



ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ
FOUNDATION FOR ECONOMIC & INDUSTRIAL RESEARCH

Τσάμη Καρατάσου 11, 117 42 Αθήνα, Τηλ.: 210 92 11 200-10, Fax: 210 92 33 977, www.iobe.gr
11 Tsami Karatassou, 117 42 Athens, Greece, Tel.: +30 210-9211 200-10, Fax: +30210-9233 977

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 2013-14:

Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΗΣ ΝΕΑΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Σταύρος Ιωαννίδης

Ιωάννης Γιωτόπουλος



Μάρτιος 2015



Global Entrepreneurship Monitor



Το **Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών** είναι ιδιωτικός, μη κερδοσκοπικός, κοινωνοφελής 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 © 2015 Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών - IOBE

ISSN 1790-1731

ISBN 978-960-7536-58-7

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

Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE)

Τσάμη Καρατάση 11, 117 42 Αθήνα, Τηλ. (+30210 9211200-10), Fax:(+30210 9233977)

<http://www.iobe.gr>

Χορηγός Έκδοσης



ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ IOBE

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

Εθνική ερευνητική ομάδα GEM

Σταύρος Ιωαννίδης, Καθηγητής, Πάντειο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Πολιτικής Επιστήμης και Ιστορίας –
Υπεύθυνος Έρευνας Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας IOBE

Άγγελος Τσακανίκας, Επίκουρος Καθηγητής, ΕΜΠ, Τμήμα Χημικών Μηχανικών

Ιωάννης Γιωτόπουλος, Επίκουρος Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου, Τμήμα Οικονομικών
Επιστημών

Χαράλαμπος Κουραντζόγλου, Ασκούμενος Ερευνητής IOBE

Οι απόψεις που εκφράζονται αποτελούν τη συνισταμένη των διαφόρων αντιλήψεων και απόψεων των συγγραφέων, ενώ δεν ανταποκρίνονται κατ' ανάγκη προς αυτές των οργανισμών που υποστηρίζουν, χρηματοδοτούν ή συνεργάζονται με το ίδρυμα.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Το IOBE συμμετέχει για 11^η χρονιά στο διεθνές ερευνητικό πρόγραμμα Global Entrepreneurship Monitor (GEM) και δημοσιεύει την Ετήσια Έκθεση για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα αναλύοντας εμπειρικά δεδομένα του 2013. Το GEM αποτελεί μία κοινοπραξία σε διεθνές επίπεδο από ερευνητικά ινστιτούτα και πανεπιστήμια στο πλαίσιο της οποίας συλλέγονται στοιχεία από διεξαγωγή ερευνών πεδίου σε ένα μεγάλο πλήθος χωρών. Το GEM δημοσιεύει παγκόσμιες, αλλά και ειδικές θεματικές εκθέσεις που αναλύουν διάφορες πτυχές και διαστάσεις της επιχειρηματικότητας, συνεισφέροντας έτσι στην παγκόσμια συζήτηση για την υποστήριξη και την προώθηση της επιχειρηματικότητας. Το IOBE, είναι ο αποκλειστικός ελληνικός εταίρος στη διεθνή ερευνητική κοινοπραξία του GEM, και έχει την ευθύνη για την επιστημονική διεξαγωγή των αναγκαίων ερευνών στον ελληνικό πληθυσμό, τη συλλογή και την επεξεργασία των στοιχείων σύμφωνα με την κοινή εναρμονισμένη μεθοδολογία και την ένταξη των εμπειρικών ευρημάτων στο διεθνές αναλυτικό πλαίσιο του GEM, έτσι ώστε να είναι εφικτή με ορθό τρόπο η σύγκριση των στοιχείων τόσο σε διεθνές επίπεδο όσο και σε διαχρονική βάση.

Το ερευνητικό πρόγραμμα του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας (GEM) ξεκίνησε για πρώτη φορά το 1999 και από τότε διεξάγει ετησίως την έρευνα επιχειρηματικότητας σε διεθνές επίπεδο, φθάνοντας έτσι το 2013 να μετράει 15 συνεχή έτη ερευνητικής δραστηριότητας. Αναφορικά με την Ελλάδα το πρώτο έτος ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM ήταν το 2003 και εξακολουθεί να συμμετέχει μέχρι σήμερα συστηματικά σε ετήσια βάση, μετρώντας δηλαδή το 2013 έντεκα συμμετοχές. Αυτό σημαίνει πως έχει δημιουργηθεί πλέον μια σημαντική χρονοσειρά δεδομένων που επιτρέπει να διερευνηθεί ο τρόπος με τον οποίο εξελίσσονται διάφορες πτυχές της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε ένα δυναμικό πλαίσιο ανάλυσης. Ως εκ τούτου, δίνεται η δυνατότητα να υλοποιηθούν συγκριτικές αναλύσεις των δεικτών επιχειρηματικότητας προ και μετά την έναρξη της οικονομικής κρίσης και να διερευνηθεί ο τρόπος με τον οποίο η κρίση επηρέασε διαρθρωτικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών.

Το ΙΟΒΕ ευχαριστεί όλους αυτούς που συνέβαλαν στην επιτυχία του έργου και κυρίως τους ειδικούς εμπειρογνώμονες, οι οποίοι ο καθένας στον τομέα του βοήθησαν στην ερμηνεία διαφόρων διαστάσεων της επιχειρηματικότητας και κυρίως στον εντοπισμό των βασικών υστερήσεων της Ελλάδας σε θέματα επιχειρηματικότητας. Τέλος, ευχαριστούμε τον βασικό χορηγό του έργου, την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, που χρηματοδότησε και τη φετινή ερευνητική προσπάθεια.

Επιτελική Σύνοψη	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών στην Ελλάδα το 2013	5
Γενική Εισαγωγή.....	5
1.1 Βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας.....	7
<i>1.1.1 Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων.....</i>	<i>7</i>
<i>1.1.2 Καθιερωμένη και συνολική επιχειρηματικότητα</i>	<i>11</i>
<i>1.1.3 Διακοπή λειτουργίας επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στην Ελλάδα.....</i>	<i>14</i>
<i>1.1.4 Επιχειρηματικά κίνητρα: επιχειρηματικότητα ανάγκης και επιχειρηματικότητα ευκαιρίας</i>	<i>17</i>
<i>1.1.5 Χρηματοδότηση επιχειρηματικών εγχειρημάτων: ο ρόλος των άτυπων επενδυτών</i>	<i>22</i>
<i>1.1.6 Η κλαδική διάσταση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων.....</i>	<i>26</i>
1.2 Επιχειρηματικές προδιαθέσεις και αντιλήψεις	31
<i>1.2.1 Εισαγωγή</i>	<i>31</i>
<i>1.2.2 Επιχειρηματικές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο</i>	<i>34</i>
<i>1.2.3 Η επιχειρηματικότητα ως καλή επιλογή σταδιοδρομίας</i>	<i>36</i>
<i>1.2.4 Κοινωνική καταξίωση και σεβασμός στους επιτυχημένους επιχειρηματίες</i>	<i>38</i>
<i>1.2.5 Προβολή επιχειρηματικότητας από τα μέσα ενημέρωσης</i>	<i>39</i>
<i>1.2.6 Γνώσεις, ικανότητες και εμπειρία για την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας.....</i>	<i>40</i>
<i>1.2.7 Φόβος αποτυχίας για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας</i>	<i>41</i>
1.3 Δημογραφικά χαρακτηριστικά επιχειρηματιών	43
<i>1.3.1 Εισαγωγή</i>	<i>43</i>
<i>1.3.2 Φύλο και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων</i>	<i>44</i>
<i>1.3.3 Επίπεδο εκπαίδευσης και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων</i>	<i>46</i>
1.4 Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων.....	49
<i>1.4.1 Εισαγωγή</i>	<i>49</i>
<i>1.4.2 Καινοτομικότητα και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων</i>	<i>51</i>
<i>1.4.3 Τεχνολογική αναβάθμιση και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων</i>	<i>57</i>
<i>1.4.4 Προοπτικές ανάπτυξης και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων</i>	<i>60</i>

1.4.5 Ένταση ανταγωνισμού και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων	65
1.4.6 Εξωστρέφεια και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων	67
1.5 Επιχειρηματικό περιβάλλον βάσει έρευνας εθνικών εμπειρογνομόνων	75
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η νεανική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα	79
Γενική Εισαγωγή.....	79
2.1 Η νεανική επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων	82
2.2 Νεανική επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας	87
2.3 Η κλαδική διάσταση της νεανικής επιχειρηματικότητας.....	94
2.4 Επίπεδο τεχνολογίας και εκπαίδευση	100
2.5 Γνώσεις, ικανότητες και φόβος αποτυχίας	105
2.6 Συμπέρασμα: τρεις ευκαιρίες και ένα πρόβλημα.....	110
Βιβλιογραφία	113
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	115
1. Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (GEM).....	116
2. Το εννοιολογικό μοντέλο του GEM	118
3. Βασικοί ορισμοί και δείκτες επιχειρηματικότητας: μεθοδολογικό πλαίσιο του GEM	122
4. Γιατί διαφέρουν τα στοιχεία του GEM από τα επίσημα δημογραφικά στοιχεία (μητρώα) των επιχειρήσεων;	127
5. Το εμπειρικό μέρος του ερευνητικού προγράμματος GEM	129
6. Ο ρόλος του IOBE στο GEM	130
7. Οι διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος	131

ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ

Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στην Ελλάδα σημειώνει σημαντικές διακυμάνσεις την περίοδο της κρίσης. Το ποσοστό των ατόμων στον πληθυσμό ηλικίας 18-64 ετών που βρίσκεται σε αρχικό στάδιο επιχειρηματικής δραστηριοποίησης σημείωσε πτώση το 2013 φθάνοντας το 5,2%, έναντι 6,4% στο αμέσως προηγούμενο έτος ως αποτέλεσμα της βαθιάς και παρατεταμένης οικονομικής ύφεσης από την οποία διέρχεται η ελληνική οικονομία. Στον αντίποδα, είναι αξιοσημείωτο πως τα πρώτα αποτελέσματα από την ανάλυση των στοιχείων για το 2014 καταγράφουν μια σημαντική βελτίωση του δείκτη καθώς κινείται περίπου στο 7,8%, γεγονός που ενδεχομένως να αποτελεί σημαντική ένδειξη για την ανάκαμψη της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στην Ελλάδα.

Το ποσοστό του φόβου αποτυχίας είναι το υψηλότερο μεταξύ των χωρών καινοτομίας (δηλαδή των περισσότερο ανεπτυγμένων χωρών που συμμετέχουν στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM). Ωστόσο, ο αριθμός των ατόμων που εντοπίζουν και αναγνωρίζουν την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών στην Ελλάδα συνεχώς αυξάνεται. Η συνεκτίμηση δύο ισχυρών αντικρουόμενων δυνάμεων που αναδύονται στην ελληνική επιχειρηματικότητα την περίοδο της κρίσης, του υψηλού φόβου επιχειρηματικής αποτυχίας και του εντοπισμού επιχειρηματικών ευκαιριών πιθανότατα να εξηγούν τις έντονες διακυμάνσεις που παρουσιάζει ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών-σταδίων. Ταυτόχρονα ο αριθμός των Ελλήνων που πιστεύουν πως διαθέτουν τις ικανότητες και τις δεξιότητες προκειμένου να ξεκινήσουν ένα επιχειρηματικό εγχείρημα διατηρείται σε υψηλά επίπεδα.

Είναι αξιοσημείωτο πως η Ελλάδα καταγράφει την υψηλότερη επίδοση στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα με ποσοστό 12,6% εκ των 26 χωρών καινοτομίας. Το εντυπωσιακό αυτό αποτέλεσμα ωστόσο δεν είναι πρωτόγνωρο, καθώς η Ελλάδα εμφανίζεται να διατηρεί την πρώτη θέση στον δείκτη καθιερωμένης επιχειρηματικότητας ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας τα τελευταία έτη. Έτσι μπορεί να υποστηριχθεί πως οι πολύ μικρές επιχειρήσεις οικογενειακής κυρίως ιδιοκτησίας συνεχίζουν να κυριαρχούν στην δομή της ελληνικής επιχειρηματικότητας

υποστηριζόμενες σε όρους χρηματοδότησης κυρίως από άτυπους επενδυτές (συγγενείς και φίλους). Η σύνθεση του δείκτη συνολικής επιχειρηματικότητας όπου κυριαρχεί η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα σε βάρος της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων αποτυπώνει τη χαμηλή δυναμική της ελληνικής επιχειρηματικότητας.

Το ποσοστό του πληθυσμού που δηλώνει πως έχει διακόψει ή αναστείλει μια επιχειρηματική δραστηριότητα το 2013 ανέρχεται στο 4,8%. Το αντίστοιχο ποσοστό του πληθυσμού διαμορφώθηκε ελαφρώς υψηλότερα, έναντι της αμέσως προηγούμενης περιόδου όπου κυμαινόταν στο 4,6%. Είναι αξιοσημείωτο πως η Ελλάδα καταλαμβάνει την πρώτη θέση μεταξύ των χωρών καινοτομίας ως προς το ποσοστό διακοπής-αναστολής επιχειρηματικής δραστηριότητας το 2013. Ως βασικότερος παράγοντας διακοπής ή αναστολής λειτουργίας μιας επιχείρησης εμφανίζεται η έλλειψη κερδοφορίας με ποσοστό 51%.

Οι δείκτες επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας το 2013 στην Ελλάδα διαμορφώθηκαν περίπου στο 23% και στο 35% αντίστοιχα. Δηλαδή η ελληνική επιχειρηματικότητα που κινητοποιείται από τον εντοπισμό ευκαιριών κινείται σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα από τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (53%), ενώ το ποσοστό επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στην Ελλάδα λόγω ανάγκης είναι εμφανώς υψηλότερο (7 περίπου ποσοστιαίες μονάδες) συγκριτικά με τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας. Με άλλα λόγια, η συνεχιζόμενη ύφεση οδηγεί συγκριτικά με άλλες χώρες περισσότερους Έλληνες στον επιχειρηματικό στίβο από ανάγκη, παρά για λόγους εκμετάλλευσης πραγματικών επιχειρηματικών ευκαιριών.

Ο αντιπροσωπευτικός επιχειρηματίας στην Ελλάδα που βρίσκεται σε αρχικό στάδιο δραστηριοποίησης τείνει να έχει το εξής προφίλ: είναι ανδρικού φύλου, ηλικίας 25-44 ετών, έχει ολοκληρώσει την τριτοβάθμια εκπαίδευση και δραστηριοποιείται στην παροχή υπηρεσιών προς τους καταναλωτές.

Για το 2013 το ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που δηλώνει πως πολλοί από τους πελάτες τους θεωρούν το προϊόν/υπηρεσία της επιχείρησης νέο και πρωτοποριακό ανέρχεται στο 17,3%, επίδοση που αποτελεί την υψηλότερη τιμή στα χρόνια της κρίσης. Παρά την αύξηση του δείκτη κατά 3 περίπου ποσοστιαίες

μονάδες σε σχέση με το 2012, ο βαθμός καινοτομικότητας των επιχειρηματικών προσπαθειών κινείται ακόμα σε χαμηλά επίπεδα.

Ωστόσο, είναι αξιοσημείωτο πως η Ελλάδα για το 2013 καταλαμβάνει τη δεύτερη θέση μεταξύ των χωρών καινοτομίας ως προς το ποσοστό των επιχειρηματιών που δηλώνουν ότι θα χρησιμοποιήσουν εντελώς νέες τεχνολογίες και αντίστοιχα το ποσοστό των Ελλήνων που προτίθενται να χρησιμοποιήσουν παλαιές τεχνολογίες είναι το χαμηλότερο ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Πρόκειται προφανώς για ένα αισιόδοξο εύρημα, καθώς υποδηλώνει ότι το τεχνολογικό επίπεδο των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων φαίνεται να αναβαθμίζεται προκειμένου να αυξηθεί η πιθανότητα επιβίωσης αυτών σε μια περίοδο που η ελληνική οικονομία διέρχεται από μια βαθιά και παρατεταμένη κρίση.

Παρά τα θετικά σημεία που καταγράφονται ως προς τις τεχνολογικές δυναμικές ικανότητες, η νέα επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα έχει κυρίως εσωστρεφή χαρακτήρα και εξακολουθεί να αναπαράγει τη βασική δομή της ελληνικής οικονομίας: μια οικονομία που βασίζεται στην ύπαρξη και λειτουργία πολύ μικρών επιχειρήσεων οι περισσότερες εκ των οποίων δεν αναπτύσσονται και ως εκ τούτου δεν δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας.

Αναφορικά με την ηλικιακή κατανομή της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, όπως και στις άλλες χώρες καινοτομίας, δεν φαίνεται να υπάρχει ποσοτικά σημαντική διαφορά στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση νεότερων και μεγαλύτερων ηλικιών στη χώρα μας. Ωστόσο, υπάρχουν τρεις ποιοτικοί δείκτες όπου οι νεότεροι ηλικιακά επιχειρηματίες εμφανίζουν υψηλές επιδόσεις και, άρα, σημάδια υψηλότερου δυναμισμού σε σχέση με τους μεγαλύτερους.

