία επιχείρηση.

σταδίων, καθώς έχει παρατηρηθεί ότι υψηλές επιδόσεις σε αυτούς τους δείκτες συνδέονται με υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων.

Ο Πίνακας 4.4 συνοψίζει τα αποτελέσματα στον πληθυσμό έχοντας εξαιρέσει από το δείγμα το τμήμα του πληθυσμού που σχετίζεται με κάποιον τρόπο με την επιχειρηματικότητα, δηλαδή επίδοξους, νέους ή ακόμα και καθιερωμένους επιχειρηματίες, ώστε να μην επηρεάζονται αντίστοιχα τα αποτελέσματα.

Πίνακας 4.4

Ποσοστό του πληθυσμού (18-64) που δεν έχει σχέση με την επιχειρηματικότητα και οι αντιλήψεις του για την επιχειρηματικότητα ανάλογα με την εκπαίδευση / κατάρτιση στην έναρξη μιας επιχείρησης

Εκπαίδευση / Κατάρτιση	Θα υπάρξουν καλές επιχειρηματικές ευκαιρίες τους επόμενους 6 μήνες (%)			Έχω τα προσόντα, τις γνώσεις και την εμπειρία να ιδρύσω μια εταιρία (%)		
	Εθελοντική (%)	Υποχρεωτική (%)	Καμία (%)	Εθελοντική (%)	Υποχρεωτική (%)	Καμία (%)
Χώρες Α	46,6	49,4	40,7	75,6	73,8	53,2
Χώρες Β	51,2	45,9	36,5	76,2	68,0	45,6
Βέλγιο	12,2	18,9	12,0	41,6	66,4	25,0
Δανία	57,1	65,9	60,8	50,8	45,3	25,9
Φινλανδία	56,5	48,0	45,6	57,1	36,7	16,2
Γαλλία	35,7	25,0	20,5	75,8	39,0	20,3
Γερμανία	36,2	38,0	17,7	59,9	37,5	24,8
Ελλάδα	21,5	43,6	23,9	58,8	50,0	44,0
Ισλανδία	38,7	37,2	32,3	76,5	61,4	36,5
Ιρλανδία	29,6	28,9	24,4	66,7	56,6	34,7
Ισραήλ	41,5	52,0	21,7	55,9	73,3	31,0
Ιταλία	33,0	35,8	28,1	53,3	53,6	32,3
Ιαπωνία	13,0	16,3	6,2	34,5	19,1	6,3
Κορέα	36,8	19,2	10,8	39,5	20,0	21,8
Σλοβενία	53,9	52,9	36,5	73,6	53,0	34,0
Ισπανία	29,7	27,5	23,4	53,2	51,4	40,2
Ην. Βασίλειο	39,8	31,1	26,2	74,2	59,6	40,0
Χώρες Γ	35,7	36,0	26,0	58,1	48,2	28,9

*Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας
Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM*

Όπως απεικονίζει ο Πίνακας 4.4, δε φαίνεται να υπάρχει κάποια σχέση μεταξύ των εξεταζόμενων μεταβλητών, ούτε κάποια ιδιαίτερη διαφοροποίηση στις κατηγορίες χωρών. Στις περισσότερες χώρες, όσοι δεν έχουν λάβει κάποια σχετική εκπαίδευση / κατάρτιση, είτε υποχρεωτική είτε εθελοντική, εμφανίζουν μικρότερα ποσοστά αντίληψης επιχειρηματικών ευκαιριών, αλλά και αυτοπεποίθησης στην έναρξη μιας επιχείρησης.

Συνεπώς, η συμμετοχή σε αυτά τα εκπαιδευτικά προγράμματα φαίνεται να έχει μία μικρή θετική επίδραση στον τρόπο που το άτομο αντιλαμβάνεται τις ευκαιρίες στο περιβάλλον, αλλά και στην αυτοπεποίθησή του.

Η Ελλάδα δε διαφοροποιείται από αυτή τη γενική εικόνα, αν και φαίνεται ότι κυρίως η υποχρεωτική εκπαίδευση/ κατάρτιση επηρεάζει θετικά την αντίληψη περί ευκαιριών. Γενικά, πάντως, φαίνεται ότι στις χώρες χαμηλού κόστους εκφράζεται μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση σε σχέση με τις άλλες χώρες, φαινόμενο όμως που είναι ανεξάρτητο από την εκπαίδευση. Η αντίληψη αυτή πιθανώς εκπορεύεται από το υψηλότερο επίπεδο ικανοτήτων και δεξιοτήτων που απαιτείται στις αναπτυσσόμενες οικονομίες για την έναρξη / διατήρηση μιας νέας επιχείρησης, καθώς απαιτείται μεγαλύτερος βαθμός εξειδίκευσης στην αγορά ενώ επικρατεί εντονότερος ανταγωνισμός στο αντίστοιχο επιχειρηματικό περιβάλλον. Οι συνθήκες αυτές οδηγούν τα άτομα σε περισσότερο συγκρατημένες εκτιμήσεις για τις ικανότητες ένταξής τους στον επιχειρηματικό στίβο, ενώ αντίθετα στις χώρες χαμηλότερου επιπέδου ανάπτυξης η επιχειρηματική δραστηριοποίηση δεν απαιτεί ιδιαίτερες δεξιότητες.

Ακόμα, εξετάστηκε η επίδραση της εκπαίδευσης που αφορά στην έναρξη επιχείρησης σε όσους δηλώνουν ότι σκέφτονται να ξεκινήσουν μια επιχείρηση τα επόμενα τρία χρόνια. Από τα αποτελέσματα γίνεται σαφές ότι, στις περισσότερες χώρες, ακόμα και στις χώρες χαμηλού κόστους το ποσοστό αυτών που έχουν παρακολουθήσει εθελοντικά κυρίως ή υποχρεωτικά κάποιας μορφής εκπαίδευση/ κατάρτιση είναι σημαντικά υψηλότερο σε σχέση με όσους δεν έχουν συμμετάσχει σε κάτι αντίστοιχο. Είναι πιθανό, βέβαια, αυτό το μικρό ποσοστό όσων δεν έχουν λάβει κάποια εκπαίδευση και προτίθενται να ξεκινήσουν ένα εγχείρημα τα επόμενα χρόνια να αντιπροσωπεύει άτομα τα οποία έχουν ήδη εμπειρία από τον κόσμο των επιχειρήσεων και θεωρούν ότι δεν χρειάζονται τέτοια εκπαίδευση. Πάντως, ειδικά στις χώρες καινοτομίας το ποσοστό των τελευταίων είναι πολύ μικρό (8,8%), σε αντίθεση με τις υπόλοιπες χώρες όπου το ποσοστό είναι υψηλότερο γεγονός που υποδηλώνει ότι η επιχειρηματική δραστηριοποίηση σε απαιτητικές αγορές προϋποθέτει κάποια αντίστοιχη εκπαίδευση.

Το ποσοστό των Ελλήνων που αναμένει να ξεκινήσει μια επιχείρηση στα επόμενα τρία χρόνια και έχει παρακολουθήσει εθελοντικά κάποιας μορφής κατάρτιση είναι πολύ χαμηλότερο από το μέσο όρο όλων των κατηγοριών χωρών, ενώ αποτελεί την 4η χαμηλότερη επίδοση ανάμεσα στις οικονομίες που δίνουν έμφαση στην καινοτομία.

Πίνακας 4.5

% του πληθυσμού (18-64) που αναμένει να ξεκινήσει μια επιχείρηση τα επόμενα τρία χρόνια και είδος εκπαίδευσης/κατάρτισης

	Προσδοκεί να ξεκινήσει μια επιχείρηση τα επόμενα 3 χρόνια		
	Εθελοντική κατάρτιση	Υποχρεωτική κατάρτιση	Καμία κατάρτιση
Χώρες Α	62,4	55,9	37,2
Χώρες Β	44,8	34,7	21,6
Βέλγιο	10,4	15,6	5,4
Δανία	17,1	10,4	6,2
Φινλανδία	15,5	8,9	3,7
Γαλλία	31,9	30,4	11,7
Γερμανία	17,8	10,3	3,6
Ελλάδα	18,2	19,5	16,1
Ισλανδία	34,5	20,9	12,8
Ιρλανδία	23,2	14,5	6,5
Ισραήλ	42,6	34,1	15,1
Ιταλία	22,8	12,6	7,4
Ιαπωνία	24,9	6,4	5,8
Κορέα	44,8	25,5	20,6
Σλοβενία	24,2	12,2	5,6
Ισπανία	12,3	8,7	6,7
Ην. Βασίλειο	15,8	12,6	5,2
Χώρες Γ	23,7	16,2	8,8

*Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας
Πηγή: ΙΟΒΕ, Επεξεργασία στοιχείων GEM*

Εστιάζοντας λίγο περισσότερο στα αποτελέσματα της Ελλάδας, διαπιστώνεται ότι η ευρεία πλειονότητα των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (78%) δεν έχει λάβει κάποια σχετική εκπαίδευση / κατάρτιση στην έναρξη επιχείρησης. Η διάρθρωση αυτή προσομοιάζει μάλιστα με εκείνη των καθιερωμένων, όπου επίσης ένα ποσοστό της τάξης του 22,6% έχει συμμετάσχει σε κάποια τέτοια κατάρτιση, συνήθως βέβαια μετά το σχολείο. Πάντως, ακόμα και από τα άτομα τα οποία δεν έχουν σχέση με επιχειρηματικότητα, ένα σημαντικό 15,7% έχει εκδηλώσει σχετικό ενδιαφέρον, ποσοστό όμως που σε μεγάλο βαθμό ανταποκρίνεται σε εκείνο το τμήμα του πληθυσμού που σκέφτεται να ιδρύσει μια επιχείρηση στα επόμενα τρία χρόνια. Τέλος, εξετάστηκε η επίδραση της εκπαίδευσης / κατάρτισης στην έναρξη επιχείρησης στα προσωπικά χαρακτηριστικά. Από τα αποτελέσματα διαπιστώνεται ότι τα άτομα που έχουν συμμετάσχει σε εθελοντική ή υποχρεωτική αντίστοιχη εκπαίδευση φοβούνται την αποτυχία σε μικρότερο βαθμό από όσους δεν έχουν συμμετάσχει σε κάτι σχετικό. Επίσης, έχουν ισχυρότερα αναπτυγμένη την αυτοπεποίθησή τους, έχουν ήδη επαφή με πρότυπα επιχειρηματικότητας στο κοντινό τους περιβάλλον και αναγνωρίζουν

περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες στο περιβάλλον τους. Είναι προφανές, βέβαια, ότι αυτά τα αποτελέσματα πρέπει να αντιμετωπίζονται με προσοχή.

Πίνακας 4.6

*Συμμετοχή σε προγράμματα εκπαίδευσης / κατάρτισης
και επιχειρηματική δραστηριοποίηση*

Εκπαίδευση/ κατάρτιση ως προς την έναρξη επιχείρησης	Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Μη επιχειρηματίες
Καμία εκπαίδευση	78,1%	77,4%	84,3%
Κάποια εκπαίδευση	21,9%	22,6%	15,7%
	100%	100%	100%
<i>Υποχρεωτική εκπαίδευση στο σχολείο</i>	<i>1,3%</i>	<i>0,9%</i>	<i>1,2%</i>
<i>Εθελοντική εκπαίδευση στο σχολείο</i>	<i>3,9%</i>	<i>6,1%</i>	<i>5,0%</i>
<i>Εκπαίδευση μετά το σχολείο</i>	<i>18,2%</i>	<i>18,3%</i>	<i>11,4%</i>

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Από τη στιγμή που ένα μεγάλο τμήμα έχει συμμετάσχει εθελοντικά σε τέτοιου είδους κατάρτιση, έχει δηλαδή επιλέξει κάποια δράση εκπαίδευσης αυτού του χαρακτήρα, προφανώς είναι περισσότερο «ευαίσθητο» στα ζητήματα της επιχειρηματικότητας. Η έναρξη μιας επιχείρησης, δηλαδή, ενδεχομένως να βρίσκεται στα μεσοπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα σχέδιά του, τα οποία θέλει να υποστηρίξει διευρύνοντας τη γνώση του ως προς αυτό το αντικείμενο.

Πίνακας 4.7

*Συμμετοχή σε προγράμματα εκπαίδευσης / κατάρτισης και προσωπικά χαρακτηριστικά:
% θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών*

	<i>Στο επόμενο εξάμηνο θα υπάρξουν καλές ευκαιρίες για την ίδρυση μιας επιχείρησης</i>	<i>Διαθέτω τις γνώσεις, ικανότητα και εμπειρία που απαιτούνται για μια νέα επιχείρηση</i>	<i>Ο φόβος της αποτυχίας, θα με απέτρεπε από το να ξεκινήσω μια νέα επιχείρηση</i>	<i>Γνωρίζω προσωπικά έναν νέο επιχειρηματία</i>
Καθόλου εκπαίδευση/ κατάρτιση	25,3	60,0	53,1	40,5
Κάποια εκπαίδευση/ κατάρτιση	30,1	72,4	45,9	49,1

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΜΠΡΟΣΤΑ ΣΤΗΝ ΚΡΙΣΗ:
ΟΙ ΠΡΩΤΕΣ ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ**

Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (GEM) συλλέγει και αναλύει δεδομένα για την επιχειρηματική δραστηριότητα από πολλές χώρες και περιοχές του πλανήτη από το 1999. Η έρευνα του 2008, λοιπόν, κλείνει την πρώτη δεκαετία του ερευνητικού προγράμματος. Στο διάστημα αυτό, τα ευρήματα του GEM έχουν αποτελέσει τη βάση για την εξαγωγή σημαντικών συμπερασμάτων τόσο για τη διαχρονική εξέλιξη κάποιων δεικτών στις διάφορες χώρες που έχουν πάρει μέρος στις έρευνες –κάτι που αντανακλά την επίπτωση της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην οικονομική ανάπτυξη-, όσο και για τη διαχρονική σταθερότητα κάποιων άλλων –κάτι που αντανακλά τη σταθερότητα των πολιτισμικών παραγόντων που επηρεάζουν την έφεση προς την επιχειρηματικότητα.

Ένα δεδομένο που έχει τεκμηριωθεί την περασμένη δεκαετία είναι η εξάρτηση της επιχειρηματικότητας από τον οικονομικό κύκλο. Πράγματι, η παγκόσμια κάμψη της οικονομικής δραστηριότητας το 2001 φαίνεται ότι οδήγησε στην κάμψη των δεικτών της επιχειρηματικότητας, όπως αποκάλυπτε η Παγκόσμια Έκθεση του GEM για το 2002.²⁶ Αλλά η επίπτωση ήταν σχετικά μικρή και σίγουρα προσωρινή, καθώς η οικονομική μεγέθυνση τα επόμενα χρόνια επανέφερε τους δείκτες της επιχειρηματικής δραστηριότητας στα προηγούμενα επίπεδα. Βεβαίως, η σημερινή συγκυρία της βαθιάς παγκόσμιας ύφεσης δεν μπορεί παρά να έχει σοβαρές συνέπειες για την επιχειρηματική δραστηριότητα, πράγμα που αναμένεται να αποκαλύψει η έρευνα του 2009, έτος κατά το οποίο η παγκόσμια ύφεση βρίσκεται στο απόγειό της.

Ωστόσο, τα ευρήματα του 2008 παρέχουν κάποιες πρώτες ενδείξεις για τις επιπτώσεις της κρίσης. Η έρευνα του GEM διεξάγεται κατά τη διάρκεια του Μαΐου – Ιουνίου κάθε έτους, άρα η έρευνα του 2008 είχε διεξαχθεί πριν από το ξέσπασμα της χρηματοπιστωτικής κρίσης, το οποίο τοποθετείται τον Σεπτέμβριο του 2008 με την κατάρρευση της Lehman στις ΗΠΑ. Από την άλλη πλευρά, τα πρώτα σύννεφα πάνω από την παγκόσμια οικονομία ήταν ήδη ορατά το καλοκαίρι του 2008, άλλωστε το πρόβλημα των χαμηλότοκων ενυπόθηκων στεγαστικών δανείων (subprimes) και γενικότερα η κρίση

²⁶ Βλέπε Reynolds et al (2003).

της αγοράς ακινήτων στις ΗΠΑ ήταν ήδη φανερή από την προηγούμενη χρονιά. Άρα, είναι εύλογο να αναμένεται ότι το καλοκαίρι του 2008 τα άτομα που προσεγγίστηκαν από τους ερευνητές του GEM θα διακατέχονταν τουλάχιστον από κάποια ανησυχία μπροστά στην επιδείνωση του παγκόσμιου οικονομικού κλίματος.

Στο παρόν Κεφάλαιο επιχειρείται μια πρώτη ανάλυση κάποιων βασικών ευρημάτων της έρευνας του 2008, υπό το πρίσμα της διερεύνησης των επιπτώσεων της χρηματοπιστωτικής κρίσης. Η παρουσίαση των δεδομένων ακολουθεί τη δομή της παρουσίασης των δεδομένων του GEM, που εγκαινίασε η Παγκόσμια Έκθεση για το 2008. Θα επιχειρηθεί λοιπόν να προσεγγιστούν οι επιπτώσεις της κρίσης με βάση τις τρεις συνιστώσες της επιχειρηματικότητας: α) τις επιχειρηματικές στάσεις και αντιλήψεις, β) την επιχειρηματική δραστηριότητα και γ) τις επιχειρηματικές φιλοδοξίες. Η συγκεκριμένη παρουσίαση, και η ανάλυση που βασίζεται σε αυτήν, βασίζεται στην υπόθεση ότι η κρίση επηρεάζει με διαφορετικό τρόπο κάθε συνιστώσα της επιχειρηματικότητας.

Ωστόσο, δεν είναι μόνο οι συνιστώσες της επιχειρηματικότητας που αναμένεται να επηρεάζονται διαφορετικά από την κρίση. Ανάλογη διαφοροποίηση αναμένεται να εκδηλώνεται και ανάλογα με το επίπεδο ανάπτυξης κάθε οικονομίας, δεδομένου ότι η κρίση, ιδιαίτερα δε εντός του 2008, δεν είχε ακόμα επηρεάσει όλες τις οικονομίες στον ίδιο βαθμό. Σε αυτή τη βάση, ακολουθείται εδώ η διάκριση όλων των χωρών που πήραν μέρος στην έρευνα του GEM²⁷ το 2008 σε τρεις ομάδες: α) οικονομίες που βασίζονται στην εκμετάλλευση συντελεστών παραγωγής (factor driven), β) οικονομίες που βασίζονται στην βελτίωση της αποτελεσματικότητας (efficiency driven) και γ) οικονομίες που βασίζονται στην εκμετάλλευση της καινοτομίας (innovation driven). Με δεδομένη τη μεγάλη υπεροχή της επιχειρηματικότητας ανάγκης στην πρώτη ομάδα χωρών, είναι εύλογη η υπόθεση ότι τα πρώτα σημάδια της κρίσης δεν αναμένεται ότι θα είχαν σημαντική επίπτωση σε οποιαδήποτε από τις τρεις συνιστώσες της επιχειρηματικότητας. Με βάση αυτή την υπόθεση, θα παρουσιαστούν τα δεδομένα μόνο για τις δύο τελευταίες ομάδες, που περιλαμβάνουν χώρες υψηλότερης ανάπτυξης.

Τέλος, ενδιαφέρει εδώ να εξεταστεί η θέση της Ελλάδας σε σύγκριση με τα αντίστοιχα δεδομένα των δύο ομάδων χωρών. Μολονότι για τη χώρα μας δεν υπάρχουν δεδομένα για όλα τα έτη όπως για άλλες χώρες, τα ελληνικά δεδομένα της τελευταίας πενταετίας επιτρέπουν την εξαγωγή σημαντικών συμπερασμάτων σχετικά με τον τρόπο που οι συνιστώσες της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα αντέδρασαν στα πρώτα σημάδια της

²⁷ Όπως έχει ήδη αναφερθεί, το GEM ακολουθεί εδώ τη διάκριση των χωρών που εισήγαγε το Global Competitiveness Report 2008-2009. Βλέπε Porter and Schwab (2008).

κρίσης. Έχει, λοιπόν, ενδιαφέρον αυτή η αντίδραση να συγκριθεί με τις αντιδράσεις στους μέσους όρους των δύο ομάδων χωρών, πράγμα που θα επιτρέψει την εξαγωγή ενός πρώτου συμπεράσματος για το κατά πόσον η αντίδραση της ελληνικής επιχειρηματικότητας μοιάζει περισσότερο με αυτή των οικονομιών που βασίζονται στην καινοτομία, ή σε εκείνων που βασίζονται στην αποτελεσματικότητα.

5.1 Επιχειρηματικές στάσεις και αντιλήψεις

Το GEM διερευνά τις κοινωνικές στάσεις και αντιλήψεις για την επιχειρηματικότητα σε κάθε χώρα με μια σειρά ερωτήσεων που απευθύνονται σε όλα τα άτομα που προσεγγίζει η έρευνα, ανεξάρτητα από το αν κάθε συγκεκριμένος ερωτώμενος ασκεί επιχειρηματική δραστηριότητα ή όχι. Η μέθοδος αυτή επιτρέπει τη συγκέντρωση αξιόπιστων στατιστικά δεδομένων σχετικά με ζητήματα όπως η φιλικότητα κάθε κοινωνίας προς την επιχειρηματικότητα, οι εκτιμήσεις των ερωτώμενων για τη συγκυρία και για τις προσωπικές τους ικανότητες για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας, οι στάσεις τους έναντι του ενδεχόμενου επιχειρηματικής αποτυχίας, κα.

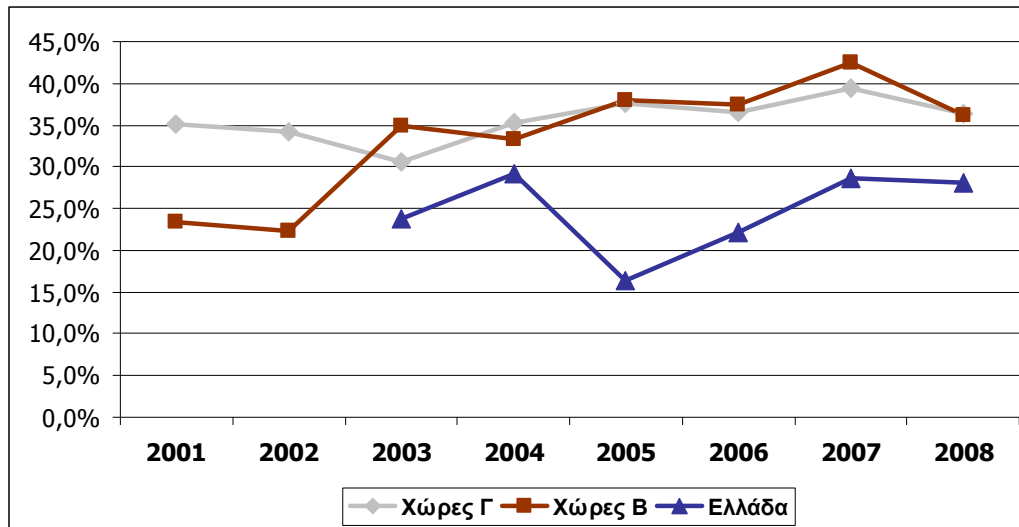
Είναι βέβαια φανερό ότι κάποιοι από τους παράγοντες που διερευνά το GEM είναι μακροπρόθεσμης ισχύος, άρα δεν αναμένεται να επηρεάζονται από την συγκυρία της σημερινής κρίσης. Για παράδειγμα, τα πολιτισμικά χαρακτηριστικά μιας κοινωνίας όπως αυτά που αφορούν τη φιλικότητά της προς την επιχειρηματικότητα είναι λογικό να υποθεθεί ότι δεν επηρεάζονται από την συγκυρία. Επίσης, δεν αναμένεται να επηρεάζεται η υποκειμενική αντίληψη των ατόμων ως προς τις ικανότητές τους να ασκήσουν επιχειρηματική δραστηριότητα. Αντίθετα, υπάρχουν δεδομένα τα οποία εξαρτώνται άμεσα από τη συγκυρία και στα οποία αναμένεται τα πρώτα σημάδια της παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής κρίσης να είχαν άμεσες επιπτώσεις. Η ανάλυση σε αυτό το Μέρος θα επικεντρωθεί λοιπόν σε δύο μεταβλητές αυτού του τύπου: α) την αντίληψη επιχειρηματικών ευκαιριών και β) τη στάση έναντι του ενδεχομένου της αποτυχίας. Είναι ακριβώς σε αυτές τις δύο μεταβλητές που αναμένεται η αντανάκλαση των πρώτων ενδείξεων της κρίσης να είναι ισχυρότερη.