Πρώτον, από την ανάλυση των στοιχείων του GEM αποκαλύφθηκε η ικανότητα που εμφανίζουν οι νέοι στη χώρα μας να αντιλαμβάνονται επιχειρηματικές ευκαιρίες. Με τη σειρά της, η οξύτερη αντίληψη ευκαιριών που επιδεικνύουν οι νέοι, τους οδηγεί σε υψηλότερες επιδόσεις ως προς την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας σε σύγκριση με τους μεγαλύτερους. Παρ' όλη λοιπόν τη μεγάλη ανεργία των νέων, δεν είναι η ανάγκη που αποτελεί το ισχυρότερο κίνητρο για την επιχειρηματική τους δραστηριοποίηση, αλλά η ευκαιρία. Η αναπτυξιακή δυναμική των εγχειρημάτων

που ξεκινούν από νεότερους επιχειρηματίες μπορεί λοιπόν βάσιμα να αναμένεται ότι θα είναι υψηλή.

Δεύτερον, φαίνεται να αναδεικνύεται ένας ισχυρότερος δυναμισμός των εγχειρημάτων που ξεκινούν από νεότερους επιχειρηματίες στην Ελλάδα ως προς τον κλαδικό τους προσανατολισμό. Οι νεότεροι επιχειρηματίες καταγράφουν υψηλότερες επιδόσεις από τους μεγαλύτερους σε νέα εγχειρήματα που θα προσφέρουν αγαθά και υπηρεσίες προς επιχειρήσεις, που τοποθετούνται δηλαδή υψηλότερα στην αλυσίδα αξίας της οικονομίας.

Τέλος, ένα τρίτο θετικό σημείο που αναδείχθηκε από τα ευρήματα που προέκυψαν από την ανάλυση της νεανικής επιχειρηματικότητας είναι το επίπεδο εκπαίδευσης των νεότερων επιχειρηματιών. Τα δεδομένα που εξετάστηκαν αποκαλύπτουν ότι τα τελευταία χρόνια το ποσοστό των επιχειρηματιών νεότερων ηλικιών με τριτοβάθμιες σπουδές και μεταπτυχιακά αυξάνει. Το θετικό στοιχείο εδώ σχετίζεται λοιπόν με τη συνεχή άνοδο της ποιότητας της δεξαμενής από την οποία προέρχεται ένα διαρκώς αυξανόμενο ποσοστό νέων επιχειρηματιών.

Ωστόσο, στο πλαίσιο ανάλυσης της νεανικής επιχειρηματικότητας εντοπίστηκε ένα σημαντικό πρόβλημα και αφορά την ένταση του φόβου της αποτυχίας. Ο φόβος της αποτυχίας αποκαλύπτεται λοιπόν ότι είναι ισχυρότατος και στην ηλικιακή ομάδα στην οποία η αποτυχία δεν μπορεί παρά να συνδέεται με χαμηλότερο κόστος ευκαιρίας, ενώ, ταυτόχρονα, είναι η ηλικιακή ομάδα από την οποία η κοινωνία αναμένει μεγαλύτερη διάθεση καινοτομίας και πειραματισμού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟ 2013

ΓΕΝΙΚΗ ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το 2013 ήταν το 15^ο έτος διεξαγωγής του ερευνητικού προγράμματος του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας (Global Entrepreneurship Monitor: GEM) καθώς ξεκίνησε το 1999, ενώ η πρώτη ελληνική συμμετοχή από το ΙΟΒΕ πραγματοποιήθηκε το 2003. Το 1999 έλαβαν μέρος στην ετήσια έρευνα του GEM 10 χώρες, ενώ το 2013 συμμετείχαν 70 χώρες, γεγονός που αποτυπώνει την ανάπτυξη του ερευνητικού προγράμματος και τη συμβολή που έχουν τα αποτελέσματα της έρευνας στη συζήτηση για την προώθηση της επιχειρηματικότητας παγκοσμίως. Ως εκ τούτου, το GEM έχει φθάσει σε επίπεδο να διερευνά το φαινόμενο της επιχειρηματικότητας σε γεωγραφικές οικονομικές ζώνες του πλανήτη που καλύπτουν το 90% του παγκόσμιου ΑΕΠ και το 75% του παγκόσμιου πληθυσμού.

Βασικός στόχος της έκθεσης είναι να διερευνηθεί η εξέλιξη των χαρακτηριστικών των επιχειρηματιών αναλύοντας διάφορες ποιοτικές πτυχές --όπως τη δυναμική ανάπτυξης, την εξωστρέφεια, τον βαθμό καινοτομίας, τη τεχνολογική αναβάθμιση--, δημογραφικά στοιχεία των επιχειρηματιών (π.χ. φύλο, επίπεδο εκπαίδευσης), κίνητρα επιχειρηματικής δραστηριοποίησης, και στάσεις και αντιλήψεις των ατόμων απέναντι στην επιχειρηματικότητα. Επίσης, ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη δυναμική και το προφίλ της νεανικής επιχειρηματικότητας. Τέλος, για πρώτη φορά στη φετινή έκθεση εκτός από περιγραφικές αναλύσεις των στοιχείων, πραγματοποιούνται και οικονομετρικές αναλύσεις με στόχο να προσδιοριστούν οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα υψηλής ποιότητας και δυναμικής σε όρους καινοτομικότητας, εξωστρέφειας και αναπτυξιακής προοπτικής.

Η βασική δομή της ετήσιας έκθεσης επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα για το 2013 διακρίνεται σε δύο βασικά μέρη-κεφάλαια με τον ακόλουθο τρόπο: Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύονται οι βασικοί δείκτες της επιχειρηματικότητας δίνοντας

ιδιαίτερη έμφαση στη διαχρονική εξέλιξη των προσωπικών, δημογραφικών και ποιοτικών χαρακτηριστικών των επιχειρηματιών σε μια περίοδο όπου η χώρα διέρχεται από μια βαθιά και παρατεταμένη οικονομική ύφεση, αλλά όπου είναι δυνατό πραγματοποιείται και συγκριτική ανάλυση των επιχειρηματικών δεικτών μεταξύ Ελλάδας και ανεπτυγμένων κυρίως χωρών που εντάσσονται στη κατηγορία των χωρών καινοτομίας με βάση τη ταξινόμηση που έχει πραγματοποιήσει το GEM. Η ανάλυση στο δεύτερο κεφάλαιο της έκθεσης εστιάζεται στη νεανική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, με σκοπό να διερευνηθεί η εξέλιξή της διαχρονικά προ και μετά την έναρξη της πρόσφατης οικονομικής κρίσης. Η υποστήριξη της επιχειρηματικής ενασχόλησης των ατόμων νεαρής ηλικίας αποτελεί έναν από τους βασικούς στόχους της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τη νέα προγραμματική περίοδο στο πλαίσιο της στρατηγικής “Ευρώπη 2020” για την ανάπτυξη και τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης.

1.1 ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

1.1.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Ο πρώτος βασικός δείκτης επιχειρηματικότητας που αναλύεται αφορά την «επιχειρηματικότητα αρχικών-σταδίων» (total early-stage entrepreneurial activity: TEA) που προκύπτει σε εθνικό επίπεδο από το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, το οποίο βρισκόταν στο στάδιο εκκίνησης ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος. Τα άτομα αυτά μπορούν να διακριθούν σε δύο επιμέρους κατηγορίες, τους «επίδοξους» επιχειρηματίες (εκείνους δηλαδή που βρίσκονται στο στάδιο σχεδιασμού για την ανάληψη και υλοποίηση μιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας ή/και μόλις ξεκινούν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα) και τους «νέους» επιχειρηματίες (εκείνους δηλαδή που η επιχειρηματική τους δραστηριοποίηση ξεκίνησε πρόσφατα και δεν έχει υπερβεί σε διάρκεια τους 42 μήνες).¹

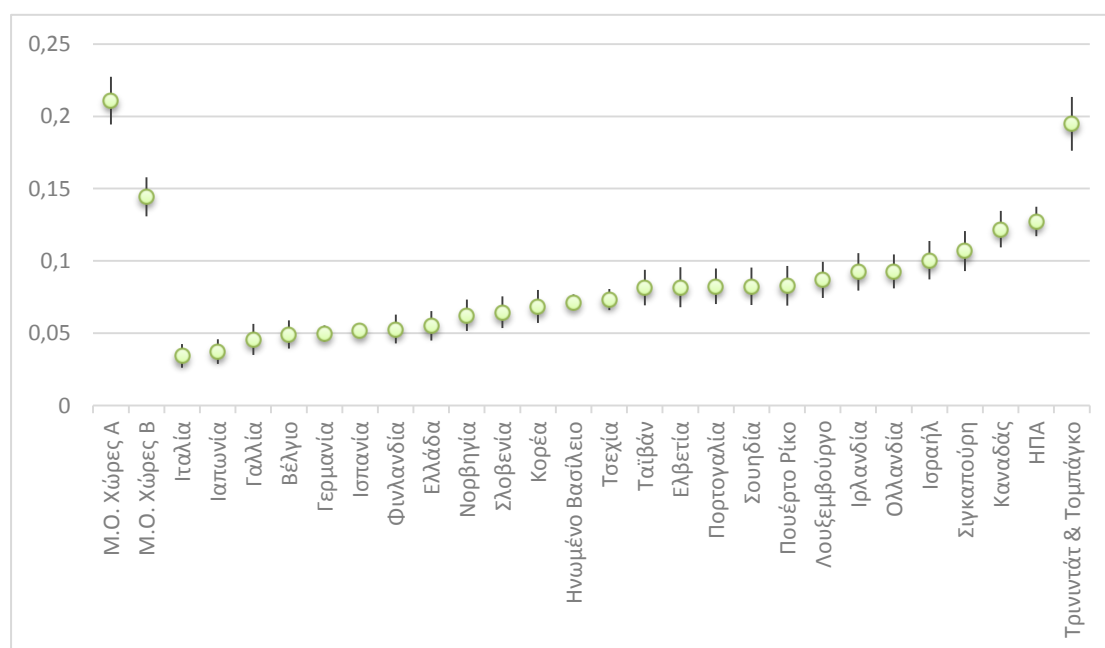
Για τον περιορισμό της ετερογένειας στην συγκριτική ανάλυση μεταξύ των χωρών, από την ίδρυση του GEM μέχρι και σήμερα οι χώρες που λαμβάνουν μέρος στο ερευνητικό πρόγραμμα ταξινομούνται σε τρεις γενικές ομάδες, με κριτήριο τη βασική πηγή του προϊόντος που παράγουν. Σε αυτό το σημείο χρειάζεται να επισημανθεί πως η ταξινόμηση των χωρών του GEM ακολουθεί την ομαδοποίηση του World Economic Forum και η οποία αναλύεται στο Global Competitiveness Report. Ειδικότερα, η πρώτη κατηγορία (Ομάδα Α) περιλαμβάνει χώρες χαμηλού κατά κεφαλήν εισοδήματος, το προϊόν των οποίων προέρχεται κυρίως από την εκμετάλλευση πρωτογενών συντελεστών παραγωγής. Η δεύτερη κατηγορία (Ομάδα Β) εμπεριέχει χώρες μεσαίου εισοδήματος, η ανάπτυξη των οποίων βασίζεται στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας της οικονομίας. Τέλος, η τρίτη (Ομάδα Γ) περιλαμβάνει χώρες υψηλού εισοδήματος, οι οποίες βασίζονται στην ανάπτυξή τους στη συνεχή προώθηση της καινοτομίας προϊόντος και διεργασιών.

¹ Αναλυτικότερα οι συγκεκριμένες κατηγορίες επιχειρηματιών περιγράφονται στο Παράρτημα της έκθεσης.

Το Διάγραμμα 1.1 που ακολουθεί αποτυπώνει τον δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών-σταδίων για όλες τις χώρες που έλαβαν μέρος στην έρευνα του GEM για το έτος 2013. Για λόγους οικονομίας χώρου, αναφέρονται μόνο οι μέσοι όροι που αφορούν τις ομάδες χωρών Α και Β. Οι χώρες της ομάδας Γ παρουσιάζονται αναλυτικά, καθώς σε αυτές ανήκει και η Ελλάδα και ενδιαφέρει να εξεταστεί η σχετική θέση της χώρας μας.

Διάγραμμα 1.1

Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά χώρα (2013)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Οι επιδόσεις των χωρών που συμμετείχαν στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM το 2013 επιβεβαιώνουν το αποτέλεσμα που εμφανίζεται σε όλες τις προηγούμενες ετήσιες έρευνες, ότι δηλαδή οι χώρες που ανήκουν στις ομάδες Α και Β παρουσιάζουν υψηλότερα ποσοστά επιχειρηματικής δραστηριοποίησης έναντι των χωρών που ανήκουν στην ομάδα Γ. Πιθανότερη ερμηνεία για το συγκεκριμένο εύρημα αποτελεί η υψηλή «επιχειρηματικότητα ανάγκης» που καταγράφεται στις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες όπως επιβεβαιώνεται στην συνέχεια της ανάλυσης.

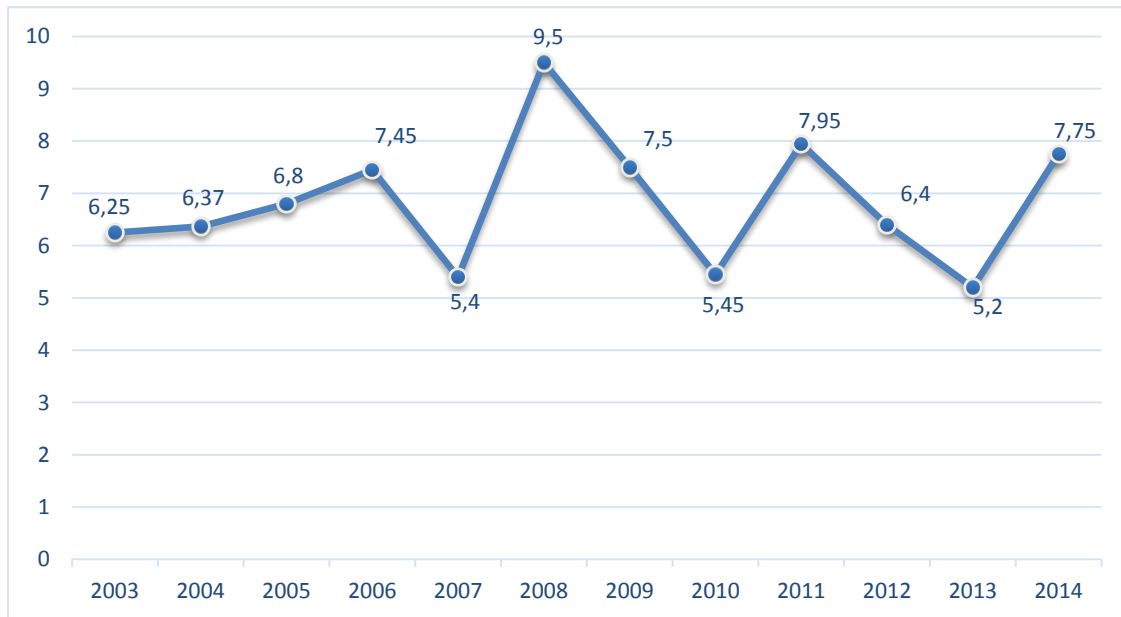
Στην Ελλάδα το ποσοστό πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών που βρισκόταν σε αρχικό στάδιο επιχειρηματικής ενεργοποίησης το 2013 σημείωσε εκ νέου επιδείνωση,

καθώς διαμορφώθηκε στις 5,2 ποσοστιαίες μονάδες, έναντι 6,4 ποσοστιαίων μονάδων το 2012. Το ποσοστό αυτό είναι το χαμηλότερο το οποίο κατέγραψε ο δείκτης στα 11 χρόνια της ελληνικής συμμετοχής στην έρευνα του GEM. Έτσι, η Ελλάδα για το 2013 κατατάσσεται στη 19^η θέση εκ των 26 χωρών που περιλαμβάνονται στις χώρες καινοτομίας (τις χώρες της ομάδας Γ) έναντι της 12^{ης} θέσης ανάμεσα στις 24 χώρες καινοτομίας το 2012. Επομένως, η επιδείνωση του δείκτη φέρνει την Ελλάδα αρκετά κάτω από τη διάμεσο των χωρών καινοτομίας πλησιάζοντας αρκετά τις ουραγούς, όπως επίσης φαίνεται πως η χώρα υπολείπεται για το ίδιο έτος του μέσου όρου των χωρών καινοτομίας (7,8%).

Η πτωτική πορεία του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων φαίνεται πως σχετίζεται στενά με τη δυσμενή οικονομική κατάσταση στην οποία βρίσκεται η χώρα, καθώς η ύφεση αναχαιτίζει την ανάληψη επιχειρηματικών εγχειρημάτων. Στον αντίποδα, είναι αξιοσημείωτο πως τα πρώτα αποτελέσματα από την ανάλυση των στοιχείων για το 2014 καταγράφουν μια σημαντική άνοδο του δείκτη καθώς κινείται περίπου στο 7,8%, γεγονός που ενδεχομένως να συνιστά σημαντική ένδειξη για την ανάκαμψη της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στην Ελλάδα. Στο Διάγραμμα 1.2 παρουσιάζεται η εξέλιξη του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών-σταδίων για όλη την περίοδο της ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM συμπεριλαμβάνοντας και τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία για το 2014.

Διάγραμμα 1.2

Εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως % πληθυσμού



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Συνολικά μπορεί να διαπιστώσει κανείς πως η εξέλιξη του δείκτη τα τελευταία χρόνια φαίνεται να εμφανίζει πολύ πιο απότομες διακυμάνσεις την περίοδο μετά την έναρξη της οικονομικής κρίσης σε σύγκριση με την περίοδο πριν τη κρίση. Όπως έχει παρατηρηθεί επανειλημμένα στις πρόσφατες εκθέσεις του IOBE, φαίνεται ότι οι Έλληνες αντέδρασαν στη κρίση κάνοντας αυτό που ξέρουν να κάνουν καλύτερα: ιδρύοντας μικρές επιχειρήσεις. Ωστόσο, στη φάση της κρίσης μεγάλο ποσοστό αυτών των επιχειρήσεων αποδεικνύονται θνησιγενείς, κάτι που ίσως εξηγεί τη μεγάλη διακύμανση του σχετικού ποσοστού. Επίσης, η συνεκτίμηση δύο ισχυρών αντικρουόμενων δυνάμεων που αναδύονται στην ελληνική επιχειρηματικότητα την περίοδο της κρίσης, του υψηλού φόβου επιχειρηματικής αποτυχίας και του εντοπισμού επιχειρηματικών ευκαιριών - όπως διαπιστώνεται και στη συνέχεια της ανάλυσης στο παρόν κεφάλαιο --πιθανότατα να εξηγούν τις έντονες διακυμάνσεις που παρουσιάζει ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών-σταδίων.

1.1.2 ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΗ ΚΑΙ ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η έρευνα του GEM υπολογίζει επίσης και άλλους δείκτες επιχειρηματικότητας όπως είναι η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα που δίνει εικόνα για επόμενη φάση από το αρχικό στάδιο της επιχειρηματικής δραστηριότητας, και η συνολική επιχειρηματικότητα η οποία αποτελεί σύνθετο δείκτη της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων και της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας. Τα αποτελέσματα από την ανάλυση για κάθε χώρα --δηλαδή των χωρών καινοτομίας αναλυτικά και των μέσων όρων των δύο άλλων ομάδων χωρών-- για το έτος 2013 παρουσιάζονται στον Πίνακα 1.1.

Είναι αξιοσημείωτο πως η Ελλάδα καταγράφει την υψηλότερη επίδοση στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα (δηλαδή του ποσοστού των ατόμων στον πληθυσμό ηλικίας 18-64 που δηλώνει πως ξεκίνησε μια επιχειρηματική δραστηριότητα εδώ και τουλάχιστον 42 μήνες) με ποσοστό 12,6% εκ των 26 χωρών καινοτομίας. Το εντυπωσιακό αυτό αποτέλεσμα ωστόσο δεν είναι πρωτόγνωρο, καθώς η Ελλάδα εμφανίζεται να διατηρεί την πρώτη θέση στο δείκτη καθιερωμένης επιχειρηματικότητας ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας τα τελευταία έτη.

Το ενδιαφέρον αυτό εύρημα ενδεχομένως να υποδηλώνει πως παρά το γεγονός πως το 2013 ήταν το πέμπτο διαδοχικό έτος ύφεσης στην Ελλάδα, φαίνεται πως τα ποσοστά των καθιερωμένων επιχειρηματιών διατηρούνται υψηλά. Έτσι φαίνεται πως οι πολύ μικρές επιχειρήσεις οικογενειακής κυρίως ιδιοκτησίας συνεχίζουν να κυριαρχούν στην δομή της ελληνικής επιχειρηματικότητας.

Η Ελλάδα εμφανίζει την τέταρτη υψηλότερη επίδοση μαζί με την Ελβετία ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας στη συνολική επιχειρηματικότητα κάτω από τις ΗΠΑ, τον Καναδά και το Τρινιντάτ και Τομπάγκο. Ενώ σε αυτές τις χώρες η υψηλή συνολική επιχειρηματικότητα προέρχεται πρωτίστως από την υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, στην Ελλάδα η υψηλή συνολική επιχειρηματικότητα προκύπτει από την υψηλή επίδοση στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα. Αυτό αποτελεί ισχυρή ένδειξη πως στην περίπτωση των Η.Π.Α. και του Καναδά η υψηλή συνολική επιχειρηματικότητα αντανακλά τη δυναμική των οικονομιών λόγω των νεοτερισμών, ιδεών, γνώσης και καινοτομίας που μπορούν να φέρουν οι νέες

επιχειρήσεις στο πλαίσιο της «δημιουργικής καταστροφής» για την επιτυχή διείσδυση στην αγορά και την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Στον αντίποδα, στην περίπτωση της Ελλάδας η σύνθεση του δείκτη συνολικής επιχειρηματικότητας φαίνεται πως αποτυπώνει μια σχετική αγκύλωση σε παλαιότερες δομές με την παραγωγική ανασυγκρότηση της χώρας να μην είναι εμφανής στο σημείο καμπής που βρίσκεται η ελληνική οικονομία καθώς διέρχεται μια βαθιά και παρατεταμένη κρίση.

Πίνακας 1.1

Συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανά χώρα
(% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, 2013)

Χώρες	Επίδοξοι επιχειρηματίες	Νέοι επιχειρηματίες	Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα
Μ.Ο. Χώρες Α	9,4	12,0	21,1	13,3	34,4
Μ.Ο. Χώρες Β	8,4	6,4	14,4	8,0	22,4
Βέλγιο	3,1	1,9	4,9	5,9	10,9
Καναδάς	7,8	4,7	12,2	8,4	20,6
Τσεχία	4,9	2,7	7,3	5,3	12,6
Φινλανδία	2,7	2,7	5,3	6,6	11,9
Γαλλία	2,7	1,8	4,6	4,1	8,7
Γερμανία	3,1	2,0	5,0	5,1	10,1
Ελλάδα	3,3	2,3	5,5	12,6	18,1
Ιρλανδία	5,5	3,8	9,2	7,5	16,7
Ισραήλ	5,3	4,8	10,0	5,9	16,0
Ιταλία	2,4	1,1	3,4	3,7	7,1
Ιαπωνία	2,2	1,5	3,7	5,7	9,4
Κορέα	2,7	4,2	6,9	9,0	15,9
Λουξεμβούργο	6,0	2,8	8,7	2,4	11,1
Ολλανδία	4,7	4,8	9,3	8,7	18,0
Νορβηγία	2,9	3,4	6,3	6,2	12,4
Πορτογαλία	4,2	4,2	8,2	7,7	16,0
Πουέρτο Ρίκο	6,6	1,8	8,3	2,0	10,3
Σιγκαπούρη	6,4	4,4	10,7	4,2	14,9
Σλοβενία	3,6	2,9	6,5	5,7	12,1
Ισπανία	3,1	2,2	5,2	8,4	13,6
Σουηδία	5,9	2,5	8,2	6,0	14,3
Ελβετία	4,5	3,7	8,2	10,0	18,1
Ταϊβάν	3,3	5,0	8,2	8,3	16,4
Τρινιντάτ και Τομπάγκο	11,4	8,5	19,5	11,4	30,9
Ηνωμένο Βασίλειο	3,6	3,6	7,1	6,6	13,7
ΗΠΑ	9,2	3,7	12,7	7,5	20,2
Μ.Ο. Χώρες Γ	4,7	3,3	7,9	6,7	14,6
Μ.Ο. GEM	7,1	6,3	13,2	8,5	21,7

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.1.3 ΔΙΑΚΟΠΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Το ποσοστό του πληθυσμού που δηλώνει πως έχει διακόψει ή αναστείλει μια επιχειρηματική δραστηριότητα το 2013 ανέρχεται στο 4,8%. Το αντίστοιχο ποσοστό του πληθυσμού διαμορφώθηκε ελαφρώς υψηλότερα, έναντι της αμέσως προηγούμενης περιόδου όπου κυμαινόταν στο 4,6%. Είναι αξιοσημείωτο πως η Ελλάδα καταλαμβάνει την πρώτη θέση μεταξύ των χωρών καινοτομίας ως προς το ποσοστό διακοπής-αναστολής επιχειρηματικής δραστηριότητας το 2013 (Πίνακας 1.2). Επομένως, επιβεβαιώνεται και από την έρευνα πεδίου στο πλαίσιο του GEM πως η βαθιά και παρατεταμένη ύφεση των τελευταίων ετών στην ελληνική οικονομία είχε αρνητική επίδραση στην επιβίωση των επιχειρηματικών εγχειρημάτων.

Πίνακας 1.2

Διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας

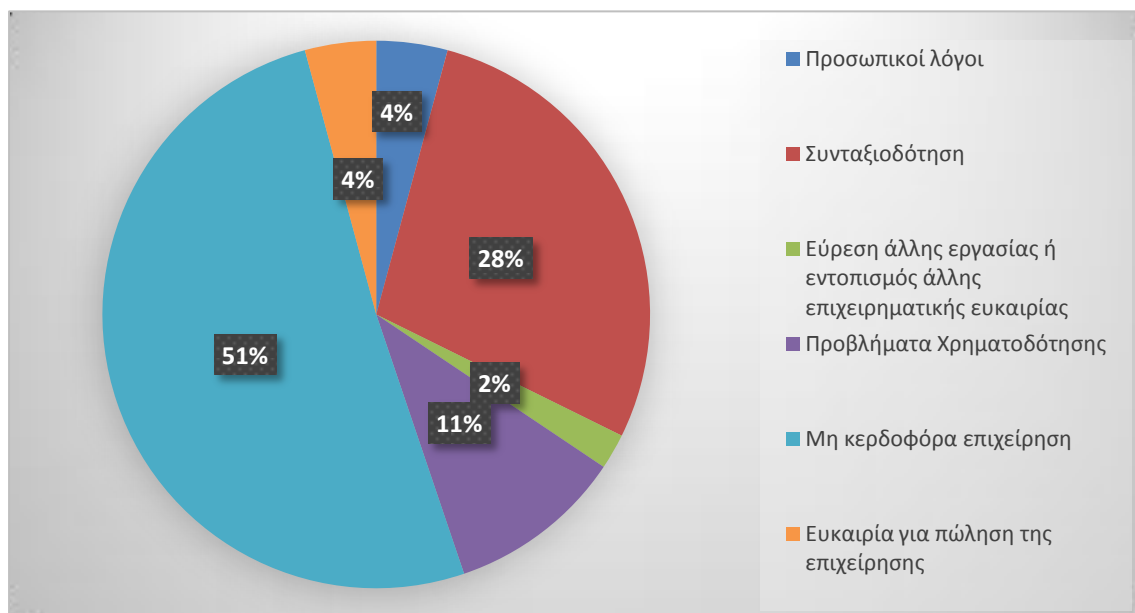
Χώρες	Διακοπή-Αναστολή Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (% πληθυσμού)
Χώρες Α	12,6
Χώρες Β	4,2
Βέλγιο	1,9
Καναδάς	4,4
Τσεχία	3,4
Φινλανδία	2
Γαλλία	1,9
Γερμανία	1,5
Ελλάδα	5
Ιρλανδία	2,5
Ισραήλ	4,8
Ιταλία	1,9
Ιαπωνία	1,5
Κορέα	2,5
Λουξεμβούργο	2,8
Ολλανδία	2,1
Νορβηγία	1,6
Πορτογαλία	2,8
Πουέρτο Ρίκο	1,8
Σιγκαπούρη	3,3
Σλοβενία	2,6
Ισπανία	1,9
Σουηδία	2,4
Ελβετία	2,3
Ταϊβάν	5
Τρινιντάτ & Τομπάκο	4,1
Ηνωμένο Βασίλειο	1,9
ΗΠΑ	3,8
Χώρες Γ	2,8
Μ.Ο. GEM	5,2

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Στο παρακάτω Διάγραμμα 1.3 αποτυπώνονται οι βασικοί λόγοι διακοπής λειτουργίας των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στην Ελλάδα για το 2013. Συγκεκριμένα, στον πληθυσμό, ως βασικότερος παράγοντας διακοπής ή αναστολής λειτουργίας μιας επιχείρησης εμφανίζεται η έλλειψη κερδοφορίας με ποσοστό 51%. Σχετικά υψηλό ποσοστό (28%) καταγράφει η συνταξιοδότηση των ατόμων ως βασικός λόγος για την αποχώρησή τους από τον επιχειρηματικό στίβο. Εντύπωση προκαλεί το γεγονός πως σε μία περίοδο που η πραγματική οικονομία στην Ελλάδα αντιμετωπίζει σοβαρά προβλήματα έλλειψης ρευστότητας λόγω της πιστωτικής ασφυξίας, τα προβλήματα χρηματοδότησης αποτελούν τον τρίτο κυριότερο παράγοντα με ποσοστό της τάξεως του 11%. Αυτό το παράδοξο εύρημα ίσως και να εξηγείται από τον διαρθρωτικό χαρακτήρα της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα όπου κυριαρχούν οι οικογενειακές και πολύ μικρού μεγέθους επιχειρήσεις, γεγονός που ίσως υποδηλώνει πως οι εν λόγω επιχειρήσεις στην Ελλάδα στηρίζονται για τη χρηματοδότησή τους κυρίως στους άτυπους επενδυτές (π.χ. συγγενείς, φίλους κλπ), όπως επίσης διαπιστώνεται στην επόμενη υπο-ενότητα.

Διάγραμμα 1.3

Λόγοι διακοπής ή αναστολής λειτουργίας επιχείρησης (2013)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM 2013

1.1.4 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΝΑΓΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΥΚΑΙΡΙΑΣ

Στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM και στο πλαίσιο ανάλυσης της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων γίνεται προσπάθεια να εντοπιστούν και να ποσοτικοποιηθούν τα βασικά κίνητρα που κινητοποιούν την απόφαση ενός ατόμου να ξεκινήσει ένα επιχειρηματικό εγχείρημα. Στο πλαίσιο αυτό οι δύο βασικοί τύποι κινήτρων επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων αφορούν:

α) την *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 η οποία προκρίνεται ικανή είτε να οδηγήσει σε αύξηση του εισοδήματός του, είτε να προσφέρει εργασιακή ανεξαρτησία και

β) την *επιχειρηματικότητα ανάγκης*, 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 με στόχο απλώς τη διατήρηση του εισοδήματός του, το οποίο «απειλείται» με συρρίκνωση.²

Οι δύο αυτοί τύποι κινήτρων επιχειρηματικής δραστηριοποίησης αποτελούν στην δύο ακραίους πόλους, καθώς τα επιχειρηματικά κίνητρα των ατόμων μπορεί να κινούνται ανάμεσα σε αυτούς τους δύο πόλους. Ο Πίνακας 1.3 παρουσιάζει τα ευρήματα ποσοστιαίας κατανομής των κινήτρων των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων εστιάζοντας κυρίως στις χώρες καινοτομίας. Σε αυτό το σημείο χρειάζεται να επισημανθεί πως στην ανάλυση του Πίνακα 1.3 καταγράφεται ως επιχειρηματικότητα ευκαιρίας το κίνητρο επιχειρηματικής δραστηριοποίησης που

² Ο χαρακτηρισμός των ατόμων που εισέρχονται στον επιχειρηματικό στίβο για να διατηρήσουν το εισόδημά τους ως επιχειρηματιών ανάγκης έχει γίνει τα τελευταία χρόνια από το 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».

στοχεύει στην βελτίωση του εισοδήματος ή/και την ανεξαρτησία στην εργασία. Είναι αξιοσημείωτο πως η πλειονότητα των απαντήσεων θέτει πρωτίστως αυτούς τους δύο παράγοντες ως βασικούς για την επιδίωξη μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας.

Τα ευρήματα της έρευνας επιβεβαιώνουν το συμπέρασμα των προηγούμενων ετήσιων ερευνών του GEM, ότι δηλαδή η κατανομή ανάμεσα σε επιχειρηματικότητα ανάγκης και επιχειρηματικότητα ευκαιρίας συνδέεται στενά με το επίπεδο του κατά κεφαλήν εισοδήματος κάθε χώρας. Όσο υψηλότερο το εισόδημα, τόσο μεγαλύτερο το ποσοστό των νέων επιχειρηματιών που κινητοποιούνται από την επιθυμία αξιοποίησης μια ευκαιρίας, παρά από την ανάγκη βιοπορισμού.

Οι δείκτες επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας το 2013 στην Ελλάδα διαμορφώθηκαν περίπου στο 23% και στο 35% αντίστοιχα. Δηλαδή η ελληνική επιχειρηματικότητα που κινητοποιείται από τον εντοπισμό ευκαιριών κινείται σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα από τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (53%), ενώ το ποσοστό επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στην Ελλάδα λόγω ανάγκης είναι εμφανώς υψηλότερο (7 περίπου ποσοστιαίες μονάδες) συγκριτικά με τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας. Με άλλα λόγια, η συνεχιζόμενη ύφεση οδηγεί συγκριτικά με άλλες χώρες περισσότερους Έλληνες στον επιχειρηματικό στίβο από ανάγκη, παρά για λόγους εκμετάλλευσης πραγματικών επιχειρηματικών ευκαιριών.