Η διαχρονική εξέλιξη της πρώτης από αυτές τις μεταβλητές απεικονίζεται στο Διάγραμμα 5.1. Για κάθε έτος από το 2001 έως και το 2008 παρουσιάζονται τα ποσοστά των ατόμων που απάντησαν ότι «βλέπουν» καλές επιχειρηματικές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο από τη στιγμή της διεξαγωγής της έρευνας. Τα δεδομένα αποτελούν τους ετήσιους μέσους όρους για τις δύο ομάδες χωρών (εκμετάλλευση αποτελεσματικότητας

και έμφαση στην καινοτομία) καθώς και για την Ελλάδα (από το 2003 και μετά, δεδομένου ότι αυτό ήταν το πρώτο έτος της ελληνικής συμμετοχής στο GEM).

Διάγραμμα 5.1

Ποσοστό των ατόμων που διαπιστώνουν την ύπαρξη καλών επιχειρηματικών ευκαιριών το επόμενο διάστημα



*Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας
Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM*

Το ανωτέρω γράφημα αποκαλύπτει ότι, και για τις δύο ομάδες χωρών, η αντίληψη καλών επιχειρηματικών ευκαιριών καταγράφει μια πτώση το 2008, σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος κατά το οποίο εμφανίστηκε το ανώτατο επίπεδο της δεκαετίας. Είναι εύλογο, λοιπόν, να υποτεθεί ότι η πτώση αντανακλά την επιδείνωση του οικονομικού κλίματος που προκλήθηκε από τα πρώτα σημάδια της κρίσης. Άλλωστε, η σχέση της πτώσης με την κρίση αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι οι χώρες με τη μεγαλύτερη μείωση της αντίστοιχης μεταβλητής είναι η Ισλανδία, η Ιρλανδία, η Λετονία και η Ουγγαρία, χώρες δηλαδή που, όπως φάνηκε καθαρά τους επόμενους μήνες του 2008, αντιμετώπισαν τα σοβαρότερα προβλήματα με την οικονομική κρίση. Βεβαίως, όπως έχει ήδη αναφερθεί, το μεγάλο ερώτημα είναι το τι θα αποκαλύψει η έρευνα του 2009, τη χρονιά δηλαδή κατά την οποία η κρίση έφτασε στο απόγειό της.

Μικρή μείωση των προσδοκιών για καλές επιχειρηματικές ευκαιρίες εμφανίζεται και στην Ελλάδα το 2008, μολονότι ο ρυθμός της εμφανίζεται πολύ ομαλότερος σε σχέση με τις δύο ομάδες χωρών. Ωστόσο, όπως έχει επανειλημμένα παρατηρηθεί από το IOBE στις ετήσιες Εκθέσεις του GEM, το περίεργο τα προηγούμενα χρόνια ήταν το χαμηλό ποσοστό του πληθυσμού στην Ελλάδα που θεωρούσε ότι θα υπάρξουν καλές

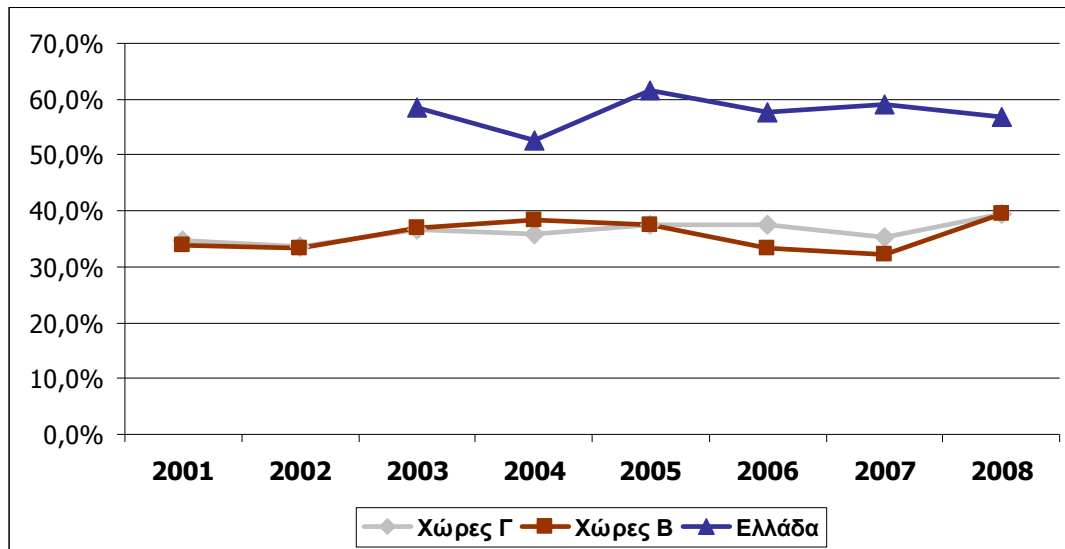
επιχειρηματικές ευκαιρίες το επόμενο διάστημα. Όπως είναι φανερό από το ανωτέρω γράφημα, οι Έλληνες δεν «έβλεπαν» επιχειρηματικές ευκαιρίες ακόμα και σε φάσεις όπου η ελληνική οικονομία αναπτυσσόταν με ταχύτατους ρυθμούς. Ίσως δε αυτό να εξηγεί την ήπια πτώση της μεταβλητής το 2008, δεδομένου ότι οι σχετικές επιδόσεις της χώρας μας ήταν χαμηλές ούτως ή άλλως.

Ο επόμενος παράγοντας ο οποίος αξίζει να διερευνηθεί είναι ο φόβος της αποτυχίας, το ποσοστό δηλαδή των ατόμων που παραδέχονται ότι ο φόβος της αποτυχίας θα τους απέτρεπε από το να εισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο. Τα σχετικά δεδομένα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 5.2 που ακολουθεί. Και εδώ, καταγράφεται η εξέλιξη των μέσων όρων για τις δύο ομάδες χωρών, από το 2001 έως και το 2008. Παρουσιάζεται επίσης η εξέλιξη των ελληνικών δεδομένων από το 2003 και μετά.

Οι πρώτες ενδείξεις της κρίσης οδήγησαν λοιπόν σε απότομη αύξηση του παράγοντα του φόβου της αποτυχίας και στις δύο ομάδες χωρών. Ωστόσο, αξίζει να παρατηρηθούν δύο χαρακτηριστικά των γραφημάτων που παρουσιάζονται στο Διάγραμμα. Το πρώτο είναι ότι οι διακυμάνσεις του σχετικού ποσοστού είναι εντονότερες στις οικονομίες που βασίζονται στην αποτελεσματικότητα της εκμετάλλευσης συντελεστών παραγωγής, κάτι που ενδεχομένως προέρχεται από το ότι οι δυνατότητες εύρεσης απασχόλησης σε αυτές τις οικονομίες μετά από μια ενδεχόμενη επιχειρηματική αποτυχία είναι μικρότερες σε σύγκριση με τις οικονομίες που βασίζονται στην καινοτομία. Το δεύτερο είναι το γεγονός ότι ο ρυθμός αύξησης του ποσοστού στην πρώτη ομάδα χωρών κατά το 2008 είναι πολύ πιο έντονος από τη δεύτερη. Και τα δύο χαρακτηριστικά εξηγούνται με βάση τη σχετική σημασία της επιχειρηματικότητας ανάγκης και της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας στις δύο ομάδες χωρών. Σε οικονομίες που βασίζονται στην εκμετάλλευση συντελεστών παραγωγής, η επιχειρηματικότητα ανάγκης είναι υψηλότερη, άρα ο φόβος της επιχειρηματικής αποτυχίας πηγάζει από το γεγονός ότι η ελπίδα ανακάλυψης επιχειρηματικών ευκαιριών μετά από μια ενδεχόμενη αποτυχία είναι ασθενέστερη. Αντίθετα, σε οικονομίες που βασίζονται στην καινοτομία, η προσδοκία ανακάλυψης επιχειρηματικών ευκαιριών, ακόμα και σε περίοδο κρίσης, είναι ισχυρότερη.

Διάγραμμα 5.2

Ποσοστά ατόμων που δηλώνουν ότι ο φόβος της αποτυχίας θα τους απέτρεπε να ξεκινήσουν επιχειρηματική δραστηριότητα



Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας
 Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Τα ελληνικά δεδομένα σχετικά με τον παράγοντα του φόβου της αποτυχίας έχουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Όπως έχει καταγραφεί σε όλες τις Εκθέσεις του IOBE στο πλαίσιο του GEM, η Ελλάδα κατείχε την πρώτη θέση παγκοσμίως ως προς τον συγκεκριμένο παράγοντα σε ολόκληρη την πενταετία 2003-2007, ενώ το 2008 υποχωρεί στη δεύτερη θέση, παραχωρώντας την πρώτη στη Ρωσία. Από μόνο του, το στοιχείο αυτό αξίζει να μελετηθεί και να επιχειρηθεί να εξηγηθεί, όπως έχει γίνει σε προηγούμενες Εκθέσεις για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Ωστόσο, το μεγαλύτερο ενδιαφέρον εδώ είναι ότι στην Ελλάδα το ποσοστό εκείνων που δηλώνουν ότι φοβούνται την επιχειρηματική αποτυχία συρρικνώνεται με την εμφάνιση της κρίσης, σε αντίθεση με την τάση στις περισσότερες άλλες χώρες. Το εύρημα αυτό χρειάζεται βεβαίως μεγαλύτερη συζήτηση.

Δεν είναι τυχαίο ότι η πτώση της μεταβλητής του φόβου της αποτυχίας στην Ελλάδα συμβαδίζει με σημαντική άνοδο δύο άλλων μεταβλητών κατά το 2008, της Επιχειρηματικότητας Αρχικών Σταδίων (Δείκτης TEA κατά την ορολογία του GEM) και της Επιχειρηματικότητας Ανάγκης (εις βάρος της Επιχειρηματικότητας Ευκαιρίας). Και οι δύο αυτοί δείκτες αφορούν την επιχειρηματική δραστηριότητα και, ως εκ τούτου, θα εξεταστούν αναλυτικότερα στο επόμενο Μέρος. Ωστόσο, φαίνεται ότι η είσοδος στον επιχειρηματικό στίβο λόγω ανάγκης στην ελληνική περίπτωση σχετικοποιεί τον φόβο της αποτυχίας, ενδεχομένως επειδή το άτομο αισθάνεται ότι οι επαγγελματικές του

προοπτικές είναι ούτως ή άλλως δυσμενείς, άρα μια ενδεχόμενη επιχειρηματική αποτυχία δεν πρόκειται να χειροτερέψει σημαντικά μια ήδη άσχημη κατάσταση. Αν ευσταθεί αυτή η υπόθεση, δεν πρέπει να βιαστεί κανείς να υποστηρίξει ότι οι Έλληνες εμφανίζονται το 2008 να είναι πιο τολμηροί επιχειρηματικά.

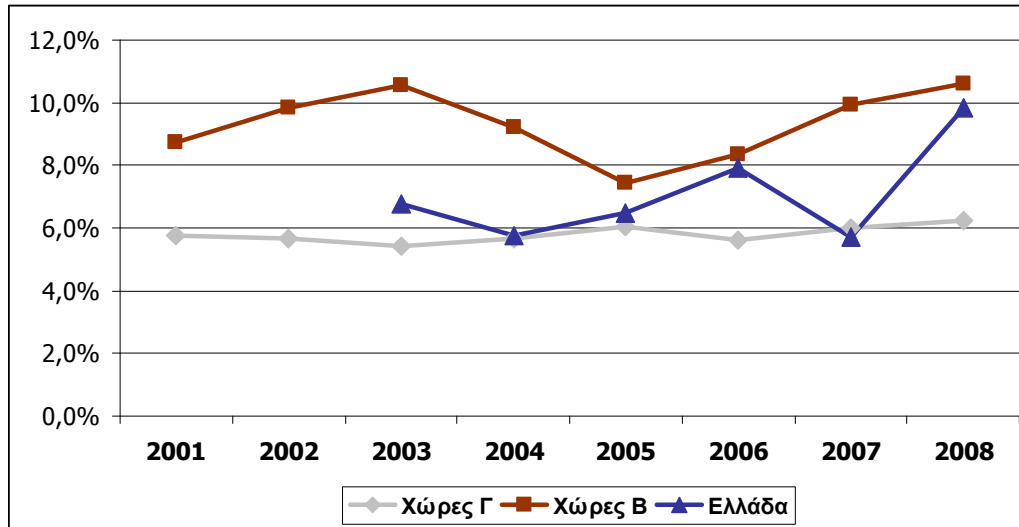
5.2 Επιχειρηματική δραστηριότητα

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η ετήσια έρευνα του GEM διεξάγεται κατά τους μήνες Μάιο και Ιούνιο, άρα τα δεδομένα του 2008 συνελέγησαν πριν από το ξέσπασμα της παγκόσμιας κρίσης τον Σεπτέμβριο του ίδιου έτους. Τα πρώτα σύννεφα στον ορίζοντα ήταν βεβαίως ήδη ορατά, ωστόσο, ο τρόπος με τον οποίο το GEM μετρά τη νέα επιχειρηματικότητα ενδεχομένως δεν επιτρέπει την καταγραφή κάποιων μεταβολών στην επιχειρηματική δραστηριότητα στην αρχή του περσινού καλοκαιριού. Υπενθυμίζεται ότι, κατά το GEM, οι επιχειρηματίες που βρίσκονται στα αρχικά στάδια της δραστηριότητάς τους είναι εκείνοι που είτε α) έχουν κάνει απλώς κάποιες πρώτες ενέργειες για την ίδρυση μιας επιχείρησης (οι επίδοξοι επιχειρηματίες), είτε β) έχουν ήδη ξεκινήσει αλλά η επιχείρησή τους δεν έχει ακόμα ξεπεράσει την ηλικία των 3,5 ετών (οι νέοι επιχειρηματίες). Δεδομένου λοιπόν ότι, και για τις δύο κατηγορίες, κάποιες πρώτες ενέργειες είχαν ήδη γίνει, δεν αναμένεται ότι οι πρώτες ενδείξεις της κρίσης θα οδηγούσαν σε σημαντικές αλλαγές στην συμπεριφορά τους. Το Διάγραμμα 5.3 που ακολουθεί, παρουσιάζει την εξέλιξη της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στις δύο ομάδες χωρών που εξετάστηκαν και στο προηγούμενο Μέρος, καθώς και στην Ελλάδα.

Μια πρώτη παρατήρηση σχετικά με τα ανωτέρω γραφήματα είναι ότι η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων φαίνεται ότι είναι πολύ σταθερότερη στις οικονομίες που βασίζονται στην καινοτομία σε σύγκριση με εκείνες που βασίζονται στην αποτελεσματική χρήση των συντελεστών παραγωγής. Για τις τελευταίες, η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων εμφανίζει πολύ εντονότερες διακυμάνσεις. Ωστόσο, και στις δύο ομάδες χωρών το 2008 καταγράφει ελαφρά αύξηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας, κάτι που μάλλον επιβεβαιώνει την υπόθεση που διατυπώθηκε παραπάνω, ότι η εμφάνιση της κρίσης δε μπορούσε να αναιρέσει τα πρώτα βήματα προς επιχειρηματική δραστηριοποίηση που είχαν ήδη γίνει, με αποτέλεσμα η επιχειρηματική δραστηριότητα να εμφανίζεται ανεπηρέαστη από την κρίση. Βεβαίως, και στις δύο ομάδες χωρών εμφανίζεται μια κάμψη του ρυθμού αύξησης, αν και δε φαίνεται ότι είναι στατιστικά σημαντική. Και πάλι, αναμένεται τα δεδομένα που θα καταγράψει η έρευνα

του 2009 να δώσουν σαφέστερη εικόνα για την επίδραση της κρίσης στη νέα επιχειρηματικότητα.

Διάγραμμα 5.3
Εξέλιξη της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων
% του πληθυσμού στις ηλικίες 18-64



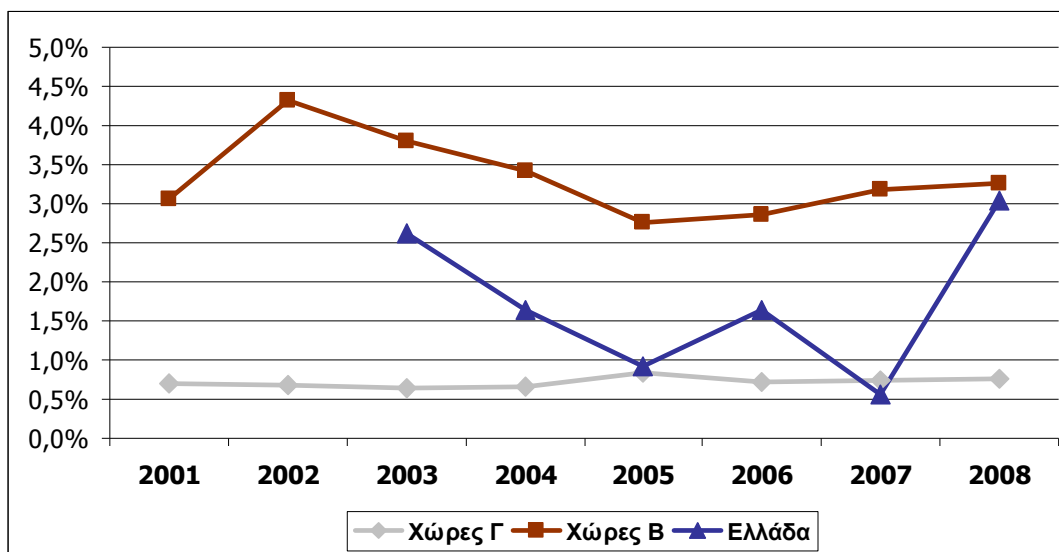
*Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας
Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM*

Για άλλη μια φορά, τα ελληνικά δεδομένα διαφοροποιούν την εικόνα της χώρας μας σημαντικά και από τις δύο ομάδες χωρών. Εδώ τα πρώτα σημάδια της κρίσης φαίνεται ότι οδήγησαν σε δραματική αύξηση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Πώς μπορεί να εξηγηθεί αυτό το εύρημα; Σύμφωνα με την παγκόσμια Έκθεση του GEM για το 2008 (Bosma et al 2009), η κρίση θέτει σε κίνηση αντίρροπες δυνάμεις στο πλαίσιο μιας εθνικής οικονομίας. Από τη μια πλευρά, οι διαφαινόμενες δυσκολίες, και κυρίως εκείνες που αφορούν τη χρηματοδότηση, ενδεχομένως αποθαρρύνουν κάποια άτομα να εισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο, ακόμα και αν σχεδίαζαν να το κάνουν. Από την άλλη, η προσδοκία ότι η κρίση θα χειροτερέψει, και άρα η πιθανότητα υψηλής ανεργίας, ενδεχομένως ωθούν κάποιους να λειτουργήσουν «προληπτικά» εξασφαλίζοντας για τον εαυτό τους απασχόληση μέσω της αυτοαπασχόλησης. Αν δεχθεί κανείς αυτό το σχήμα, φαίνεται ότι οι Έλληνες λειτούργησαν μπροστά στις πρώτες ενδείξεις της κρίσης με βάση το δεύτερο σενάριο, αυξάνοντας δηλαδή σημαντικά την αυτοαπασχόληση. Και πάλι βεβαίως, η έρευνα του 2009 αναμένεται να επιτρέψει την εξαγωγή πιο βάσιμων συμπερασμάτων. Ωστόσο, η υπόθεση αυτή υποδηλώνει ότι οι Έλληνες φαίνεται ότι είναι πολύ απαισιόδοξοι ως προς την ικανότητα της ελληνικής οικονομίας να διατηρεί την απασχόληση μέσα στην κρίση.

Μολονότι η εμφάνιση της κρίσης δεν φαίνεται να επηρέασε άμεσα την επιχειρηματική δραστηριότητα παγκοσμίως, είναι ενδιαφέρον να διερευνηθεί η επίπτωσή της στα κίνητρα άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι έρευνες του GEM αποκαλύπτει ότι το κίνητρο της ανάγκης είναι ισχυρότερο όσο χαμηλότερο είναι το αναπτυξιακό επίπεδο μιας χώρας. Η έναρξη, λοιπόν, της κρίσης ενδεχομένως να επηρέασε διαφορετικά τον αριθμό των ατόμων που αποφάσισαν να εισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο για λόγους ανάγκης, σε σύγκριση με εκείνους που το έκαναν με σκοπό την εκμετάλλευση μιας ευκαιρίας. Αξίζει, λοιπόν, να διερευνηθεί το κατά πόσον τα πρώτα σημάδια της κρίσης είχαν οποιαδήποτε επίπτωση στην ποσότητα των επιχειρηματικών εγχειρημάτων που ξεκίνησαν με κίνητρο την ανάγκη. Το Διάγραμμα 5.4 που ακολουθεί παρουσιάζει την εξέλιξη του ποσοστού όσων δήλωσαν την ανάγκη ως βασικό κίνητρο της επιχειρηματικής τους δραστηριοποίησης στις δύο ομάδες χωρών, καθώς και την εξέλιξη του ποσοστού αυτού στην Ελλάδα.

Διάγραμμα 5.4

Επιχειρηματικότητα Ανάγκης, % του πληθυσμού στις ηλικίες 18-64



Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Παρατηρείται ότι το ποσοστό των ατόμων που ξεκινούν επιχειρηματική δραστηριότητα εξ ανάγκης είναι περίπου τέσσερις φορές μεγαλύτερο στις οικονομίες που βασίζονται στην αποτελεσματικότητα της χρήσης συντελεστών παραγωγής, σε σύγκριση με εκείνες που βασίζονται στην εκμετάλλευση της καινοτομίας. Ωστόσο, προβάλλεται μια ακόμα σημαντικότερη διαφορά ανάμεσα στις δύο ομάδες χωρών. Στις οικονομίες που

Βασίζονται στην καινοτομία, η επιχειρηματικότητα ανάγκης παραμένει σταθερά κάτω του 1% του πληθυσμού, αλλά κυρίως δε φαίνεται να επηρεάζεται καθόλου από τον οικονομικό κύκλο. Αντιθέτως, στις οικονομίες που βασίζονται στην αποτελεσματική χρήση συντελεστών παραγωγής, αφενός οι διακυμάνσεις του δείκτη είναι εντονότερες, αφετέρου, εμφανίζεται μια απότομη αύξηση της επιχειρηματικότητας ανάγκης κατά το έτος της προηγούμενης σημαντικής επιβράδυνσης της παγκόσμιας οικονομίας, το 2002. Και εδώ, η έρευνα του 2009 πρέπει να αναμένεται με ενδιαφέρον, καθότι θα αποκαλύψει το κατά πόσον η σταθερότητα του δείκτη στην πρώτη ομάδα χωρών θα διατηρηθεί και το κατά πόσον θα εμφανιστεί μια απότομη αύξηση του δείκτη στη δεύτερη ομάδα, κατ' αντιστοιχία του φαινομένου του 2002. Βεβαίως, η πολύ μεγαλύτερη σοβαρότητα της σημερινής κρίσης ενδεχομένως να οδηγήσει σε πολύ εντονότερες μεταβολές σε σχέση με το παρελθόν και για τις δύο ομάδες χωρών.

Οι διακυμάνσεις του δείκτη της επιχειρηματικότητας ανάγκης είναι πολύ εντονότερες στην Ελλάδα. Η επιχειρηματικότητα ανάγκης ξεκινάει από το 2,8% το 2003 (το πρώτο έτος ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM), επίπεδο αντίστοιχο του μέσου όρου στις οικονομίες που βασίζονται στην αποτελεσματικότητα χρήσης συντελεστών παραγωγής. Τα επόμενα χρόνια μειώνεται σταθερά (με εξαίρεση το 2006) και φθάνει στα επίπεδα των χωρών που βασίζονται στην καινοτομία, κάτω δηλαδή από 1%. Ωστόσο, τα πρώτα σημάδια της κρίσης αποκαλύπτουν πόσο εύθραυστη ήταν η μείωση της επιχειρηματικότητας ανάγκης τα προηγούμενα χρόνια στη χώρα μας. Ο δείκτης εκτοξεύεται και πάλι στα επίπεδα της πρώτης ομάδας χωρών, και μάλιστα πριν αποκαλυφθεί πλήρως το πραγματικό μέγεθος της κρίσης. Η αύξηση είναι τόσο μεγάλη που φαίνεται ότι εξηγεί σχεδόν απόλυτα τη μεγάλη αύξηση του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα το 2008, που εξετάστηκε προηγουμένως. Με άλλα λόγια, η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων αυξήθηκε το 2008 αποκλειστικά και μόνο λόγω της εμφάνισης πολλών νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων τα οποία όμως είχαν ως κίνητρο την ανάγκη εξασφάλισης του βιοπορισμού των ιδρυτών τους.