Πίνακας 1.3

Κίνητρα έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά χώρα (2013)

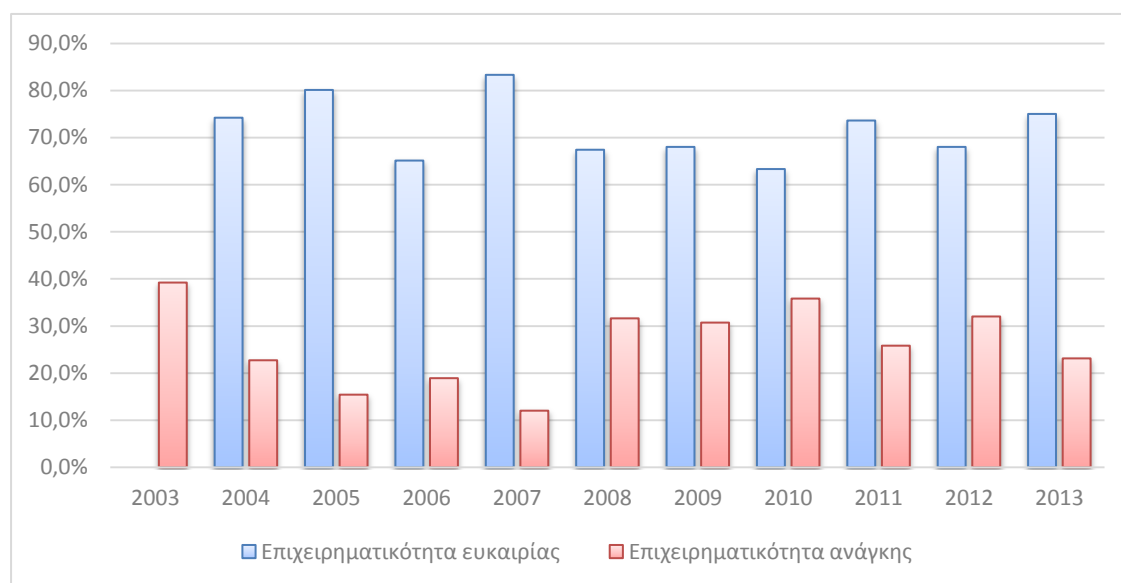
Χώρες	Επιχειρηματικότητα ανάγκης (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)	Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας για τη βελτίωση του εισοδήματος ή/και εργασιακής ανεξαρτησίας (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)
Χώρες Α	30,3	46
Χώρες Β	28,8	42
Βέλγιο	29	43,9
Καναδάς	15,1	66,9
Τσεχία	22,7	60,3
Φινλανδία	17,9	66
Γαλλία	15,7	60,9
Γερμανία	18,7	55,7
Ελλάδα	23,5	35,8
Ιρλανδία	18	43,8
Ισραήλ	17,4	49,2
Ιταλία	18,7	18,4
Ιαπωνία	25	59,6
Κορέα	36,5	51,1
Λουξεμβούργο	5,6	56,6
Ολλανδία	8	67,1
Νορβηγία	4	60,8
Πορτογαλία	21,4	50,7
Πουέρτο Ρίκο	21,5	42,9
Σιγκαπούρη	8,4	68,8
Σλοβενία	24,1	53,4
Ισπανία	29,2	33,2
Σουηδία	9,7	58,4
Ελβετία	7,5	67,2
Ταϊβάν	28,7	45,8
Τρινιτάτ & Τομπάκο	11,2	76
Ηνωμένο Βασίλειο	16,1	45,2
ΗΠΑ	21,2	57,4
Χώρες Γ	18,3	53,7
Μ.Ο. GEM	24,9	47,2

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

Η διαπίστωση αυτή κάνει αναγκαίο να εξεταστεί η εξέλιξη της κατανομής κινήτρων επιχειρηματικής δραστηριοποίησης μεταξύ επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας στην Ελλάδα διαχρονικά, έτσι ώστε να διαφανεί ο τρόπος με τον οποίο η ύφεση έχει επιδράσει σε αυτήν. Το Διάγραμμα 1.4 που ακολουθεί καταγράφει την εξέλιξη της κατανομής κινήτρων επιχειρηματικής δραστηριοποίησης μεταξύ επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας για τα 11 έτη της ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να επισημανθεί ότι ως επιχειρηματικότητα ευκαιρίας καταγράφεται οποιαδήποτε δραστηριότητα δεν έχει ως κίνητρο την ανάγκη (βάσει των απαντήσεων του δείγματος) και όχι μόνο εκείνη που έχει κίνητρο την επιδίωξη υψηλότερου εισοδήματος ή/και εργασιακής ανεξαρτησίας (που παρουσιάστηκε στον Πίνακα 1.3 παραπάνω).

Διάγραμμα 1.4

Εξέλιξη κατανομής σε επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Για την περίοδο πριν την έναρξη της οικονομικής κρίσης είχε καταγραφεί στα περισσότερα έτη μια βαθμιαία πτωτική τάση του ποσοστού των επιχειρηματιών που ανέφεραν ως βασικό κίνητρο την ανάγκη. Ωστόσο, την περίοδο της κρίσης εμφανίζονται αυξομειώσεις στην πορεία της επιχειρηματικότητας ανάγκης και της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας. Οι διακυμάνσεις αυτές ενδεχομένως να αποτελούν συνισταμένη της κατακόρυφης αύξησης της ανεργίας αλλά και των επιχειρηματικών

ευκαιριών που μπορεί να εμφανίζονται σε περιόδους οικονομικών κύκλων. Γενικά όμως είναι ξεκάθαρο το εύρημα σε διαχρονική βάση πως όσο και αν βαθαίνει η ύφεση, το ποσοστό εκείνων που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά κινητοποιούμενοι από την ύπαρξη πραγματικών επιχειρηματικών ευκαιριών παραμένει σαφώς υψηλότερο σε σχέση με το ποσοστό των ατόμων που αναλαμβάνουν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες από ανάγκη.

Εντούτοις, σε αυτό το σημείο θα πρέπει να επισημανθεί πως καθώς η κρίση και οι επιπτώσεις της γίνονταν ολοένα και πιο έντονες, οι αντιλήψεις για το τι συνιστά επιχειρηματική ευκαιρία μεταβάλλονταν. Έτσι, μπορεί οι νέοι επιχειρηματίες να γίνονταν περισσότερο δεκτικοί στην ιδέα ότι οποιαδήποτε προοπτική που τους απομακρύνει από τον κίνδυνο της ανεργίας συνιστά μια επιχειρηματική ευκαιρία. Αυτή η αντίληψη, μολονότι θα κατατασσόταν στην επιχειρηματικότητα ανάγκης από τη σκοπιά του ερευνητή, για τον ίδιο τον επιχειρηματία αντιπροσωπεύει μια πραγματική ευκαιρία και ως τέτοια καταγράφεται στην έρευνα πληθυσμού.

1.1.5 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ: Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΑΤΥΠΩΝ ΕΠΕΝΔΥΤΩΝ

Οι χρηματοδοτικοί περιορισμοί για την εκκίνηση επιχειρηματικής δραστηριότητας έχουν αναγνωρισθεί διεθνώς τόσο από ακαδημαϊκούς και ερευνητές όσο και από διαμορφωτές πολιτικής ως ένα από τα βασικότερα εμπόδια επιχειρηματικότητας. Στο πλαίσιο αυτό το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM επικεντρώνεται στους «άτυπους επενδυτές» (informal investors), δηλαδή παρέχει πληροφόρηση και στοιχεία για τις περιπτώσεις εκείνες όπου ένα άτομο υποστηρίζει μέσω χρηματοδότησης κάποιο άλλο προκειμένου να ξεκινήσει μια νέα επιχειρηματική δραστηριότητα, στο οποίο ο χρηματοδότης δεν εμπλέκεται και δεν δραστηριοποιείται άμεσα, δηλαδή δεν είναι ούτε ιδιοκτήτης αλλά ούτε ασκεί καθήκοντα διοίκησης στη νέα επιχείρηση.

Η περιορισμένη πρόσβαση των νέων επιχειρηματιών σε εξωτερική χρηματοδότηση οφείλεται τις περισσότερες φορές στην αδυναμία αναγνώρισης από την πλευρά των πιθανών χρηματοδοτών για τη βιωσιμότητα της επιχειρηματικής ιδέας και την ποιότητα του επιχειρηματικού σχεδίου. Όπως επίσης και το γεγονός πως ο επιχειρηματίας δεν έχει προλάβει να χτίσει ένα προφίλ αξιοπιστίας και φερεγγυότητας. Σε αυτό το πλαίσιο, αποτελεί υψηλής σημασίας ο ρόλος των άτυπων επενδυτών για την υποστήριξη και την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Η συμβολή των άτυπων επενδυτών φαίνεται πως είναι εξαιρετικά σημαντική ιδίως σε περιόδους κρίσης όπου η πιστωτική ασφυξία προς την πραγματική οικονομία και η έλλειψη ρευστότητας συνιστούν βασικούς ανασχετικούς παράγοντες των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων για την εξεύρεση εξωτερικής χρηματοδότησης.

Ο Πίνακας 1.4 που ακολουθεί παρουσιάζει για τις χώρες καινοτομίας (αναφέρονται επίσης οι μέσοι όροι των ομάδων χωρών Α και Β) τα ποσοστά του πληθυσμού που έδρασαν ως άτυποι επενδυτές το 2013.

Πίνακας 1.4

Ποσοστό άτυπων επενδυτών στο σύνολο του πληθυσμού ατόμων 18-64 ετών ανά χώρα (2013)

Χώρες	Άτυποι επενδυτές ως % του πληθυσμού
Χώρες Α	11,49
Χώρες Β	5,70
ΗΠΑ	4,63
Ελλάδα	2,47
Ολλανδία	3,53
Βέλγιο	2,83
Γαλλία	3,29
Ισπανία	3,3
Ιταλία	1,69
Ελβετία	6,37
Ηνωμένο Βασίλειο	2,09
Σουηδία	5,94
Νορβηγία	3,25
Γερμανία	3,43
Σιγκαπούρη	3,87
Ιαπωνία	1,3
Κορέα	3,19
Καναδάς	5,66
Πορτογαλία	2,43
Λουξεμβούργο	5,62
Ιρλανδία	3,42
Φινλανδία	2,95
Σλοβενία	3,72
Τσεχία	7,66
Πουέρτο Ρίκο	1,22
Τρινιντάτ και Τομπάκο	6,81
Ταϊβάν	6,11
Ισραήλ	4,97
Χώρες Γ	3.91
Μ.Ο. GEM	6,11

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Ένα εύρημα που προέκυψε από την περιγραφική ανάλυση των δεδομένων για την Ελλάδα είναι πως το ποσοστό των ατόμων στον πληθυσμό ηλικίας 18-64 ετών που

δήλωναν το 2013 πως διαδραμάτισαν ρόλο άτυπου επενδυτή για τη χρηματοδοτική υποστήριξη μιας νέας επιχειρηματικής προσπάθειας ήταν 2,47%. Το ποσοστό αυτό υπολείπεται του μέσου όρου των χωρών καινοτομίας (3,91%) και του μέσου όρου όλων των χωρών που συμμετείχαν στο GEM (6,11%). Στη συγκριτική ανάλυση σε διεθνές επίπεδο αποτυπώνεται αξιοσημείωτη διαφορά ανάμεσα στα ποσοστά των άτυπων επενδυτών στις ομάδες χωρών Α και Β και στις χώρες καινοτομίας. Τα υψηλότερα ποσοστά των χωρών Α και Β οφείλονται πιθανότατα στον χαμηλότερο βαθμό ανάπτυξης του χρηματοπιστωτικού συστήματος σε αυτές τις χώρες, με αποτέλεσμα ο ρόλος των άτυπων επενδυτών για την εκκίνηση νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών να χαρακτηρίζεται ως κομβικός. Η χαμηλή επίδοση της Ελλάδας στο δείκτη άτυπης επένδυσης ενδεχομένως να εξηγείται από την πλευρά της ζήτησης και όχι από την πλευρά της προσφοράς και να αντανακλά έτσι την υψηλή εξάρτηση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων από την άτυπη χρηματοδότηση.

Πίνακας 1.5

Σχέση επιχειρηματιών αρχικών σταδίων και άτυπων επενδυτών

Έτος	Ποια ήταν η σχέση με το άτομο που έλαβε την πιο πρόσφατη προσωπική σας επένδυση;				
	Κοντινό μέλος της οικογένειας (σύζυγος, αδελφός, παιδί, γονέας ή εγγόνι)	Άλλος συγγενής (εξ αίματος ή εξ αγχιστείας)	Συνάδελφος	Φίλος ή γείτονας	Άγνωστος που είχε μια καλή επιχειρηματική ιδέα
2007	32,8%	10,3%	27,6%	25,9%	-
2008	32,4%	10,8%	-	32,4%	5,4%
2009	65,9%	14,6%	-	19,5%	0,0%
2010	53,1%	19,4%	5,1%	21,4%	1,0%
2011	58,6%	11,4%	8,6%	18,6%	2,9%
2012	61,7%	10,0%	1,7%	23,3%	3,3%
2013	62,7%	23,5%	-	9,8%	3,9%

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Στον παραπάνω Πίνακα (1.5) καταγράφεται η σχέση που συνδέει στην Ελλάδα τους άτυπους επενδυτές με τους αποδέκτες της χρηματοδότησης, δηλαδή τους επιχειρηματίες, την τελευταία επταετία. Ένα «δομικό» χαρακτηριστικό που είχε ξεκάθαρα παρατηρηθεί και σε προηγούμενες εκθέσεις του IOBE για την

επιχειρηματικότητα είναι πως κυριαρχούν οι στενές προσωπικές σχέσεις οικογενειακού χαρακτήρα μεταξύ του άτυπου επενδυτή και του αποδέκτη της χρηματοδότησης με το συντριπτικό ποσοστό της τάξεως του 86% περίπου (62,7% αφορούν σχέσεις στενότερου οικογενειακού κύκλου, και 23,5% σχέσεις ευρύτερου οικογενειακού κύκλου). Τα ευρήματα αυτά υποδηλώνουν ότι οι Έλληνες άτυποι επενδυτές κατευθύνουν τη χρηματοδοτική τους υποστήριξη σε μέλη του στενότερου ή ευρύτερου οικογενειακού κύκλου. Έτσι, φαίνεται πως οι ισχυροί οικογενειακοί και οι συναισθηματικοί δεσμοί και οι σχέσεις εμπιστοσύνης αποτελούν βασικό πυλώνα της άτυπης χρηματοδότησης προς τους επιχειρηματίες.

1.1.6 Η ΚΛΑΔΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Αναφορικά με τη κλαδική διάρθρωση των νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM ακολουθεί την προσέγγιση του ΟΗΕ στη κλαδική ταξινόμηση, διακρίνοντας τους τομείς ως ακολούθως σε: i) πρωτογενή τομέα, ii) μεταποιητική δραστηριότητα, iii) υπηρεσίες προς επιχειρήσεις και iv) προϊόντα/υπηρεσίες προς τον τελικό καταναλωτή. Ο Πίνακας 1.6 παρουσιάζει για το 2013 τις κλαδικές κατανομές για τις χώρες καινοτομίας και τους μέσους όρους για τις άλλες δύο ομάδες χωρών.

Η παροχή προϊόντων/υπηρεσιών προς τον τελικό καταναλωτή είναι ο τομέας εκείνος στον οποίο κατευθύνεται η πλειονότητα των επιχειρηματικών εγχειρημάτων σε όλες τις χώρες που συμμετέχουν στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Ωστόσο, παρατηρούνται σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ της ομάδας χωρών καινοτομίας και των άλλων δύο ομάδων χωρών αναφορικά με τα ποσοστά των εγχειρημάτων που κατευθύνονται στον κλάδο παροχής υπηρεσιών προς επιχειρήσεις (business to business), καθώς στις χώρες καινοτομίας τα σχετικά ποσοστά είναι εμφανώς σε υψηλότερα επίπεδα.

Το εύρημα αυτό μπορεί ενδεχομένως να μπορεί να εξηγηθεί υπό το πρίσμα της αλυσίδας αξίας καθώς όσο βαθύτερη είναι η αλυσίδα αξίας μιας οικονομίας, τόσο πιο έντονη αναμένεται να είναι η ένταση του ανταγωνισμού σε όλα τα στάδια της κάθετης παραγωγικής δραστηριότητας, με αποτέλεσμα την βελτίωση της αποτελεσματικότητας της οικονομίας. Επίσης, οι εισροές και εκροές μεταξύ κλάδων μπορούν να αποτελέσουν αγωγό διάχυσης γνώσης, μεταφοράς ιδεών και τεχνογνωσίας, και να συμβάλουν με τη σειρά τους στην εκροή καινοτομίας και γενικότερα στην βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και στην ανάπτυξη μιας οικονομίας.