5.3 Επιχειρηματικές φιλοδοξίες

Η τελευταία διάσταση της επιχειρηματικότητας που αξίζει να διερευνηθεί αφορά τις φιλοδοξίες των επίδοξων και νέων επιχειρηματιών, τις προσδοκίες τους, δηλαδή, σχετικά με τις προοπτικές των εγχειρημάτων που ξεκίνησαν εντός του 2008. Το ερώτημα, λοιπόν, είναι πώς τα πρώτα σημάδια της κρίσης επηρέασαν το πόσο φιλόδοξα ήταν αυτά

τα εγχειρήματα. Θα εξεταστούν εδώ δύο πλευρές αυτής της φιλοδοξίας, αφενός η καινοτομία των εγχειρημάτων και, αφετέρου, οι προοπτικές για τη δημιουργία απασχόλησης. Στα Διαγράμματα που ακολουθούν θα παρουσιαστούν τα δεδομένα για αυτές τις δύο πλευρές για τις δύο ομάδες χωρών καθώς και για την Ελλάδα.

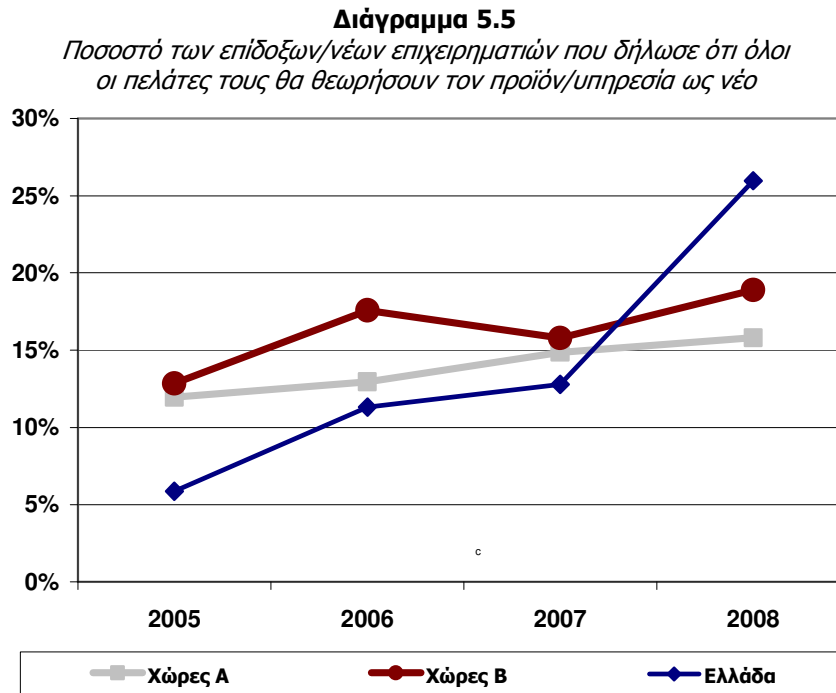
Η επίδραση της κρίσης στην καινοτομία των εγχειρημάτων μπορεί να είναι αμφίσημη. Από τη μία πλευρά, η κρίση αυξάνει την απαισιοδοξία των επιχειρηματιών για το μέλλον και είναι λογικό να υποτεθεί ότι η απαισιοδοξία θα είναι μεγαλύτερη όσο πιο αβέβαιο είναι το μέλλον ενός εγχειρήματος. Είναι δε φανερό ότι, όσο πιο καινοτομική είναι μια νέα επιχειρηματική πρωτοβουλία, τόσο πιο αβέβαιη θα είναι η έκβασή της. Από την άλλη όμως πλευρά, η κρίση πλήττει κυρίως τις καθιερωμένες δραστηριότητες, άρα αναπόφευκτα δημιουργεί και ευκαιρίες για νέες, οι οποίες δεν είχαν μέχρι εκείνη τη στιγμή δοκιμαστεί ακριβώς λόγω του εφησυχασμού των κύριων παικτών στην αγορά. Το παράδειγμα που αξίζει να αναφερθεί εδώ είναι ότι το πρώτο σουπερμάρκετ εμφανίστηκε στις ΗΠΑ στην αρχή της μεγάλης ύφεσης του 1930.²⁸

Το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM διερευνά το ζήτημα της καινοτομίας με την ερώτηση προς τους επίδοξους/νέους επιχειρηματίες για τον αν οι πελάτες τους θα θεωρήσουν το προϊόν ή την υπηρεσία που θα προσφέρουν ως κάτι εντελώς νέο, το οποίο δεν έχει κοντινά υποκατάστατα σήμερα στην αντίστοιχη αγορά. Το Διάγραμμα 5 που ακολουθεί παρουσιάζει τη διαχρονική εξέλιξη του σχετικού δείκτη για τις δύο ομάδες χωρών και για την Ελλάδα.

Ο δείκτης καινοτομίας είναι διαχρονικά υψηλότερος στις οικονομίες που βασίζονται στην αποτελεσματική χρήση συντελεστών παραγωγής σε σύγκριση με εκείνες που βασίζονται στην εισαγωγή καινοτομιών. Αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι η καινοτομία ενός εγχειρήματος εξαρτάται από τη συγκεκριμένη αγορά στις οποία απευθύνεται κάθε επίδοξος/νέος επιχειρηματίας και το κατά πόσον υπάρχουν ήδη σε αυτήν προϊόντα/υπηρεσίες συγκρίσιμα και άρα ανταγωνιστικά με αυτά που εκείνος προσφέρει. Σε αυτό το πλαίσιο, είναι λοιπόν λογικό οι χώρες χαμηλότερου επιπέδου ανάπτυξης να εμφανίζουν υψηλότερη καινοτομία, δεδομένου ότι έχουν τη δυνατότητα να εισάγουν καθιερωμένα προϊόντα ή διεργασίες από τις ανεπτυγμένες χώρες, τα οποία όμως είναι εντελώς νέα για τις δικές τους αγορές. Στις οικονομίες που βασίζονται στην εισαγωγή καινοτομιών, ο δείκτης της καινοτομίας μεταβάλλεται σταθερά αυξητικά. Αντίθετα, στις οικονομίες που βασίζονται στην αποτελεσματική χρήση συντελεστών παραγωγής ο δείκτης εμφανίζει σχετικά απότομες αυξομειώσεις. Ωστόσο, το πιο ενδιαφέρον εδώ είναι

²⁸ Βλέπε Hirooka (2003).

ότι και στις δύο ομάδες χωρών ο δείκτης κινείται ανοδικά μεταξύ 2007 και 2008, κάτι που, σε πρώτη άποψη τουλάχιστον, φαίνεται ότι υποδηλώνει το δεύτερο από τα δύο σενάρια που συζητήθηκαν παραπάνω, ότι δηλαδή οι πρώτες ενδείξεις της κρίσης οδήγησαν σε άνοδο της καινοτομίας και όχι στο αντίθετο.

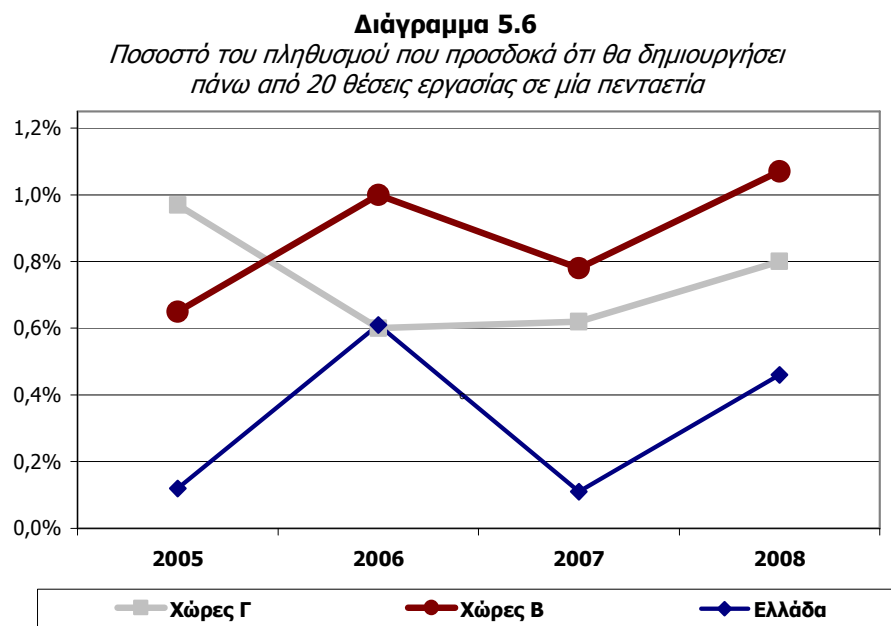


*Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας
Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM*

Όπως έχει παρατηρηθεί και σχολιαστεί από το IOBE σε όλες τις προηγούμενες Εκθέσεις του για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, ο δείκτης καινοτομίας καταγραφόταν πάντα σε επίπεδα χαμηλότερα και από τις δύο ομάδες χωρών. Ωστόσο, το 2008 αποκαλύπτεται μια σημαντικότερη αύξηση, και μάλιστα ο ρυθμός της αύξησης είναι εντυπωσιακά ταχύτερος από τον ρυθμό της αύξησης στις δύο ομάδες. Σε πρώτη τουλάχιστον ανάγνωση, φαίνεται να πρόκειται για παράδοξο εύρημα. Θα περίμενε κανείς η μεγάλη άνοδος της επιχειρηματικότητας ανάγκης, που έχει ήδη σχολιαστεί παραπάνω, να συμβαδίζει με την ίδρυση λιγότερο καινοτομικών επιχειρημάτων. Εδώ όμως παρατηρείται το αντίθετο, καθώς η άνοδος της επιχειρηματικότητας ανάγκης φαίνεται ότι συμβαδίζει με υψηλότερη καινοτομία. Άρα, ενδεχομένως η κρίση να ωθεί περισσότερα άτομα να εισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο λόγω φόβου για τη μελλοντική τους απασχόληση, αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι η είσοδος αυτή δεν γίνεται και με όρους

καινοτομίας, όσον αφορά τα προϊόντα/υπηρεσίες τα οποία σχεδιάζουν να διαθέτουν στην αγορά που θα δραστηριοποιηθούν.

Βεβαίως, ο σημαντικότερος δείκτης των επιχειρηματικών φιλοδοξιών είναι το μέγεθος της επιχείρησης την οποία ο επίδοξος/νέος επιχειρηματίας προσδοκά να δημιουργήσει. Το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM διερευνά το ζήτημα αυτό μέσω της απασχόλησης που ο ίδιος ο επιχειρηματίας δηλώνει ότι προσδοκά να δημιουργήσει με ορίζοντα μία πενταετία μετά την ίδρυση της επιχείρησής του. Σε αυτό το πλαίσιο, ο δείκτης Υψηλής Μεγέθυνσης (High Growth) είναι το ποσοστό του πληθυσμού κάθε χώρας που αναμένει ότι θα δημιουργήσει πάνω από 20 θέσεις εργασίας σε μια πενταετία. Η διαχρονική εξέλιξη του δείκτη για τις δύο ομάδες χωρών και την Ελλάδα παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 5.6.



*Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Α: καινοτομίας
Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM*

Για όλη την εξεταζόμενη χρονική περίοδο (2005-8) το ποσοστό του πληθυσμού που φιλοδοξούσε να δημιουργήσει πάνω από 20 θέσεις εργασίας μετά από μια πενταετία δεν ξεπερνούσε το 1%, κατά μέσο όρο. Αξίζει να επισημανθεί μια σημαντική διαφορά ανάμεσα στις οικονομίες που βασίζονται στην αποτελεσματικότητα χρήσης συντελεστών παραγωγής και σε εκείνες που βασίζονται στην εισαγωγή καινοτομιών. Με εξαίρεση το 2005, ο δείκτης παραμένει σταθερά υψηλότερος στην πρώτη ομάδα χωρών. Φαίνεται λοιπόν ότι η έμφαση αυτών των οικονομιών στην επιδίωξη οικονομιών κλίμακας δημιουργεί ένα ευνοϊκότερο περιβάλλον για την εμφάνιση επιχειρηματικών εγχειρημάτων υψηλών δυνατοτήτων μεγέθυνσης, κυρίως στον τομέα της βιομηχανίας. Αντίθετα, στη

δεύτερη ομάδα χωρών, η έμφαση στις υπηρεσίες και στην καινοτομική παραγωγή που απευθύνεται σε νησίδες (niche) αγοράς βασίζεται περισσότερο στην εκμετάλλευση της γνώσης παρά στην υψηλή συγκέντρωση εργατικού δυναμικού.