Ωστόσο, φαίνεται πως οι επιχειρηματίες στην Ελλάδα επιλέγουν να δραστηριοποιηθούν κυρίως σε κλάδους με μικρότερη συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη και οι οποίοι συνήθως χαρακτηρίζονται από χαμηλότερη τεχνολογική ένταση. Όταν όμως η πλειονότητα των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων

κατευθύνεται σε δραστηριότητες με μικρή αναπτυξιακή δυναμική, επικρατεί αυτό που το IOBE έχει περιγράψει ήδη από τις πρώτες σχετικές Εκθέσεις του ως «ρηχή» επιχειρηματικότητα. Ιδιαίτερως σε περιόδους οικονομικής κρίσης όπως η σημερινή, αυτού του είδους η επιχειρηματικότητα εμπεριέχει μικρή πιθανότητα επιβίωσης και δεν προσδίδει δυναμική στην οικονομική ανάπτυξη, διότι συνήθως χαρακτηρίζεται από απουσία εξωστρεφούς στρατηγικής, από έλλειψη καινοτόμων χαρακτηριστικών και από χαμηλή προστιθέμενη αξία.

Συγκεκριμένα, στην Ελλάδα, το 2013 το 53% των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων κατευθύνονταν στην διάθεση προϊόντων και υπηρεσιών προς στον τελικό καταναλωτή. Στον αντίποδα, το 27% της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων παρέχει υπηρεσίες προς τις επιχειρήσεις (B2B: Business to Business), το 16% εστιάζει στο τομέα της μεταποίησης, ενώ μόλις το 3,5% περίπου δραστηριοποιείται στον πρωτογενή τομέα. Ωστόσο, θα πρέπει να επισημανθεί πως οι συσχετισμοί της κλαδικής διάρθρωσης φαίνεται πως συγκλίνουν στον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας.

Πίνακας 1.6

Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων στις χώρες καινοτομίας κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας (2013)

Χώρες	Πρωτογενής Τομέας	Μεταποιητική δραστηριότητα	Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις	Προϊόντα/υπηρεσίες προς καταναλωτές
Χώρες Α	8.0	17.1	6.1	68.8
Χώρες Β	8.0	27.0	12.6	52.4
ΗΠΑ	4.0	16.5	37.2	42.3
Ελλάδα	3.4	16.6	27.0	53.0
Ολλανδία	5.3	19.5	32.1	43.1
Βέλγιο	3.5	19.3	28.3	48.8
Γαλλία	7.0	17.7	30.1	45.2
Ισπανία	3.5	14.9	27.9	53.6
Ιταλία	12.8	30.1	24.6	32.5
Ελβετία	3.2	14.4	31.0	51.4
ΗΒ	0.3	18.5	35.8	45.3
Σουηδία	4.9	16.3	40.4	38.5
Νορβηγία	8.3	25.8	35.8	30.0
Γερμανία	0.1	15.9	30.1	54.0
Σιγκαπούρη	0.9	11.1	25.3	62.7
Ιαπωνία	1.2	16.5	23.5	58.8
Κορέα	2.3	31.3	19.5	47.0
Καναδάς	4.0	20.2	42.6	33.2
Πορτογαλία	10.0	17.5	28.0	44.4
Λουξεμβούργο	1.7	16.4	38.4	43.5
Ιρλανδία	2.4	22.1	20.5	55.0
Φινλανδία	10.5	24.0	26.1	39.4
Σλοβενία	3.4	29.7	36.9	30.0
Τσεχία	2.7	27.8	28.2	41.4
Πουέρτο Ρίκο	0.0	31.0	6.8	62.2
Τρινιντάτ και Τομπάγκο	7.2	39.5	3.0	50.3
Ταϊβάν	1.3	17.8	16.3	64.6
Ισραήλ	1.5	13.2	31.9	53.4
Χώρες Γ	4.0	20.9	28.0	47.1
Μ.Ο. GEM	6.5	22.9	17.1	53.5

Χώρες Α:Χαμηλού κόστους, Χώρες Β:Βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

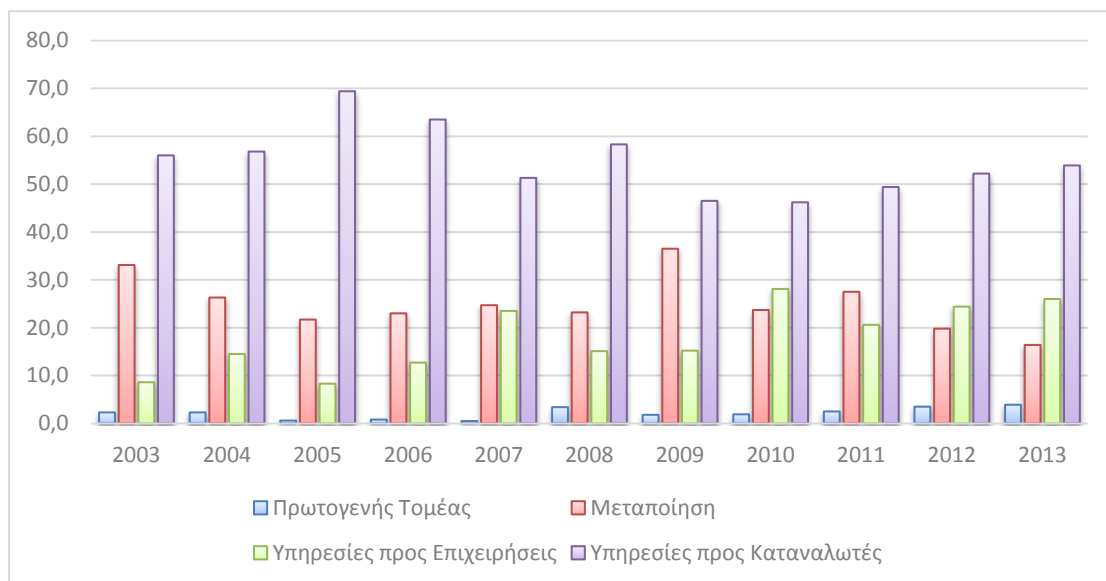
Στο Διάγραμμα 1.5 που ακολουθεί παρουσιάζονται τα σχετικά δεδομένα για τη διαχρονική εξέλιξη της τομεακής κατανομής δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην πορεία αυτής προ και μετά την έναρξη της κρίσης που έπληξε την ελληνική οικονομία.

Δύο βασικά συμπεράσματα προκύπτουν από τη διαχρονική ανάλυση της κλαδικής κατανομής της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, φαίνεται πως την περίοδο της κρίσης τα ποσοστά των επιχειρηματικών εγχειρημάτων που απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή κινούνται σε χαμηλότερα επίπεδα σε σχέση με τα αντίστοιχα ποσοστά πριν την περίοδο της κρίσης. Ένας βασικός λόγος είναι η μεγάλη κάμψη της καταναλωτικής ζήτησης που παρατηρείται κατά τη διάρκεια της κρίσης και οφείλεται κυρίως στην αύξηση της ανεργίας και στη δραστική μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος.

Ένα δεύτερο εύρημα είναι πως στα περισσότερα έτη της κρίσης (2010, 2012, 2013) φαίνεται σε κάποιο βαθμό να έχουν τεθεί σε κίνηση διαδικασίες παραγωγικής αναδιάρθρωσης καθώς το δεύτερο μεγαλύτερο μερίδιο συγκέντρωσης νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών λαμβάνει ο τομέας παροχής υπηρεσιών προς επιχειρήσεις και μετά ακολουθεί ο τομέας της μεταποίησης. Στον αντίποδα, τα χρόνια πριν την έναρξη της κρίσης η μεταποίηση είχε εδραιωθεί στη δεύτερη θέση της κλαδικής κατανομής της νέας επιχειρηματικής δραστηριοποίησης, με τις υπηρεσίες προς τις επιχειρήσεις να ακολουθούν σταθερά στη τρίτη θέση. Ο υψηλός βαθμός μη-ανακτήσιμου κόστους, το υψηλό επίπεδο ελάχιστης αποτελεσματικής κλίμακας και οι υψηλές κεφαλαιακές απαιτήσεις που χαρακτηρίζουν την πλειονότητα των μεταποιητικών δραστηριοτήτων φαίνεται πως την περίοδο της κρίσης συνιστούν σημαντικά δομικά εμπόδια εκκίνησης νέων επιχειρηματικών προσπαθειών. Στον αντίποδα, οι παράγοντες αυτοί δεν συναντώνται σε σημαντικό βαθμό στους τομείς υπηρεσιών διευκολύνοντας την απόφαση για ανάληψη επιχειρηματικής πρωτοβουλίας.

Διάγραμμα 1.5

Διαχρονική εξέλιξη της κλαδικής κατανομής των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα (% επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ

1.2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η απόφαση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση συνήθως συνοδεύεται από σημαντική αβεβαιότητα σχετικά με τις προοπτικές της. Το GEM αναγνωρίζει ότι, πέρα από την αυτονόητη εξέταση των πιθανοτήτων επιτυχίας ενός συγκεκριμένου εγχειρήματος από ένα συγκεκριμένο άτομο, υπάρχουν και κάποιοι παράγοντες που είτε διευκολύνουν, είτε δυσχεραίνουν αυτή την απόφαση. Πρόκειται για παράγοντες που διακρίνονται σε δύο κατηγορίες: σε *πολιτισμικούς*, με την έννοια ότι αναφέρονται στη γενική στάση μιας κοινωνίας απέναντι στην επιχειρηματική δραστηριότητα και σε *προσωπικούς*, που αναφέρονται στο πώς βλέπει το ίδιο το άτομο το ζήτημα της επιχειρηματικής του δραστηριοποίησης σε γενικό πλαίσιο.

Στο πλαίσιο αυτό το GEM διερευνά τέσσερις δείκτες που ανήκουν στην πρώτη κατηγορία, με την έννοια ότι αφορούν τις αντιλήψεις που επικρατούν στον πληθυσμό ηλικίας 18-64 ετών για το ευρύτερο κοινωνικό και επιχειρηματικό περιβάλλον μέσα στο οποίο μπορεί να κινηθεί ο νέος επιχειρηματίας. Πρόκειται για α) το κατά πόσον πιστεύουν κατά τη στιγμή διεξαγωγής της έρευνας πως υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες για το επόμενο εξάμηνο, β) αν η επιχειρηματικότητα αντιμετωπίζεται από την ελληνική κοινωνία ως καλή επιλογή σταδιοδρομίας, γ) αν η ελληνική κοινωνία αντιμετωπίζει τους επιχειρηματίες ως άτομα άξια σεβασμού και δ) αν τα μαζικά μέσα ενημέρωσης εστιάζουν στο θέμα της επιχειρηματικότητας. Το GEM διερευνά δύο ακόμη δείκτες, οι οποίοι αφορούν προσωπικούς παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση: α) το κατά πόσον τα άτομα κρίνουν ότι διαθέτουν τις γνώσεις, την ικανότητα και την εμπειρία για να γίνουν επιχειρηματίες και β) το κατά πόσον ο φόβος της αποτυχίας θα τους απέτρεπε από το να δοκιμάσουν να εκμεταλλευτούν μια επιχειρηματική ευκαιρία. Από κοινού, οι πολιτισμικοί και προσωπικοί παράγοντες μπορούν να προσεγγίσουν τις επιχειρηματικές προδιαθέσεις των Ελλήνων.

Σε αυτή την εισαγωγική ενότητα καταγράφονται επίσης τα ποσοστά των χωρών καινοτομίας καθώς και οι μέσοι όροι για τις άλλες δύο ομάδες χωρών για τους προαναφερόμενους προσωπικούς και πολιτιστικούς παράγοντες επιχειρηματικής

δραστηριοποίησης, για τις χώρες καινοτομίας με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας πεδίου του 2013 (Πίνακας 1.7). Επισημαίνεται ότι τα δεδομένα προέρχονται από τις απαντήσεις ολόκληρου του δείγματος κατά την έρευνα, και όχι μόνο των ατόμων που δραστηριοποιούνται ή πρόκειται να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά.

Πίνακας 1.7

Προσωπικοί και πολιτιστικοί παράγοντες επιχειρηματικής δραστηριοποίησης (%
θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών, 2013)

Χώρες	Επιχ/κές ευκαιρίες το προσεχές 6μηνο	Γνώσεις ικανότητα & εμπειρία επιχ/τας	Φόβος αποτυχίας	Επιχ/τα ως καλή επιλογή καριέρας	Κοινωνική καταξίωση στους επιτυχημένους επιχ/τίες	Εστίαση των ΜΜΕ στην επιχ/τα
Χώρες Α	60.81	68.69	30.87	75.30	80.08	69.78
Χώρες Β	42.61	53.30	37.55	67.85	67.34	61.96
ΗΠΑ	47.16	55.74	35.02	.	.	.
Ελλάδα	13.54	45.99	69.06	60.06	65.07	32.42
Ολλανδία	32.66	42.38	41.28	79.49	66.20	55.19
Βέλγιο	31.50	33.85	50.81	54.80	52.20	43.86
Γαλλία	22.87	33.15	45.31	55.30	70.03	41.38
Ισπανία	16.01	48.39	47.70	54.31	52.34	45.63
Ιταλία	17.34	29.11	56.20	65.55	72.43	48.08
Ελβετία	41.52	44.72	35.47	40.51	64.96	47.77
ΗΒ	35.54	43.85	39.84	54.06	79.33	49.64
Σουηδία	64.45	38.80	39.73	52.03	71.51	58.55
Νορβηγία	63.67	34.18	33.25	49.33	75.48	56.87
Γερμανία	31.30	37.72	48.15	49.40	75.23	49.91
Σιγκαπούρη	22.24	24.76	39.83	50.94	59.38	75.33
Ιαπωνία	7.65	12.86	47.37	31.30	52.76	57.62
Κορέα	12.73	28.10	44.53	51.31	67.80	67.56
Καναδάς	57.35	48.45	37.34	60.64	70.13	69.58
Πορτογαλία	20.24	48.75	48.17	.	.	.
Λουξεμβούργο	45.57	43.28	49.58	39.41	70.60	36.31
Ιρλανδία	28.28	43.14	45.33	49.62	81.22	59.86
Φινλανδία	43.80	33.26	41.11	44.30	85.46	68.53
Σλοβενία	16.06	51.48	41.98	57.38	68.10	50.52
Τσεχία	23.08	42.59	42.86	.	47.78	.
Πουέρτο Ρίκο	28.34	53.03	27.43	17.93	50.15	68.78
Τρινιτάτ & Τομπάγκο	58.01	75.26	20.94	79.54	72.02	61.02
Ταϊβάν	42.03	27.22	41.23	72.98	64.45	87.07
Ισραήλ	46.50	36.17	53.33	60.61	80.30	49.06
Χώρες Γ	33.44	40.62	43.19	53.51	67.29	55.68
Μ.Ο. GEM	42.59	51.45	38.40	64.15	69.64	61.18

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

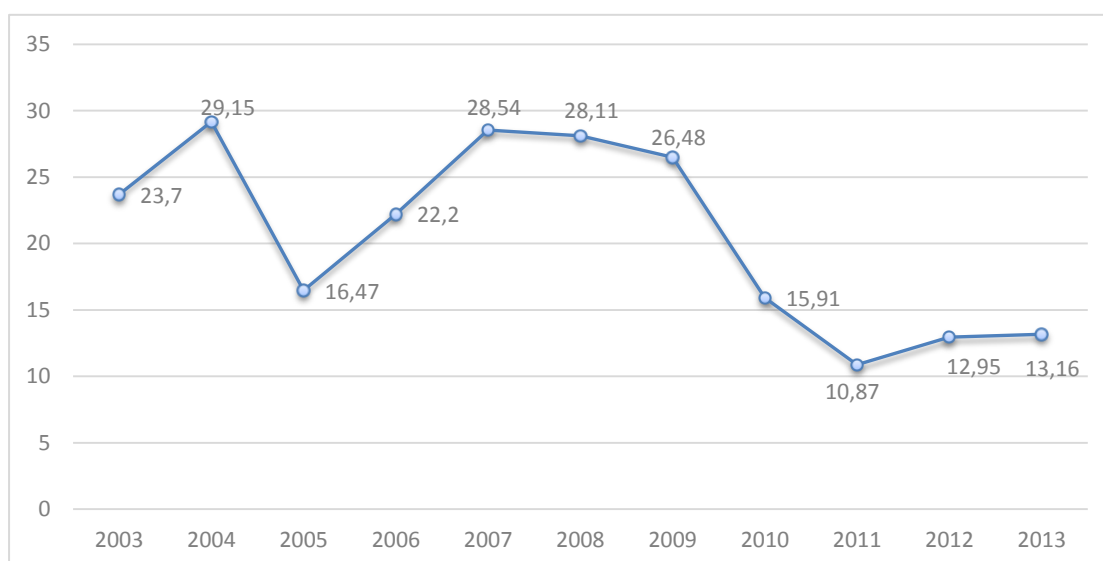
1.2.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

Ο πρώτος παράγοντας που εξετάζεται είναι το κατά πόσον οι ερωτώμενοι δηλώνουν ότι θεωρούν πως θα υπάρξουν επιχειρηματικές ευκαιρίες στον περίγυρό τους εντός των επόμενων έξι μηνών. Με 13% περίπου η Ελλάδα καταγράφει μια από τις χαμηλότερες επιδόσεις παγκοσμίως. Η μακροχρόνια ύφεση της ελληνικής οικονομίας, η αυστηρή δημοσιονομική προσαρμογή και η έλλειψη ρευστότητας στην πραγματική οικονομία φαίνεται πως συγκρατούν τον σχετικό δείκτη σε πολύ χαμηλά επίπεδα, αποτέλεσμα που αποτυπώνεται και από άλλες χώρες της ευρωπαϊκής περιφέρειας με αντίστοιχα διαρθρωτικά προβλήματα την περίοδο της κρίσης όπως η Ισπανία, η Ιταλία, η Πορτογαλία και η Σλοβενία.³

Ωστόσο, σημαντικά συμπεράσματα για την Ελλάδα εξάγονται από την απεικόνιση της εξέλιξης του δείκτη καθ' όλα τα έτη ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 1.6 που ακολουθεί.