Ωστόσο, και στις δύο ομάδες χωρών ο δείκτης εμφανίζει άνοδο ανάμεσα στο 2007 και το 2008, με άλλα λόγια, φαίνεται ότι η εμφάνιση της κρίσης επηρέασε θετικά παρά αρνητικά τις επιχειρηματικές φιλοδοξίες, τουλάχιστον στο βαθμό που αυτές αναφέρονται στις προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης. Μένει βεβαίως να αποσαφηνιστεί αν ο σχετικός δείκτης χαρακτηρίζεται από κυκλικότητα γενικώς, πράγμα που, αν πράγματι συμβαίνει, υποδηλώνει ότι υπάρχει μια σχετική σταθερότητα, ότι δηλαδή παγκοσμίως υπάρχει ένα ποσοστό του πληθυσμού γύρω στο 1% που έχει υψηλές φιλοδοξίες για δημιουργία απασχόλησης ανεξάρτητα από το επίπεδο της οικονομικής δραστηριότητας.

Η Ελλάδα εμφανίζει και αυτή αύξηση του δείκτη το 2008, μια συμπεριφορά δηλαδή παρόμοια με εκείνη και των δύο ομάδων χωρών. Ωστόσο, υπάρχουν δύο πιο σημαντικές παρατηρήσεις που πρέπει να γίνουν εδώ. Η πρώτη αφορά το γεγονός ότι στην Ελλάδα το ποσοστό του πληθυσμού που προσδοκά να δημιουργήσει εγχειρήματα με σημαντική επίπτωση στην απασχόληση σε βάθος χρόνου είναι διαχρονικά χαμηλότερο από τον δείκτη και στις δύο ομάδες χωρών. Με άλλα λόγια, και όπως έχουν επισημάνει επανειλημμένα οι Εκθέσεις του IOBE για την επιχειρηματικότητα, η επίπτωση της νέας επιχειρηματικότητας στην απασχόληση είναι στη χώρα μας εξαιρετικά ασθενής. Πρόκειται βέβαια για εύρημα αναμενόμενο σε κάποιο βαθμό, με δεδομένο αφενός το μικρό μέγεθος της ελληνικής οικονομία και, αφετέρου, τον ενδοστρεφή χαρακτήρα της οικονομικής δραστηριότητας.

Η δεύτερη παρατήρηση είναι πως η διακύμανση του δείκτη στην Ελλάδα φαίνεται ότι κινείται παράλληλα με τον δείκτη στις οικονομίες που βασίζονται στην αποτελεσματική χρήση συντελεστών παραγωγής. Βεβαίως, η έρευνα του 2009 θα δείξει κατά πόσον αυτή η παράλληλη πορεία θα συνεχιστεί. Ωστόσο, το εύρημα αυτό ενδεχομένως μας οδηγεί να επικεντρώσουμε την προσοχή μας στην εξήγηση της διακύμανσης στους ίδιους παράγοντες που την εξηγούν και σε αυτή την ομάδα χωρών.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Baum, J. A.C. and Silverman, B.S. (2004), Picking Winners or Building them? Alliance, Intellectual, and Human Capital as Selection Criteria in Venture Financing and Performance of Biotechnology Startups, *Journal of Business Venturing*, 19 (3): 411-26.

Bosma, N.S. and V.A.J.M. Schutjens (2009). "Mapping Entrepreneurial Activity and Entrepreneurial Attitudes in European Regions". *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 98 (5), 675-686

Delmar F. and Davidsson P., *Where do they Come from? Prevalence & Characteristics of Nascent Entrepreneurs*, Entrepreneurship & Regional Development, Volume 12, Issue 1, Jan. 2000, pp. 1-23

European Commission, (2003), *Green Paper: Entrepreneurship in Europe*, January.

Gartner W.B., "Who is an Entrepreneur?" *Is the Wrong Question*, Entrepreneurship Theory & Practice, University of Baltimore, Educational Foundation, summer 1989

Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2008 Executive Report

Hall, J. and Hofer, C.W. (1993), Venture Capitalists' Decision Criteria in New Venture Evaluation, *Journal of Business Venturing*, 8 (1): 25.

Hirooka, M. (2003). "Nonlinear Dynamism of Innovation and Business Cycles", *Journal of Evolutionary Economics*, 13, 549-576

Hisrich, R.D. and Jankowicz, A.D. (1990), Intuition in Venture Capital Decisions: An exploratory study using a new technique, *Journal of Business Venturing*, 5: 19-62.

Kirzner, I.M (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press

Kirzner, I.M. *Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach*, *Journal of Economic Literature*, Vol. 35, No. 1 (Mar. 1997), pp.60-85

Lofstrom, M. (2002) *Labor Market Assimilation and the Self-employment Decision of Immigrant Entrepreneurs*, *Journal of Population Economics*, 23 (3), 563-579

Mason, C. and R.Harrison (2006), "After the Exit: Acquisitions, Entrepreneurial Recycling and Regional Economic Development", *Regional Policy*, 40 (1), 55-73

Onstenk J., *Entrepreneurship and Vocational Education*, *European Educational Research Journal*, Volume 2, Number 1, 2003

Parker S.C. and C.M. Van Praag, 2004, *Schooling, capital constraints and entrepreneurial performance: the endogenous triangle*, Working Paper, University of Amsterdam

Parker S.C. and C.M. Van Praag, 2004, *Schooling, capital constraints and entrepreneurial performance: the endogenous triangle*, Working Paper, University of Amsterdam

- Porter, M.E. and K. Schwab (2008). *The Global Competitiveness Report 2008-2009*. Geneva, Switzerland: World Economic Forum
- Rah, J., Kyungjin, J. and Lee, J. (1994), Validation of the Venture Evaluation Model in Korea, *Journal of Business Venturing*, 9509-524.
- Reynolds, P.D., N.S. Bosma, E. Autio, S. Hunt, N. De Bono, I. Servais, P. Lopez-Garcia and N. Chin (2005). "Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation, 1998-2003". *Small Business Economics*, 24 (3), 205-231
- Riley, J.G. 2002, *Weak and strong signals*, Scandinavian Journal of Economics, 104 (2), 213-36
- Riquelme, H. and Watson J. (2000), Do Venture Capitalists' Implicit Theories of New Business Success/Failure Have Empirical Validity?, Proceedings of the Research in Entrepreneurship and Small Business Conference, Prague: 214-218.
- Ruby, L. (1984), The Role of the Venture Capitalist in the Entrepreneurial Process, in Khun, R. and Smilor, R., eds. *Corporate Creativity*, New York: Praeger Editorial.
- Shane et al. (2003), Entrepreneurial Motivation, *Human Resource Management Review* 13 (2003) 257-259
- Shane S. and Venkataraman S., *The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research*, The Academy of Management Review, Vol. 25, No.1, Jan. 2000, pp. 217-226
- Sluis v.d. J. et al., *Education and Entrepreneurship in Industrial Countries*, Tinbergen Institute Discussion Paper, 11 May 2004
- Sorensen J. B. and M.Y. Chang, *Determinants of Successful Entrepreneurship: A Review of the Recent Literature*, Report prepared for the Ewing Marion Kauffman Foundation, February 2006
- Tyebjee, T. T. and Albert, B.V. (1984), A Model of Venture Capitalist Investment Activity, *Management Science*, 30(9): 1051-1056.
- Van Praag, C.M. and J.S. Cramer, *The roots of entrepreneurship and labour demand: Individual ability and low risk aversion*. *Economica*, 68: 269, 45-62, 2001
- Wennekers, A.R.M. (2006), Entrepreneurship at Country Level: Economic and Non-economic Determinants. Scale Research Reports, Rotterdam School of Management (RSM), Erasmus University, Erasmus Research Institute of Management (ERIM)
- World Bank, (2009), "Doing Business 2010".
- Ιωαννίδης, Σ. (2004), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα*, Αθήνα: IOBE.
- Ιωαννίδης, Σ., Πολίτης, Τ. και Τσακανίκας, Α. (2005), *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2004-2005*, Αθήνα: IOBE.
- Ιωαννίδης, Σ. (2007α), *Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα: 2007-13*, Αθήνα: IOBE.
- Ιωαννίδης, Σ. (2007β), *Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα*, Αθήνα: IOBE.

Ιωαννίδης, Σ. και Τσακανίκας, Α. (2006), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2005-6*, Αθήνα: ΙΟΒΕ.

Ιωαννίδης, Σ. και Τσακανίκας, Α. (2007), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2006-7*, Αθήνα: ΙΟΒΕ.

Ιωαννίδης, Σ. και Τσακανίκας, Α. (2008), *Ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας Νέων και Γυναικών στην Ελλάδα*, (ΙΟΒΕ, εμπειρογνωμοσύνη για το Υπουργείο Ανάπτυξης).

Στουρνάρας, Γ. και Αλμπάνη, (2008), *Η Ελληνική Οικονομία μετά την Κρίση: Αναζητώντας ένα Νέο Αναπτυξιακό Πρότυπο*, Αθήνα: ΙΟΒΕ.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

- 1. Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (GEM)**
- 2. Βασικοί ορισμοί και δείκτες της επιχειρηματικότητας: μεθοδολογικό πλαίσιο του GEM**
- 3. Γιατί διαφέρουν τα στοιχεία του GEM από τα συνήθη δημογραφικά στοιχεία (μητρώα) των επιχειρήσεων;**
- 4. Το εμπειρικό κομμάτι του ερευνητικού προγράμματος GEM**
- 5. Ο ρόλος του IOBE στο GEM**

1. Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (GEM)

Από το 1997 μέχρι σήμερα, το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (Global Entrepreneurship Monitor, GEM) έχει εξελιχθεί σε ένα από τα σημαντικότερα ερευνητικά προγράμματα παγκοσμίως, που προάγει τη μελέτη της επιχειρηματικότητας και βοηθά στη βαθύτερη κατανόηση της σχέσης μεταξύ της επιχειρηματικότητας και της γενικότερης ανάπτυξης μιας χώρας. Ο συντονισμός του έργου γίνεται από το London Business School και το Babson College (ΗΠΑ), με τις αντίστοιχες εθνικές ομάδες να περιλαμβάνουν κυρίως πανεπιστήμια και ερευνητικά κέντρα. Το υπόδειγμα μεταβλητών (ποσοτικών όσο και ποιοτικών) που θεωρείται ότι επηρεάζει το επίπεδο της επιχειρηματικότητας σε μια χώρα είναι κοινό για όλες τις ομάδες και με βάση αυτό κάθε ερευνητική ομάδα συνεισφέρει στην έρευνα με τα εθνικά εμπειρικά στοιχεία της. Έτσι, πραγματοποιούνται: α) η διακρατική επεξεργασία των αντίστοιχων δεδομένων, β) οι συγκριτικές αναλύσεις και γ) οι εθνικές επεξεργασίες από την κάθε ομάδα. Επομένως, το GEM αποτελεί μέχρι σήμερα το μοναδικό πρόγραμμα που μπορεί να παράσχει μία συγκριτική αξιολόγηση (benchmarking) της επιχειρηματικότητας σε ένα ευρύ σύνολο χωρών, με εναρμονισμένες μεταβλητές μέτρησης.

Ένα από τα βασικά πλεονεκτήματα της έρευνας του GEM είναι ο διαφοροποιούμενος κάθε χρονιά αριθμός των χωρών που συμμετέχουν (κατά την έρευνα του 2008-2009 έλαβαν μέρος 43 χώρες), και η ανάλυση των δεδομένων με βάση και το επίπεδο της οικονομικής ανάπτυξης ανά κράτος. Με τον τρόπο αυτό, δίνεται η δυνατότητα στους συμμετέχοντες όχι μόνο να αφουγκραστούν τις τάσεις και τις ανάγκες ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας σε τοπικό και παγκόσμιο επίπεδο, αλλά και να συγκριθούν με χώρες που βρίσκονται σε παρόμοιο αναπτυξιακό στάδιο. Τούτο καθιστά την όποια σύγκριση πιο ουσιαστική και ταυτόχρονα αναδεικνύει τις καλύτερες πρακτικές (best practices) που δυνητικά μπορούν να μεταλαμπαδηθούν.