Διάγραμμα 1.6

Επιχειρηματικές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο (% πληθυσμού)



³ Ας επισημανθούν εδώ οι εξαιρετικά χαμηλές επιδόσεις της Ιαπωνίας και της Κορέας. Προφανώς για αυτές τις χώρες παίζουν ρόλο άλλοι παράγοντες που εξηγούν αυτή τη χαμηλή επίδοση, καθώς πρόκειται για οικονομίες στις οποίες ο ρόλος των μεγάλων επιχειρήσεων είναι κυρίαρχος, ενώ οι πληθυσμοί τους δεν είναι ενδεχομένως εξοικειωμένοι με τη «μικρή» επιχειρηματικότητα και άρα με την αναζήτηση ευκαιριών στον περίγυρό τους.

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

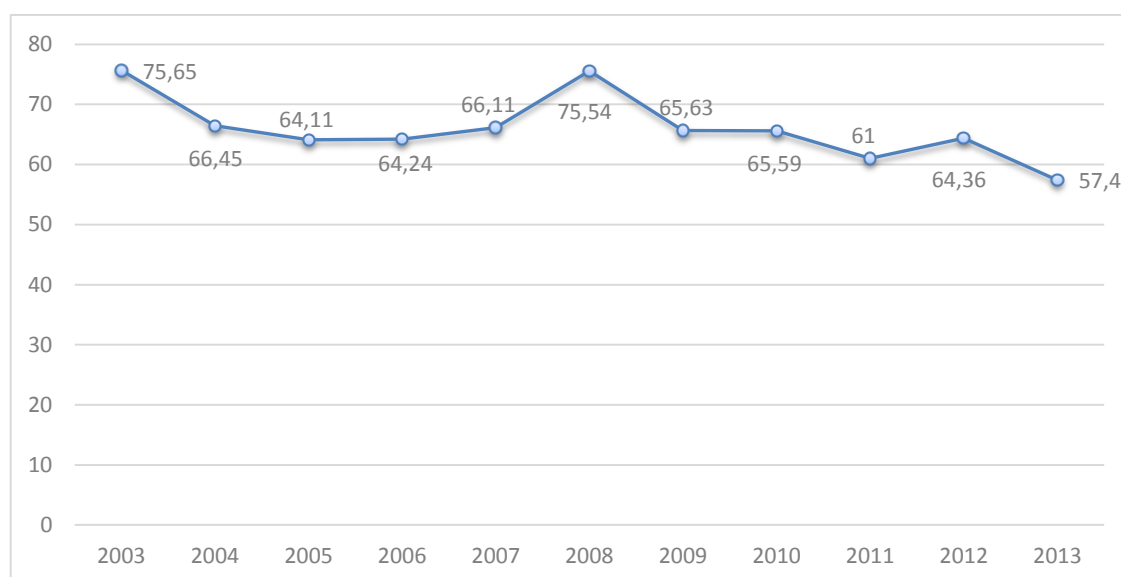
Η σταθερή πτώση του δείκτη μεταξύ 2008 και 2011 δικαιολογείται προφανώς από τη μεγάλη ύφεση στην οποία βρίσκεται η ελληνική οικονομία αυτό το χρονικό διάστημα. Ωστόσο, παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον η αντιστροφή της πτωτικής πορείας το 2012 και το 2013. Συγκεκριμένα, το ποσοστό του ελληνικού πληθυσμού που δήλωνε το 2013 ότι αντιλαμβάνεται την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών το επόμενο εξάμηνο ήταν 13,16%, το 2012 ήταν 12,95%, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 2011 ήταν 10,87%. Η ήπια αυτή άνοδος του δείκτη ενδεχομένως να αποτελεί μία μικρή ένδειξη ανάκαμψης στο κλίμα της ελληνικής επιχειρηματικότητας καθώς ολοένα και περισσότερα άτομα αρχίζουν να αντιλαμβάνονται και να διαπιστώνουν την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών γύρω τους. Το μεγάλο βέβαια ερώτημα είναι αν οι γενικότερες δυσμενείς οικονομικές συνθήκες και κυρίως η ασφυκτική έλλειψη ρευστότητας θα επιτρέψουν τη μετατροπή αυτής της διαπίστωσης σε αξιοποίηση των επιχειρηματικών ευκαιριών και σε ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

1.2.3 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΩΣ ΚΑΛΗ ΕΠΙΛΟΓΗ ΣΤΑΔΙΟΔΡΟΜΙΑΣ

Ο δεύτερος πολιτισμικός παράγοντας που εξετάζεται αναλυτικά είναι το κατά πόσο οι Έλληνες εκτιμούν ότι η είσοδος στον επιχειρηματικό στίβο συνιστά μια καλή επιλογή σταδιοδρομίας.⁴ Το Διάγραμμα 1.7 παρουσιάζει τα δεδομένα για την Ελλάδα από το 2003 έως και το 2013.

Διάγραμμα 1.7

Επιχειρηματικότητα: καλή επιλογή σταδιοδρομίας (% πληθυσμού)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Και σε αυτό το πεδίο καταγράφεται μία βαθμιαία πτώση του δείκτη μετά το 2008, την περίοδο δηλαδή της κρίσης με εξαίρεση το 2012. Η συρρίκνωση της ελληνικής οικονομίας ήταν αναμενόμενο να επηρεάσει με αρνητικό τρόπο την αντίληψη ολόενα και μεγαλύτερου μέρους του πληθυσμού ότι η επιχειρηματική δραστηριοποίηση θα ήταν σε θέση να εξασφαλίσει στους επιχειρηματίες και τους αυτοαπασχολούμενους υψηλότερο εισόδημα μέσω των περιθωρίων κέρδους, εργασιακή ασφάλεια και ανεξαρτησία, όλα δηλαδή τα θεωρούμενα ως θετικά επακόλουθα της επιχειρηματικότητας ως επαγγελματικής επιλογής. Αναλυτικότερα,

⁴ Πρόκειται προφανώς για διαφορετικό ζήτημα από το κατά πόσο οι επιχειρηματίες χαίρουν σεβασμού και καταξίωσης, καθώς το ερώτημα δεν αφορά την κοινωνική αποδοχή της επιχειρηματικής δραστηριότητας, αλλά την επιχειρηματικότητα ως επαγγελματική επιλογή.

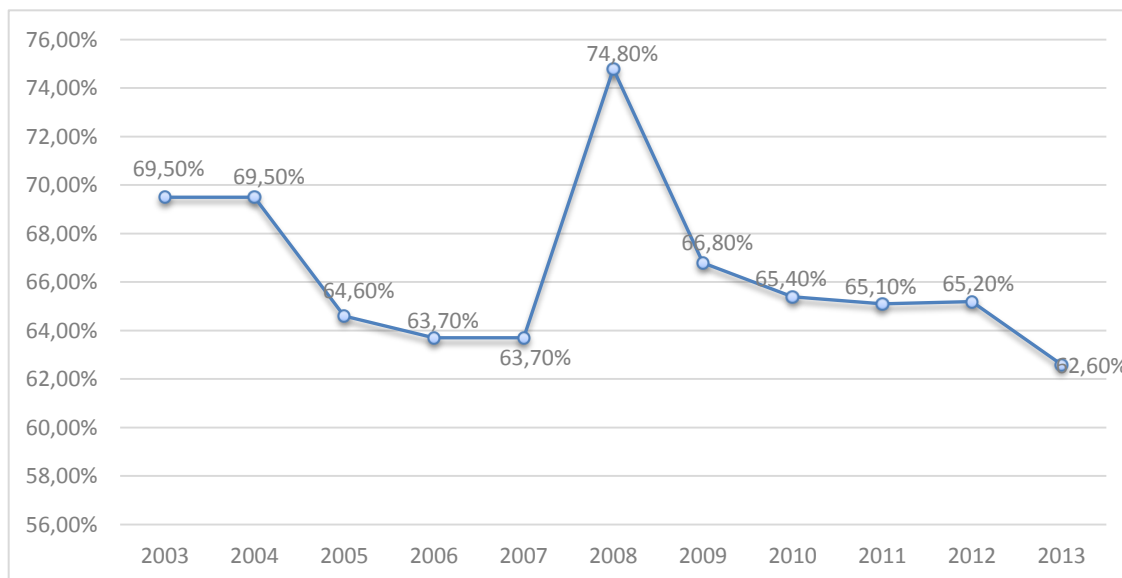
μόλις το 57,4% του δείγματος δηλώνει το 2013 ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί καλή επιλογή σταδιοδρομίας, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 2012 ήταν 64,3%. Ο συγκεκριμένος δείκτης κατέγραψε την χαμηλότερη τιμή του καθ' όλη την περίοδο των 11 ετών που υλοποιείται η έρευνα του GEM στην Ελλάδα. Η σημαντική αυτή μείωση αντανακλά το αρνητικό κλίμα για τις προοπτικές βιωσιμότητας νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων σε συνδυασμό με την πιστωτική ασφυξία που αντιμετωπίζει το εθνικό επιχειρηματικό σύστημα.

1.2.4 ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΚΑΤΑΞΙΩΣΗ ΚΑΙ ΣΕΒΑΣΜΟΣ ΣΤΟΥΣ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ

Στους υπόλοιπους παράγοντες που χαρακτηρίζονται ως πολιτισμικοί, δεν προκαλεί εντύπωση η σχετικά υψηλή επίδοση της Ελλάδας σε αυτόν που αφορά την κοινωνική καταξίωση και σεβασμό στους επιτυχημένους επιχειρηματίες. Σε μια χώρα όπου κυριαρχούν οι πολύ μικρές επιχειρήσεις και όπου η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα παραμένει πολύ ισχυρή παρά την κρίση, είναι λογικό να αντιμετωπίζονται με σεβασμό εκείνοι που έχουν καταγράψει επιτυχημένη πορεία στον επιχειρηματικό στίβο. Ωστόσο, όπως διαπιστώνεται ξεκάθαρα στο διάγραμμα που ακολουθεί ο εν λόγω δείκτης παρουσιάζει πτωτική τάση την περίοδο της κρίσης, φθάνοντας το 2013 στο χαμηλότερο επίπεδο από τη συμμετοχή της Ελλάδας στην έρευνα του GEM. Βεβαίως, αυτό που αναδεικνύουν τα συγκεκριμένα ευρήματα είναι μάλλον μια εικόνα σταθερότητας, καθώς όλα τα χρόνια ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM, η κοινωνική αποδοχή της επιχειρηματικότητας κινείται ανάμεσα στο 60% και το 70%.

Διάγραμμα 1.8

Κοινωνική καταξίωση και σεβασμός στους επιτυχημένους επιχειρηματίες
(% πληθυσμού)



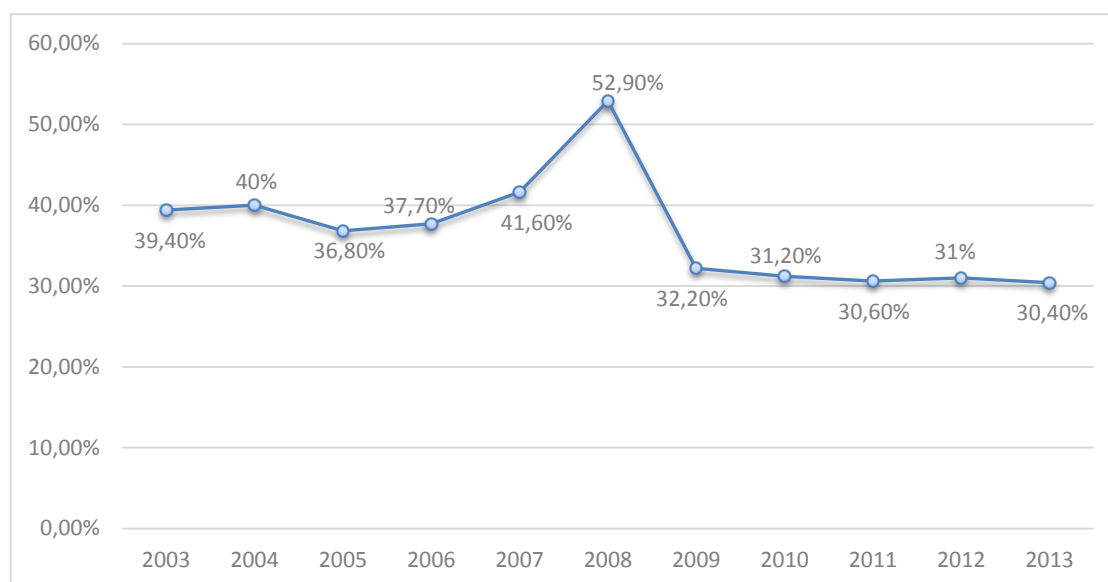
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.2.5 ΠΡΟΒΟΛΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Τέλος, η χώρα μας καταγράφει σταθερά τη χαμηλότερη επίδοση ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας στην προβολή επιτυχημένων περιπτώσεων επιχειρηματικότητας από τα μέσα ενημέρωσης. Όπως παρατηρούσε το IOBE και στις προηγούμενες ετήσιες εκθέσεις στο πλαίσιο του GEM, η επιχειρηματικότητα απουσιάζει από το δημόσιο λόγο. Ωστόσο, είναι ενδιαφέρον ότι κατά την περίοδο της κρίσης η αναφορά των μέσων ενημέρωσης στην επιχειρηματικότητα εμφανίζεται μειωμένη σε σύγκριση με την περίοδο πριν τη κρίση, έστω και οριακά. Ενώ λοιπόν η καινοτόμος επιχειρηματικότητα αναγνωρίζεται σχεδόν από όλους ως βασική προϋπόθεση για την επανεκκίνηση της ελληνικής οικονομίας, στην Ελλάδα η δημόσια συζήτηση για την επιχειρηματική δραστηριοποίηση και επιτυχία, κατά κάποιο τρόπο, εξακολουθεί να αντιμετωπίζεται ως ένα μη ενδιαφέρον αντικείμενο συζήτησης.

Διάγραμμα 1.9

Προβολή επιχειρηματικότητας από τα μέσα ενημέρωσης
(% πληθυσμού)



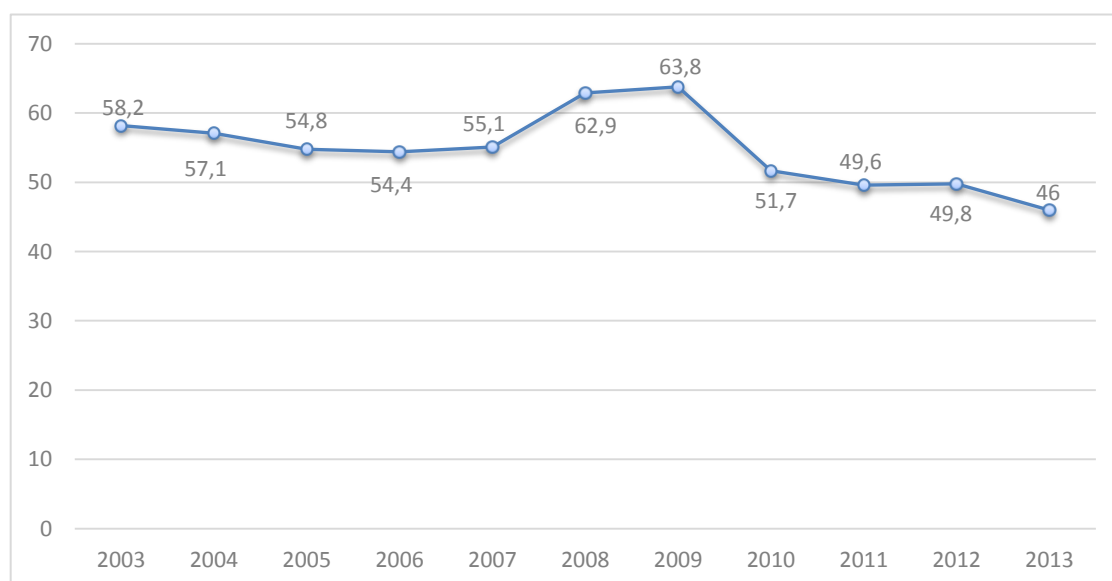
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.2.6 ΓΝΩΣΕΙΣ, ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΛΗΨΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Αναφορικά με τους προσωπικούς παράγοντες, οι Έλληνες εξακολουθούν να καταγράφουν –όπως και όλα τα προηγούμενα έτη- υψηλή επίδοση στον δείκτη που αφορά τις ικανότητες, τις γνώσεις και την εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας. Για μια χώρα η οικονομία της οποίας κυριαρχείται από πολύ μικρές επιχειρήσεις δεν είναι περίεργο ο μισός σχεδόν πληθυσμός (46% το 2013) να πιστεύει ότι μπορεί να ιδρύσει και να διοικήσει μια νέα επιχείρηση. Ωστόσο, παρατηρείται μια φθίνουσα πορεία του δείκτη μετά την έναρξη της κρίσης γεγονός που ενδεχομένως να αντανακλά την βαθμιαία προσαρμογή των αντιλήψεων σχετικά με τον υψηλότερο βαθμό δυσκολίας για την ανάληψη μιας βιώσιμης επιχειρηματικής πρωτοβουλίας μέσα σε ένα δυσμενές οικονομικό περιβάλλον.

Διάγραμμα 1.10

Γνώσεις, ικανότητες και εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας
(% πληθυσμού)



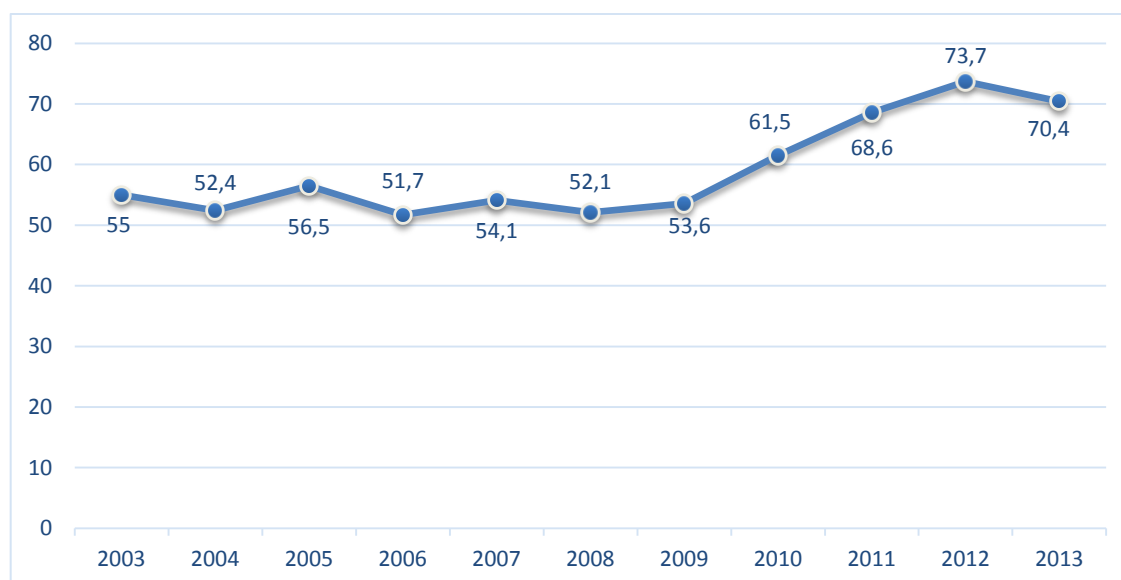
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.2.7 ΦΟΒΟΣ ΑΠΟΤΥΧΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει ο δεύτερος προσωπικός παράγοντας που αφορά τον φόβο της αποτυχίας. Το Διάγραμμα 1.11 αποτυπώνει την διαχρονική εξέλιξη του δείκτη σε ετήσια βάση για την περίοδο 2003-2013. Βάσει των ευρημάτων της ανάλυσης επτά στους δέκα Έλληνες το 2013 δήλωναν ότι ο φόβος της αποτυχίας θα αποτελούσε αποτρεπτικό παράγοντα για να ξεκινήσουν μια επιχειρηματική δραστηριότητα. Είναι αξιοσημείωτο πως η Ελλάδα αναδεικνύεται σε παγκόσμιο πρωταθλητή στον συγκεκριμένο δείκτη σχεδόν καθ' όλη την προηγούμενη δεκαετία, την περίοδο δηλαδή της ελληνικής συμμετοχής στο GEM.

Διάγραμμα 1.11

Φόβος αποτυχίας (% πληθυσμού)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Ο υψηλός φόβος επιχειρηματικής αποτυχίας μπορεί να θεωρηθεί ως το αντίστροφο της υψηλής εκτίμησης που αποδίδει η ελληνική κοινωνία στην επιχειρηματική επιτυχία και συνδυαστικά μπορούν να χρησιμοποιηθούν ερμηνείες κοινωνιολογικής ή ακόμα και ψυχολογικής φύσεως για τις ακραίες αντιδράσεις των Ελλήνων στην επιχειρηματική τους κουλτούρα. Μια ενδεχόμενη επιχειρηματική αποτυχία πιθανότατα να αντανακλά με αρνητικό τρόπο και να στιγματίζει την προσωπικότητα του ατόμου.

Χρειάζεται σε αυτό το σημείο να επισημανθεί ότι το ζήτημα του φόβου αποτυχίας έχει και μία ευρωπαϊκή διάσταση καθώς η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δίνει έμφαση σε πολιτικές για την υποστήριξη και την προώθηση της δεύτερης ευκαιρίας στην επιχειρηματικότητα, με δεδομένο πως η επιχειρηματική αποτυχία εξακολουθεί να αποτελεί ένα στίγμα στη σταδιοδρομία του ατόμου που αναλαμβάνει επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, δυσκολεύοντας έτσι την επιστροφή του στον επιχειρηματικό στίβο μετά την αποτυχία. Η εφαρμογή προγραμμάτων δεύτερης επιχειρηματικής ευκαιρίας (σε «ειλικρινείς» επιχειρηματίες) βασίζεται στο επιχείρημα πως ο επιχειρηματίας που έχει αποτύχει έχει «μάθει από τα λάθη του», έχει αποκτήσει σημαντική εμπειρία και μια δεύτερη ευκαιρία να ενεργοποιηθεί επιχειρηματικά αναμένεται να έχει υψηλότερες πιθανότητες να είναι επιτυχής και βιώσιμη και με τη σειρά της να συμβάλει στη δημιουργία θέσεων εργασίας.

Ενδιαφέρον έχει η διαχρονική εξέλιξη του ποσοστού φόβου επιχειρηματικής αποτυχίας προ και μετά την έναρξη της οικονομικής κρίσης, όπως καταγράφεται στο Διάγραμμα 1.11. Ένα πρώτο προφανές συμπέρασμα που μπορεί να εξαχθεί είναι πως οι Έλληνες χαρακτηρίζονται διαχρονικά (για ολόκληρη την περίοδο που υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία από την έρευνα GEM στην Ελλάδα, δηλαδή την περίοδο 2003-2013) από ένα υψηλό φόβο αποτυχίας ως προς την επιχειρηματική τους δραστηριοποίηση. Μέχρι να ξεσπάσει η κρίση στην Ελλάδα, τα ποσοστά φόβου αποτυχίας για ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών κυμαίνονταν σε ένα εύρος τιμών μεταξύ 51% και 57%. Όμως μετά την έναρξη της κρίσης και καθώς οι επιπτώσεις της γίνονταν ολοένα και πιο ορατές στην πραγματική οικονομία, ο φόβος αποτυχίας για επιχειρηματική δραστηριοποίηση εμφανίζεται ολοένα και πιο ισχυρός καθώς καταγράφει μία συνεχώς ανοδική τροχιά προσεγγίζοντας επίπεδα στην προτελευταία έρευνα κοντά στο 74%.

1.3 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ

1.3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σε αυτή την ενότητα του κεφαλαίου στόχος είναι να παρουσιαστούν τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την ανάλυση βασικών δημογραφικών στοιχείων της επιχειρηματικότητας αρχικών-σταδίων δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στο φύλο και το εκπαιδευτικό επίπεδο των επιχειρηματιών που βρίσκονται σε αρχικό στάδιο δραστηριοποίησης. Η ηλικιακή κατανομή δεν παρουσιάζεται στη συγκεκριμένη ενότητα της έκθεσης καθώς αφιερώνεται εκτενής ανάλυση και σχολιασμός στη νεανική επιχειρηματικότητα στο δεύτερο μέρος-κεφάλαιο της έκθεσης. Το ανθρώπινο κεφάλαιο κυρίως σε όρους εκπαιδευτικού επιπέδου έχει χαρακτηριστεί ως κομβικός παράγοντας από τη διεθνή βιβλιογραφία για μια βιώσιμη επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Επίσης, η γυναικεία επιχειρηματικότητα έχει αναγνωρισθεί ως μία αναξιοποίητη δεξαμενή ποιοτικών και βιώσιμων εγχειρημάτων.

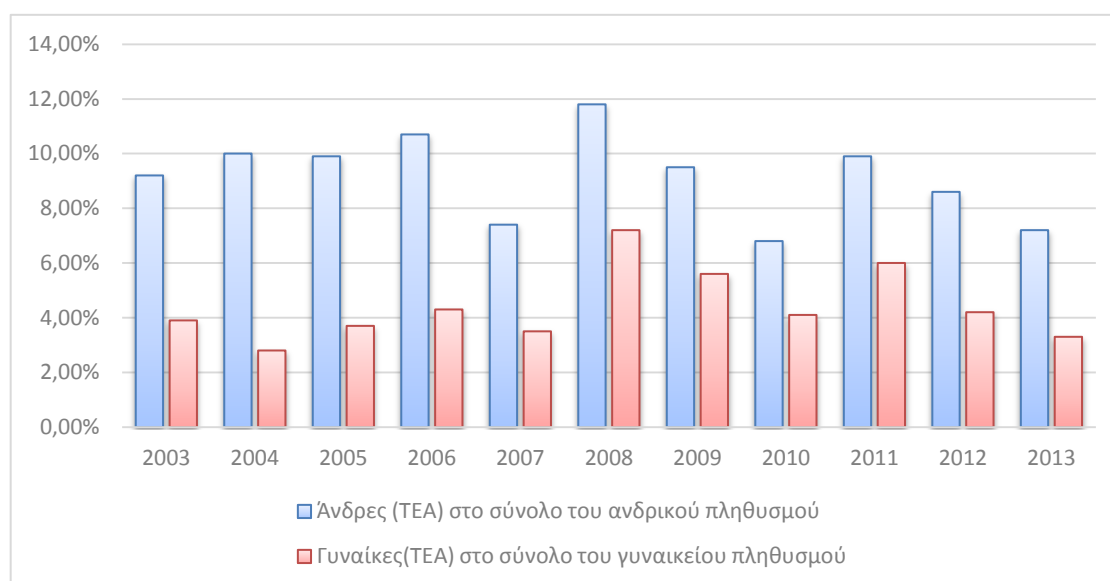
1.3.2 ΦΥΛΟ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Το ποσοστό των γυναικών που βρίσκονταν το 2013 σε αρχική φάση επιχειρηματικής δραστηριοποίησης (επιχειρηματικότητα αρχικών-σταδίων) στο σύνολο του γυναικείου πληθυσμού (ηλικίας 18-64) ήταν της τάξεως του 3.3%. Στον αντίποδα, το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών στο σύνολο του ανδρικού πληθυσμού (18-64) ανέρχεται στο 7,2%. Συνεπώς, είναι προφανές πως η γυναικεία επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων υστερεί σημαντικά της ανδρικής.

Το χάσμα που καταγράφεται στην εκδήλωση επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανάμεσα στα δύο φύλα αποτελεί χαρακτηριστικό που επιβεβαιώνεται σε όλα τα έτη συμμετοχής της Ελλάδας στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Και οι δύο δείκτες καταγράφουν πτώση σε σχέση με το αμέσως προηγούμενο έτος (4,2% στις γυναίκες, 8,6% στους άνδρες), ως αποτέλεσμα της επιδείνωσης του συνολικού δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων.

Διάγραμμα 1.12

Διαχρονική εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά φύλο



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Η διαχρονική υστέρηση των γυναικών στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση δεν είναι μόνο θέμα ποσοτικό από την άποψη ότι θα μπορούσαν δυνητικά να δημιουργηθούν περισσότερες επιχειρήσεις αλλά έχει και μια εξαιρετικά σημαντική «ποιοτική» πλευρά που δεν αξιοποιείται, καθώς όπως είχε επισημανθεί στην εκτενή

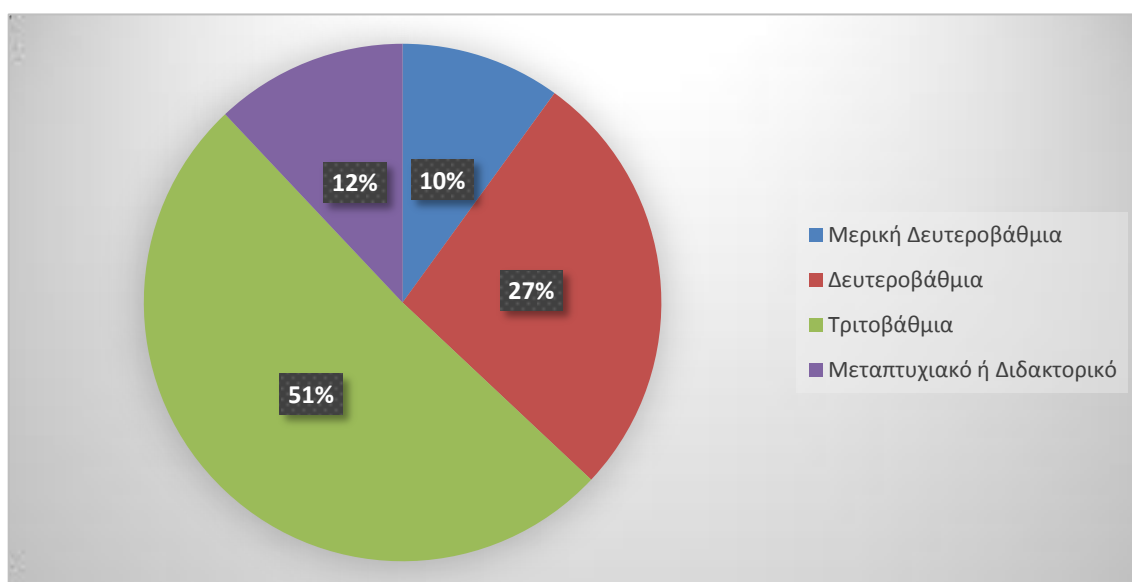
ανάλυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας κατά την περυσινή έκθεση επιχειρηματικότητας του ΙΟΒΕ (Ιωαννίδης και Γιωτόπουλος, 2014) οι γυναίκες επιχειρηματίες κατέγραψαν καλύτερες επιδόσεις σε θέματα καινοτομικότητας και τεχνολογικής αναβάθμισης σε σχέση με τους άνδρες επιχειρηματίες.

1.3.3 ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Αποτελεί ιδιαίτερης σπουδαιότητας ζήτημα η κατανομή των επιχειρηματιών στην Ελλάδα με βάση το επίπεδο εκπαίδευσής τους. Στο Διάγραμμα 1.13 που ακολουθεί παρουσιάζεται η ποσοστιαία κατανομή των επιχειρηματιών σε τέσσερα επίπεδα εκπαίδευσης: α) μερική δευτεροβάθμια, β) δευτεροβάθμια, γ) τριτοβάθμια, και δ) μεταπτυχιακό ή διδακτορικό επίπεδο.⁵

Διάγραμμα 1.13

Ποσοστιαία κατανομή επιχειρηματικότητας αρχικών-σταδίων ως προς το εκπαιδευτικό επίπεδο



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

⁵ Για λόγους συγκρισιμότητας χωρών που έχουν διαφορετικά εκπαιδευτικά συστήματα, το GEM ταξινομεί το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων σε τέσσερα κλιμάκια: α) άτομα που έχουν αποκτήσει μερική μόνο δευτεροβάθμια εκπαίδευση, β) άτομα που έχουν ολοκληρώσει τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση, γ) απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και δ) απόφοιτοι σε ανώτερο επίπεδο (μεταπτυχιακό, διδακτορικό κλπ).

Όπως φαίνεται από το Διάγραμμα 1.13 που συνοψίζει την ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά εκπαιδευτικό επίπεδο η πλειονότητα των επιχειρηματιών (51%) προέρχεται από τη τριτοβάθμια εκπαίδευση. Το ποσοστό επιχειρηματιών που κατέχουν μεταπτυχιακό και διδακτορικό δίπλωμα είναι 12%, ενώ το 27% έχει ολοκληρώσει τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση και 10% έχει απλώς παρακολουθήσει κάποιες τάξεις αυτής της βαθμίδας. Έτσι, προκύπτει το συμπέρασμα πως το ανθρώπινο κεφάλαιο των νέων/επίδοξων επιχειρηματιών σε όρους μορφωτικού επιπέδου είναι υψηλής ποιότητας στην Ελλάδα.

Οι εξειδικευμένες γνώσεις των ατόμων μέσα στο πλαίσιο ανάληψης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών θα μπορούσαν να δώσουν σημαντική ώθηση στην οικονομική ανάπτυξη αφού η αξιοποίηση των γνώσεων και ικανοτήτων και η μετουσίωση τους σε επιχειρηματικές πρωτοβουλίες θα ενίσχυε τις πιθανότητες για την μετάβαση από τη «ρηχή» επιχειρηματικότητα στην επιχειρηματικότητα εντάσεως γνώσης και υψηλής προστιθέμενης αξίας.