Το GEM, λοιπόν, έχει ως στόχο:

- Να μετρήσει το επίπεδο επιχειρηματικότητας σε μια χώρα και να εξηγήσει τις διαφορές που εμφανίζονται ανάμεσα στις εξεταζόμενες χώρες
- Να αποκαλύψει τους παράγοντες που οδηγούν σε ικανοποιητικά επίπεδα επιχειρηματικότητας
- Να προτείνει πολιτικές που μπορούν να ενισχύσουν τα επίπεδα επιχειρηματικότητας σε μια χώρα.

2. Βασικοί ορισμοί και δείκτες επιχειρηματικότητας: μεθοδολογικό πλαίσιο του GEM

Το ερευνητικό μοντέλο του GEM προσεγγίζει την έννοια της επιχειρηματικότητας σε ένα αρκετά ευρύ πλαίσιο, καθώς καλύπτει ολόκληρο το φάσμα της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Εντούτοις, η ανάλυση εστιάζεται στον επιχειρηματία, δηλαδή στις δραστηριότητές του, τις ανάγκες που εκφράζει, τις πεποιθήσεις, τα χαρακτηριστικά του κτλ. Μέσω αυτού του ευρύ φάσματος, γίνεται δυνατή και η εξέταση της επιχειρηματικής συμπεριφοράς, η οποία έχει αναγνωρισθεί από το GEM ως πολυεπίπεδη και εξελισσόμενη.

Η έρευνα αναγνωρίζει και τη σημασία των διαδικασιών, των συμπεριφορών και των συγκυριών που οδήγησαν ένα άτομο στην ανάληψη επιχειρηματικής δράσης (μιας και η επιχειρηματικότητα είναι μια διαδικασία που αρχίζει αρκετά προτού μια εταιρία γίνει λειτουργική), ενώ δεν αμελείται και η εξέταση των παραγόντων που διατηρούν στη ζωή μια επιχείρηση. Κάποιος που ξεκινά μια επιχείρηση και προσπαθεί να «σταθεί» σε μια πολύ ανταγωνιστική αγορά είναι επιχειρηματίας, ακόμα και αν οι προσδοκίες του είναι πολύ συγκρατημένες. Αλλά και ένας καθιερωμένος για πολλά έτη επιχειρηματίας μπορεί να είναι ακόμα καινοτόμος, ανταγωνιστικός και να επιθυμεί την περαιτέρω μεγέθυνση και ανάπτυξη της επιχείρησής του. Το GEM ενδιαφέρεται, επομένως, για όλους τους πιθανούς τύπους επιχειρηματία, με στόχο τη συστηματική μελέτη μιας ευρείας ποικιλίας επιχειρηματικών χαρακτηριστικών: κίνητρα, καινοτομία, ανταγωνιστικότητα, προσδοκίες.

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, η συλλογή δεδομένων του GEM καλύπτει έναν ευρύτερο κύκλο ζωής της επιχειρηματικής διαδικασίας. Πιο συγκεκριμένα, ενδιαφέρεται: α) για τα άτομα από το σημείο που δεσμεύουν πόρους για να αρχίσουν μια επιχείρηση, βρίσκονται δηλαδή στα αρχικά στάδια εκδήλωσης της επιχειρηματικής συμπεριφοράς, έχοντας προβεί απλώς σε κάποιες προκαταρτικές ενέργειες προετοιμασίας της επένδυσής του, β) για τα άτομα που είναι που έχουν ξεκινήσει μόλις τη λειτουργία του εγχειρήματός τους και γ) για τα άτομα που είναι ιδιοκτήτες / διοικούν μια καθιερωμένη επιχείρηση.

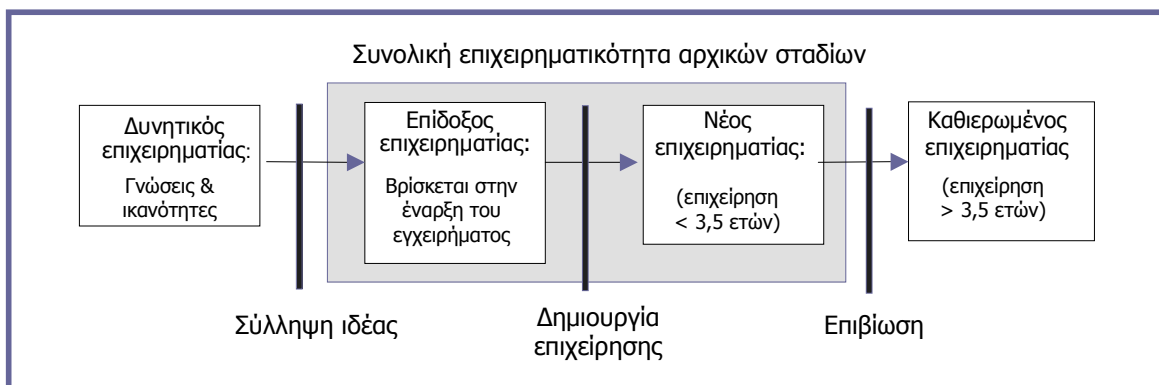
Στο Σχήμα 1 αποδίδεται γραφικά η επιχειρηματική διαδικασία και οι αντίστοιχοι τύποι επιχειρηματικής δραστηριότητας που χρησιμοποιεί το GEM και αυτή τη χρονιά, που ορίζονται ως εξής:

α) Οι «*επίδοξοι*» *επιχειρηματίες* (nascent entrepreneurs). Είναι τα άτομα που βρίσκονται στο αρχικό στάδιο της επιχειρηματικής τους δράσης, έχουν προχωρήσει σε κάποιες πρώτες ενέργειες όπως συγκέντρωση κεφαλαίων για την επιχείρηση, σύνταξη επιχειρηματικού σχεδίου, κτλ. ή έχουν πράγματι ξεκινήσει τη λειτουργία του εγχειρήματός τους, δεν έχουν όμως ακόμα πληρώσει μισθούς είτε στους ίδιους, είτε στους υπαλλήλους / συνεργάτες τους για περισσότερους από τρεις μήνες.

β) Οι «*νέοι*» *επιχειρηματίες* (new entrepreneurs), οι οποίοι είναι ιδιοκτήτες / διοικούν κάποια επιχείρηση που έχει πληρώσει μισθούς για περισσότερο από τρεις, αλλά λιγότερο από 42 μήνες.

γ) Οι «*καθιερωμένοι*» *επιχειρηματίες* (established entrepreneurs), τα άτομα δηλαδή που είναι ιδιοκτήτες ή διευθύνουν μια επιχείρηση που βρίσκεται σε λειτουργία – με πληρωμές μισθών- περισσότερο από 42 μήνες.

Σχήμα 1: Η επιχειρηματικότητα στο πλαίσιο του GEM



Σύμφωνα με το GEM, η πληρωμή αμοιβών για διάστημα περισσότερο από τρεις μήνες (συμπεριλαμβανομένων της αντιμισθίας των ιδιοκτητών) αποτελεί τη βασική προϋπόθεση για την ουσιαστική έναρξη μιας επιχείρησης και θεωρείται το «γεγονός της γέννησης» των επιχειρήσεων. Είναι, λοιπόν, αυτό το σημείο που διαχωρίζει τους επίδοξους από τους νέους επιχειρηματίες, στοιχείο που συνδέεται ωστόσο περισσότερο με την ηλικία ενός εγχειρήματος. Σε κάθε περίπτωση πάντως από το άθροισμα επίδοξων και νέων επιχειρηματιών προκύπτει ο *δείκτης επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων* (TEA) ο οποίος, κατά το GEM, αποτελεί τον πρωταρχικό και θεμελιώδη δείκτη της επιχειρηματικής δραστηριότητας μιας χώρας. Ο δείκτης αυτός αντιπροσωπεύει και αποδίδει μια δυναμική, νέα επιχειρηματική δραστηριότητα, ακόμα κι αν ένα σημαντικό μέρος των επίδοξων δεν κατορθώσει να ολοκληρώσει τις ενέργειές του και να ξεκινήσει τελικά το εγχείρημά του. Η

κινητικότητα που αυτοί οι επιχειρηματίες προσδίδουν στην οικονομία μπορεί να θεωρηθεί σημαντική, ακόμα και ως μοχλός πίεσης προς τις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις. Άλλωστε, αν δε συμμετέχει κανείς στα πρώτα στάδια ίδρυσης μιας επιχείρησης (start-up), τότε δε θα υπάρχει εκδήλωση επιχειρηματικής δραστηριότητας, με ό,τι αυτό σημαίνει για την οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας.

Από την άλλη πλευρά, οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων που έχουν πληρώσει μισθούς και αμοιβές για περισσότερο από 42 μήνες θεωρούνται καθιερωμένοι επιχειρηματίες. Οι επιχειρηματίες αυτοί έχουν ξεπεράσει το κρίσιμο όριο των 3,5 ετών λειτουργίας και έχουν επιβιώσει. Υψηλά ποσοστά καθιερωμένης επιχειρηματικότητας φανερώνουν θετικές συνθήκες για την επιχειρηματική επιβίωση σε μία χώρα. Από την άλλη πλευρά όμως, αν μια χώρα διαθέτει υψηλό βαθμό καθιερωμένης επιχειρηματικότητας, αλλά χαμηλό δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, τότε υπάρχει μάλλον χαμηλό επίπεδο δυναμισμού στην επιχειρηματικότητα. Επομένως, το ποσοστό του πληθυσμού που συμμετέχει στα διάφορα στάδια του κύκλου ζωής της επιχειρηματικότητας αποτελεί το συνολικό δείκτη της επιχειρηματικής δραστηριότητας μιας χώρας.

Στο Πλαίσιο 1 που ακολουθεί παρουσιάζονται συνοπτικά η ορολογία και οι βασικοί δείκτες που χρησιμοποιούνται στην παρούσα έκθεση.

Πλαίσιο 1
ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Επίδοξοι Επιχειρηματίες (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που – κατά το τελευταίο 12-μηνο από τη στιγμή της έρευνας - είχαν ξεκινήσει κάποιες προκαταρκτικές ενέργειες στην κατεύθυνση έναρξης ενός νέου εγχειρήματος (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης), στο οποίο θα είναι ιδιοκτήτες είτε του συνόλου, ή κάποιου μέρους του («συνεταίρος»). Οι ενέργειες αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν από τη συγκέντρωση κεφαλαίου και την αναζήτηση χώρων εγκατάστασης και απαραίτητου εξοπλισμού, έως τη σύνταξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου για αναζήτηση χρηματοδότη, κ.α. Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται ωστόσο και όσοι/όσες έχουν προχωρήσει πράγματι στην έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης και έχουν ήδη πληρώσει μισθούς ή έχουν έναν κύκλο εργασιών από αυτή τη δραστηριότητα, όχι όμως για διάστημα μεγαλύτερο των τελευταίων τριών μηνών. Επιπροσθέτως, αυτή η ενέργεια ενδεχομένως να εντάσσεται στην υπάρχουσα εργασία του ατόμου και να πραγματοποιείται για λογαριασμό του εργοδότη, με τη συμμετοχή του ερωτώμενου να αφορά έτσι έναν διοικητικό / διευθυντικό ρόλο και όχι απαραίτητα ιδιοκτησία.
Νέοι Επιχειρηματίες (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που τη στιγμή της έρευνας ήταν ιδιοκτήτες – συμμετείχαν στην ιδιοκτησία ενός νέου εγχειρήματος / δραστηριότητας για το οποίο έχουν ήδη πληρώσει μισθούς και έχουν καταγράψει ένα κύκλο εργασιών για τουλάχιστον τρεις, αλλά όχι περισσότερους από 42 μήνες

Επιχειρηματίες Αρχικών Σταδίων (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα που εντάσσονται στις δύο παραπάνω κατηγορίες σύμφωνα με του αντίστοιχους ορισμούς
Καθιερωμένοι Επιχειρηματίες (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που κατά τη στιγμή της έρευνας ήταν ιδιοκτήτες – συμμετείχαν στην ιδιοκτησία μιας καθιερωμένης επιχείρησης, δηλαδή μιας επιχείρησης που έχει πραγματοποιήσει αμοιβές, πληρωμές ή οποιοσδήποτε άλλες πληρωμές στους ιδιοκτήτες για περισσότερους από 42 μήνες.
Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που είτε εμπλέκονται σε επιχειρηματική δραστηριότητα αρχικών σταδίων είτε είναι καθιερωμένοι επιχειρηματίες (βλ. παραπάνω)
Επιχειρηματική Δραστηριότητα Αρχικών Σταδίων Υψηλών Προσδοκίων Μεγέθυνσης (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που είναι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων (όπως ορίστηκαν παραπάνω) και αναμένουν ότι το εγχείρημά τους θα απασχολεί τουλάχιστον 20 εργαζομένους σε πέντε χρόνια από τώρα
Ποσοστό Αναστολής Επιχειρηματικής δραστηριότητας (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που κατά τους τελευταίους 12 μήνες από τη στιγμή της έρευνας ανέστειλαν τη λειτουργία μιας επιχείρησης, εξαγόρασαν το μερίδιό τους και παραιτήθηκαν, πούλησαν την επιχείρηση εγχείρημα ή/ και γενικά έπαψαν να συμμετέχουν στη λειτουργία της ανεξάρτητα από το αν αυτή συνέχισε ή όχι τη λειτουργία της.
Χαρακτηριστικά της Επιχειρηματικής Δραστηριότητας Αρχικών Σταδίων	
Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας	Ποσοστό αυτών που εμπλέκονται σε επιχειρηματική δραστηριότητα αρχικών σταδίων (όπως αυτή ορίστηκε παραπάνω) οι οποίοι: (α) δηλώνουν ότι ασχολήθηκαν επιχειρηματικά με κίνητρο την αξιοποίηση μιας ευκαιρίας και όχι από την έλλειψη εναλλακτικών επιλογών απασχόλησης και (β) δηλώνουν ότι βασική αιτία για να αξιοποιήσουν αυτή την ευκαιρία είναι η διάθεση εργασιακής ανεξαρτησίας ή η αύξηση του εισοδήματός τους και όχι απλώς η συντήρηση του εισοδήματός τους στα ίδια επίπεδα
Επιχειρηματικότητα Αρχικών Σταδίων με Υψηλές Προσδοκίες Μεγέθυνσης	Ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (όπως ορίστηκαν παραπάνω) που αναμένουν να απασχολήσουν τουλάχιστον 20 απασχολούμενους στα επόμενα πέντε χρόνια.
Επιχειρηματική Δραστηριότητα Αρχικών Σταδίων, με Προσανατολισμό Νέα Προϊόντα-Υπηρεσίες	Ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (όπως ορίστηκαν παραπάνω) που εκτιμούν ότι το προϊόν ή η υπηρεσία τους είναι καινούργιο για κάποιους πελάτες και θεωρούν ότι δεν προσφέρουν πολλές επιχειρήσεις το ίδιο προϊόν ή υπηρεσία.
Επιχειρηματική Δραστηριότητα Αρχικών Σταδίων, με Εξωστρεφή Προσανατολισμό	Ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (όπως ορίστηκαν παραπάνω) που εκτιμούν ότι τουλάχιστον 25% της πελατείας τους προέρχεται από ξένες χώρες.

3. Γιατί διαφέρουν τα στοιχεία του GEM από τα επίσημα δημογραφικά στοιχεία (μητρώα) των επιχειρήσεων;

Τα στοιχεία τα οποία συγκεντρώνει το GEM διαφοροποιούνται από τα επίσημα στατιστικά - δημογραφικά των νέων επιχειρήσεων (μητρώα). Το GEM είναι κατά βάση μια κοινωνική έρευνα που εστιάζει στα άτομα, σε αυτούς δηλαδή που οργανώνουν, ξεκινούν και διατηρούν τις επιχειρήσεις σε μια οικονομία. Οι σημαντικότερες διαφορές των στοιχείων του GEM από τα συνήθη δημογραφικά (μητρώα) των νέων επιχειρήσεων είναι οι ακόλουθες:

1^ο Το μεθοδολογικό εργαλείο είναι κοινό και εναρμονισμένο για όλες τις χώρες που συμμετέχουν στο GEM, επιτρέποντας αξιόπιστες συγκρίσεις μεταξύ των χωρών, όπως άλλωστε επιβεβαιώνεται από τη συνεκτικότητα των ετήσιων αποτελεσμάτων. Αντιθέτως, εναρμονισμένα δημογραφικά στοιχεία επιχειρήσεων και μητρώα δεν υπάρχουν, καθώς δεν έχουν ευδοκιμήσει οι σχετικές πρωτοβουλίες από EUROSTAT, ΟΟΣΑ, Παγκόσμια Τράπεζα κτλ.

2^ο Το ερευνητικό πλαίσιο του GEM αποτελεί μια δειγματοληπτική προσέγγιση, υπονοεί στατιστικές αβεβαιότητες στα συνολικά αποτελέσματα ανά χώρα γι' αυτό και χρησιμοποιεί διαστήματα εμπιστοσύνης στους βασικούς δείκτες. Εξάλλου, είναι σαφές ότι υπάρχουν διαφορές στον τρόπο εγγραφής και καταγραφής των επιχειρήσεων σε διάφορες χώρες, καθώς μερικές επιχειρήσεις ή αυτοαπασχολούμενοι επιχειρηματίες δεν καταχωρούνται, ενώ άλλες επιχειρήσεις μπορούν να υπάρχουν για φορολογικούς και μόνο λόγους, χωρίς πραγματική επιχειρηματική δραστηριότητα.

3^ο Το GEM προσεγγίζει ανθρώπους που βρίσκονται στη διαδικασία έναρξης μιας επιχείρησης, καθιερωμένους επιχειρηματίες, αλλά και αυτοαπασχολούμενους που ενδεχομένως να μη χρειάζεται να καταχωρηθούν σε κάποια βάση (business registries). Το GEM δίνει έμφαση άλλωστε σε στάσεις και αντιλήψεις απέναντι στην επιχειρηματικότητα, αλλά και στην πρόθεση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση, εστιάζοντας στα αρχικά στάδια έναρξης μιας επιχείρησης. Πρόκειται επομένως για μια διαδικασία και μια χρονική περίοδο επώασης που έχει εξαιρετικό ενδιαφέρον για τους φορείς χάραξης πολιτικής.

4^ο Το GEM δεν προσφέρεται για την αποτύπωση του αριθμού των επιχειρήσεων που υπάρχουν σε μια χώρα ή στα επίσημα ποσοστά έναρξης επιχειρήσεων από τα σχετικά μητρώα, ούτε μπορεί να χρησιμοποιηθεί π.χ. για την κλαδική διάρθρωση των επιχειρήσεων σε μια χώρα. Προσφέρει περισσότερο στη μέτρηση του επιχειρηματικού

πνεύματος και της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε διαφορετικές φάσεις ύπαρξης μιας επιχείρησης. Προσφέρει, επίσης, πληροφορίες για άλλα επιχειρηματικά χαρακτηριστικά, που δεν είναι γενικά διαθέσιμα στα σχετικά μητρώα, όπως τα κίνητρα των αυτοαπασχολούμενων, ο βαθμός καινοτομίας, οι προοπτικές ανάπτυξης κτλ.

Επομένως, τα δεδομένα του GEM δεν προσπαθούν να υποκαταστήσουν τα επίσημα μητρώα των επιχειρήσεων που υπάρχουν σε μία χώρα, αλλά περισσότερο τα συμπληρώνουν με επιπρόσθετα στοιχεία για το γενικότερο κοινωνικοοικονομικό πλαίσιο εκδήλωσης της επιχειρηματικότητας και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των επιχειρηματιών.

4. Το εμπειρικό μέρος του ερευνητικού προγράμματος GEM

Ένα από τα ισχυρότερα ερευνητικά πλεονεκτήματα του GEM είναι ο όγκος των στοιχείων που έχει πλέον σχηματιστεί από το 1999 και η δημιουργία εναρμονισμένων μεταβλητών μέτρησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε ένα ευρύ σύνολο χωρών. Με βάση και το εννοιολογικό μοντέλο που παρουσιάστηκε νωρίτερα, τα μεθοδολογικά εργαλεία του GEM βασίζονται στις εξής πηγές δεδομένων:

- Έρευνα πεδίου (τηλεφωνικές συνεντεύξεις) σε τυχαία αντιπροσωπευτικά δείγματα ενηλίκων ηλικίας 18 έως 64 ετών, σε μεγέθη που κυμαίνονται φέτος από 1.500 έως και 30.000 άτομα.
- Προσωπικές συνεντεύξεις και συμπλήρωση ερωτηματολογίου από άτομα που ειδικεύονται σε ζητήματα που σχετίζονται με διάφορες πλευρές του φαινομένου της επιχειρηματικότητας (ειδικοί ή εμπειρογνώμονες επιχειρηματικότητας). Αναλόγως με τη χώρα, πραγματοποιούνται έως και 50 αντίστοιχες συνεντεύξεις.
- Τυποποιημένα εθνικά στοιχεία μακροοικονομικών κυρίως δεικτών για την αντίστοιχη οικονομία που λαμβάνονται από αξιόπιστες διεθνείς πηγές (π.χ. Παγκόσμια Τράπεζα, Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, ΟΗΕ, κτλ).

Με βάση τον όγκο αυτού του υλικού, οι συντονιστές του προγράμματος διαμορφώνουν την ετήσια παγκόσμια έκθεση (Global Report) που περιγράφει την εξέλιξη της επιχειρηματικότητας σε παγκόσμιο επίπεδο και παρουσιάζει τις εθνικές συγκρίσεις σε σχέση με διάφορες διαστάσεις του ζητήματος. Η ετήσια έκθεση διανέμεται διεθνώς σε κυβερνητικές υπηρεσίες, οργανισμούς και επιχειρήσεις που

ενδιαφέρονται ειδικά για το ζήτημα της επιχειρηματικότητας και είναι προσβάσιμη στο δικτυακό τόπο www.gemconsortium.org. Επιπροσθέτως, μέλη της συντονιστικής ομάδας συντάσσουν θεματικές εκθέσεις, όπου αναλύονται κάθε χρόνο ειδικά θέματα που άπτονται επιμέρους διαστάσεων της επιχειρηματικότητας.

5. Ο ρόλος του IOBE στο GEM

Το IOBE αποτελεί τον εθνικό ερευνητικό συνεργάτη του GEM και συμμετείχε την περίοδο 2008-2009 για έκτη συνεχόμενη φορά στο έργο, μέσω του Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα που θεσμοθέτησε το 2007. Τα στοιχεία της έρευνας για την επόμενη περίοδο (2009-2010) βρίσκονται στη φάση της επεξεργασίας, με το εμπειρικό τμήμα του έργου να έχει ολοκληρωθεί επιτυχώς.

Η ερευνητική ομάδα του Παρατηρητηρίου είναι υπεύθυνη για την άρτια διεξαγωγή των σχετικών ερευνών και την προκαταρκτική επεξεργασία των δεδομένων, πριν την αποστολή τους στους συντονιστές. Μετά την εναρμόνιση όλων των διεθνών δεδομένων, αναλύει πλευρές της επιχειρηματικότητας με ιδιαίτερο ελληνικό ενδιαφέρον, ενώ συντάσσει και την Εθνική Έκθεση για την επιχειρηματικότητα στη χώρα που αποσκοπεί στο να αναδείξει εθνικές ιδιαιτερότητες και πιθανές διαφοροποιήσεις. Στόχος είναι πάντα η παραγωγή προτάσεων δημόσιας πολιτικής για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, λαμβάνοντας υπ' όψη τα ιδιαίτερα εθνικά χαρακτηριστικά.

Το IOBE, στο πλαίσιο της συμμετοχής του στο GEM, διεξάγει δύο έρευνες πεδίου: μία έρευνα πεδίου στον ελληνικό πληθυσμό σε αντιπροσωπευτικό δείγμα 2.000 ατόμων και μία έρευνα πεδίου σε 36 εμπειρογνώμονες, οι οποίοι έχουν επιλεγεί ως «ειδικοί» σε διάφορες διαστάσεις της επιχειρηματικότητας²⁹.

Για περισσότερα στοιχεία και πληροφορίες για το Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας του IOBE, επισκεφτείτε το σχετικό σύνδεσμο (link) στον ιστοτόπο του IOBE: <http://www.iobe.gr>.

²⁹ Η έρευνα πληθυσμού εκπονείται από την εταιρεία Datarower με τη βοήθεια του συστήματος τηλεφωνικών συνεντεύξεων CATI. Το δείγμα επιλέχθηκε με την τεχνική της πολυσταδιακής στρωματοποιημένης δειγματοληψίας, με βάση τα δημογραφικά χαρακτηριστικά κάθε γεωγραφικού διαμερίσματος, αστικότητα της περιοχής, φύλο και ηλικία.