1.4 ΤΑ ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ

1.4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στις προηγούμενες υπο-ενότητες δόθηκε έμφαση στην εξέλιξη των ποσοτικών δεικτών της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων και στην ανάλυση των δημογραφικών στοιχείων και των προσωπικών στοιχείων των επιχειρηματιών στην Ελλάδα. Με την παρούσα ενότητα η ανάλυση στρέφεται προς τα ποιοτικά και διαρθρωτικά χαρακτηριστικά των νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών στην Ελλάδα για το έτος 2013. Συγκεκριμένα εξετάζονται ο βαθμός καινοτομικότητας, το επίπεδο τεχνολογικής αναβάθμισης, η ένταση του ανταγωνισμού, η προοπτική δημιουργίας νέων θέσεων απασχόλησης, και ο βαθμός εξωστρέφειας.

Η τόνωση της επιχειρηματικότητας με την αύξηση απλά του αριθμού των νέων επιχειρήσεων αποτελεί σε γενικό πλαίσιο τη συνήθη στόχευση στα τυπικά προγράμματα πολιτικής που έχουν εφαρμοσθεί σε πολλές χώρες (Audretsch et al., 2006). Ωστόσο η πρόσφατη παγκόσμια οικονομική κρίση υπογράμμισε την ανάγκη όχι μόνο για τη δημιουργία ενός μεγάλου αριθμού επιχειρήσεων σε μια οικονομία, αλλά για την ενθάρρυνση δημιουργίας των συνθηκών για την ανάδειξη υψηλής ποιότητας δυναμικών νέων επιχειρήσεων που θα μπορούν να είναι βιώσιμες υπό αντίξοες οικονομικές συνθήκες και αναμένεται να έχουν σημαντική συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη και τη τόνωση της απασχόλησης.

Στο πλαίσιο αυτό, ο Shane (2009) στην πρωτοποριακή του εμπειρική μελέτη τονίζει την ανάγκη εστίασης στο υποσύνολο των επιχειρήσεων με αναπτυξιακή δυναμική. Σε αυτή τη κατεύθυνση, η πρόσφατη βιβλιογραφία παρέχει εμπειρικές ενδείξεις ότι στην πραγματικότητα η ποιότητα των νεοσύστατων επιχειρήσεων και όχι η ποσότητα έχει μεγαλύτερη σημασία για τη συμβολή των νέων επιχειρήσεων στην οικονομική ανάπτυξη και την απασχόληση (Fritsch και Schroeter, 2009, 2010; Bosma et al. 2011). Ένα υψηλό ποσοστό επιχειρηματικής δραστηριοποίησης σε μια χώρα δεν εγγυάται τη καινοτομία και την επίτευξη ταχύτερων ρυθμών ανάπτυξης. Ως εκ τούτου, οι πρόσφατες εμπειρικές έρευνες σε θέματα επιχειρηματικότητας φαίνεται ότι μετακινούνται από την άποψη ότι «όλες οι μορφές επιχειρηματικότητας είναι

καλές» και στρέφονται προς μια διαφορετική προσέγγιση και άποψη όπου η «η επιχειρηματικότητα υψηλών δυνατοτήτων» αποτελούν σημαντική κινητήρια δύναμη για την οικονομική ανάπτυξη (Autio και Acs, 2010; Henrekson και Johansson, 2010). Συνεπώς, ο σχεδιασμός δράσεων υποστήριξης της επιχειρηματικότητας θα πρέπει να επικεντρωθεί στο πώς θα ενθαρρύνουν τη δημιουργία υψηλής ποιότητας νεοσύστατων επιχειρήσεων με δυναμική ως μέσο για την οικονομική ανάκαμψη και ανάπτυξη σε στέρεες βάσεις.

Εκτός από τις περιγραφικές αναλύσεις, στη φετινή έκθεση του IOBE πραγματοποιούνται και παρουσιάζονται για πρώτη φορά οικονομετρικές αναλύσεις με στόχο να εντοπισθούν οι παράγοντες που προσδιορίζουν την ανάληψη ποιοτικών επιχειρηματικών εγχειρημάτων με υψηλή δυναμική προ και μετά την έναρξη της κρίσης. Η επιπλέον αυτή ανάλυση παρατίθεται σε πλαίσιο στην αντίστοιχη υποενότητα για κάθε ένα από τα τρία βασικά ποιοτικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, δηλαδή τον βαθμό καινοτομίας, την εξωστρέφεια και την αναπτυξιακή τους προοπτική. Η οικονομετρική ανάλυση αφορά σε δείγμα 24252 επιχειρηματιών αρχικών σταδίων σε 32 ευρωπαϊκές χώρες για την περίοδο 2005-2011 και στηρίζεται στα ευρήματα της εμπειρικής ανάλυσης με τίτλο “What drives the emergence of high-quality start-ups in times of crisis?”.⁶

⁶ Συγγραφείς και αναλυτές της συγκεκριμένης εμπειρικής εργασίας είναι οι: Ιωάννης Γιωτόπουλος, Αλεξάνδρα Κοντόλαιμου, και Άγγελος Τσακανίκας. Προηγούμενη έκδοχή της συγκεκριμένης εμπειρικής εργασίας παρουσιάσθηκε στο συνέδριο Technology Transfer Society (T2S) Annual Conference που πραγματοποιήθηκε το Νοέμβριο 2013 στο University of Bergamo.

1.4.2 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Η καινοτόμος επιχειρηματικότητα αποτελεί σημαντικό πεδίο ανάλυσης καθώς μπορεί να συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη. Ο Schumpeter ήταν ο πρώτος που έδωσε ιδιαίτερη προσοχή σε δυναμικούς επιχειρηματίες που έχουν ένα σημαντικό αντίκτυπο στην οικονομική μεγέθυνση και στις διαρθρωτικές αλλαγές μέσω της εισαγωγής ριζικής καινοτομίας και νέων τεχνολογικών κυμάτων.

Η καινοτομία εκτός από τη βελτίωση της παραγωγικότητας και τη μεγέθυνση του προϊόντος της, μπορεί να έχει συμβολή και στη διαφοροποίηση του προϊόντος, είτε δημιουργώντας νέα προϊόντα τα οποία οι καταναλωτές προτιμούν σε σύγκριση με τα ήδη υπάρχοντα (καινοτομία προϊόντος), είτε εισάγοντας νέες διεργασίες που μειώνουν το κόστος παραγωγής και αυξάνουν την αποτελεσματικότητα της οικονομίας (καινοτομία διεργασιών).

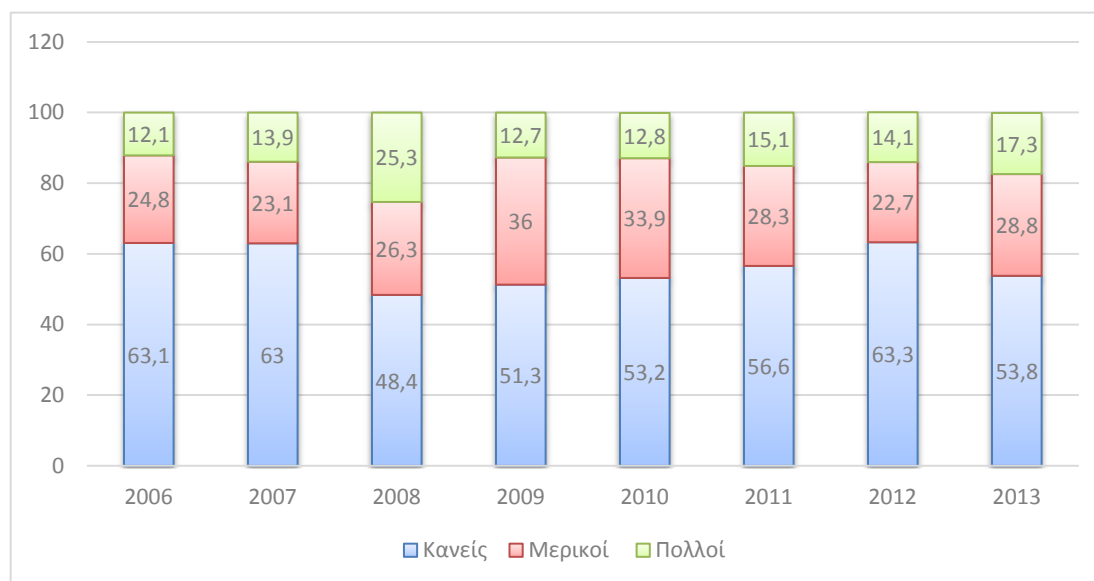
Αναφορικά με την προσέγγιση του βαθμού καινοτομίας των επιχειρηματικών εγχειρημάτων, η σχετική ερώτηση προς τους επιχειρηματίες τίθεται ως εξής: εάν πολλοί, λίγοι ή κανένας από τους πελάτες τους θεωρούν πως το προϊόν ή υπηρεσία που παρέχουν στην αγορά είναι νέο και πρωτοποριακό. Παρά το γεγονός πως η συγκεκριμένη ερώτηση και η αντίστοιχη πληροφορία που εξάγεται μπορεί να θεωρηθεί ως καθαρά υποκειμενική, έχει ωστόσο την αξία της καθώς αποτελεί μία μεταβλητή που μπορεί να προσεγγίσει την εκροή καινοτομίας, όπως άλλωστε χρησιμοποιείται και από τις αντίστοιχες διεθνείς εκθέσεις του GEM.

Στο Διάγραμμα 1.14 παρουσιάζονται τα δεδομένα σχετικά με τα επίπεδα καινοτομίας της επιχειρηματικότητας αρχικών-σταδίων δίνοντας έμφαση στη διαχρονική τους εξέλιξη σε ετήσια βάση από το 2006 έως και το 2013. Για το 2013 το ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που δηλώνει πως πολλοί από τους πελάτες τους θεωρούν το προϊόν/υπηρεσία της επιχείρησης νέο και πρωτοποριακό ανέρχεται στο 17,3%, επίδοση που αποτελεί την υψηλότερη τιμή στα χρόνια της κρίσης. Παρά την αύξηση του δείκτη κατά 3 περίπου ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με το 2012, ο βαθμός καινοτομικότητας των επιχειρηματικών προσπαθειών κινείται ακόμα σε χαμηλά επίπεδα, γεγονός που ενδεχομένως μπορεί να συσχετισθεί με το

εύρημα που προέκυψε από την ανωτέρω ανάλυση, ότι δηλαδή οι νέες επιχειρηματικές προσπάθειες συνεχίζουν να εντοπίζονται πρωτίστως στους τομείς υπηρεσιών προς τον καταναλωτή όπου η καινοτομία προϊόντος ή διεργασιών είναι εκ φύσεως αρκετά περιορισμένη.

Διάγραμμα 1.14

Διαχρονική εξέλιξη του βαθμού καινοτομίας των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα (% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Πλαίσιο 1.1

Παράγοντες που επηρεάζουν τη καινοτόμο επιχειρηματικότητα

Η εξίσωση (1) που ακολουθεί αποτελεί το βασικό υπόδειγμα για την εκτίμηση των παραγόντων που επηρεάζουν τη καινοτομία των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, στις ευρωπαϊκές χώρες που συμμετέχουν στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Οι οικονομετρικές εκτιμήσεις πραγματοποιήθηκαν για όλη την εξεταζόμενη περίοδο (2005-2011), για την περίοδο πριν την έναρξη της κρίσης (2005-2008) και για την περίοδο μετά την έναρξη της κρίσης (2009-2011). Χρησιμοποιήσαμε την οικονομετρική προσέγγιση ordered probit και οι εκτιμημένοι συντελεστές προέκυψαν από τον υπολογισμό των marginal effects.

$$INNO_{i,j,t} = \beta_1 X_{i,j,t} + \beta_2 Y_{i,j,t} + \beta_3 Z_{i,j,t} + \beta_4 GDP_{j,t} + \varepsilon_{i,j,t} \quad (1)$$

Στην εξίσωση (1) η εξαρτημένη μεταβλητή, $INNO_{i,j,t}$ μετράει το βαθμό καινοτομικότητας του επιχειρηματία i , στη χώρα j , τη χρονική περίοδο t . $X_{i,j,t}$ είναι ένα διάνυσμα που περιλαμβάνει δημογραφικά χαρακτηριστικά (ηλικία, φύλο, εκπαιδευτικό επίπεδο, εισοδηματικό κλιμάκιο) του επιχειρηματία, $Y_{i,j,t}$ αναπαριστά μία ομάδα προσωπικών χαρακτηριστικών (εξοικείωση με επιχειρηματικά μοντέλα, εντοπισμός επιχειρηματικών ευκαιριών, γνώσεις και δεξιότητες, φόβος αποτυχίας, επιχειρηματικά κίνητρα) του επιχειρηματία, ενώ $Z_{i,j,t}$ αναφέρεται στα δυναμικά χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος (τεχνολογία, ένταση ανταγωνισμού) που εντοπίζονται τα επιχειρηματικά εγχειρήματα. Με $GDP_{j,t}$ συμβολίζεται το κατά κεφαλήν ΑΕΠ της χώρας j τη χρονική στιγμή t εκφρασμένο σε φυσικό λογάριθμο και $\varepsilon_{i,j,t}$ ο όρος τυχαίου σφάλματος. Οι παράμετροι β απεικονίζουν τη κλίση των υπό εκτίμηση συντελεστών.

Πίνακας 1.8

Προσδιοριστικοί παράγοντες καινοτομίας των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων:
Ordered Probit οικονομετρικές εκτιμήσεις

	Συνολική Περίοδος (2005-2011)	Περίοδος προ-κρίσης (2005-2008)	Περίοδος μετά-κρίσης (2009-2011)
Ηλικία	-0.0275*** (0.0065)	-0.0198** (0.00823)	-0.0400*** (0.0104)
Φύλο	0.0041 (0.0039)	0.0019 (0.0050)	0.0075 (0.00643)
Εκπαιδευτικό επίπεδο	0.0079*** (0.0018)	0.0063*** (0.0021)	0.0123*** (0.0035)
Εισοδηματικό κλιμάκιο	-0.0056** (0.0024)	-0.0050* (0.0030)	-0.0055 (0.00431)
Κίνητρα (ευκαιρία vs ανάγκη)	0.0269*** (0.0043)	0.0262*** (0.0056)	0.0258*** (0.0069)
Εξοικείωση με επιχειρηματικά μοντέλα	0.0175*** (0.0039)	0.0179*** (0.0050)	0.0159** (0.0064)
Καλές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο	0.0174*** (0.0039)	0.0118** (0.0049)	0.0241*** (0.0063)
Δεξιότητες	0.0073 (0.0060)	0.0147* (0.0077)	-0.0048 (0.0098)
Φόβος αποτυχίας	0.0019 (0.0045)	0.0117** (0.0059)	-0.0121* (0.0069)
Ένταση ανταγωνισμού	-0.0962*** (0.00292)	-0.0930*** (0.0037)	-0.1018*** (0.00466)
Τεχνολογία	0.0502*** (0.0029)	0.0495*** (0.0038)	0.0517*** (0.0044)
Κατά κεφαλήν ΑΕΠ	0.0091 (0.0058)	-0.0220** (0.0087)	-0.0006 (0.0081)
Log πιθανότητα	-17648.376	-10989.81	-6643.91
LR στατιστικός έλεγχος (χ^2)	1940.56***	1071.99***	894.75***
Αριθμός παρατηρήσεων	19262	11903	7359

Σημείωση: Ο πίνακας παρουσιάζει τα marginal effects που προέκυψαν από τις ordered probit παλινδρομήσεις. *Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο 10%. **Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο 5%. ***Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο 1% level. Τα τυπικά σφάλματα περιγράφονται στις παρενθέσεις. Τα αποτελέσματα αυτά προέκυψαν στο πλαίσιο της εμπειρικής μελέτης με τίτλο “What drives the emergence of high-quality start-ups in times of crisis?” της οποίας αναλυτές και συγγραφείς είναι: Ιωάννης Γιωτόπουλος, Αλεξάνδρα Κοντόλαιμου και Άγγελος Τσακανίκας.

Τα βασικά ευρήματα από τις οικονομετρικές εκτιμήσεις φανερώνουν πως από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά που διερευνώνται, η ηλικία και το επίπεδο εκπαίδευσης των επιχειρηματιών βρέθηκαν πως επηρεάζουν σημαντικά σε όλες τις υπό εξέταση

χρονικές περιόδους την πιθανότητα οι επιχειρηματίες να καινοτομήσουν. Το εύρημα αυτό είναι σε συμφωνία με άλλες διεθνείς εμπειρικές μελέτες (π.χ. Goll et al. 2008) που υποστηρίζουν ότι οι νεότεροι ηλικιακά επιχειρηματίες είναι περισσότερο διατεθειμένοι να αναλάβουν πρωτοβουλίες που χαρακτηρίζονται από αβεβαιότητα και να εφαρμόσουν νέες στρατηγικές σε αντίθεση με τους επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας που εμφανίζουν χαμηλότερη ευελιξία σε μεταβολές, νεωτερισμούς και στο ρίσκο.

Αναφορικά με το εκπαιδευτικό επίπεδο οι Wright et al. (2007) περιγράφουν τους μηχανισμούς με τους οποίους τα χαρακτηριστικά του ανθρώπινου κεφαλαίου των ατόμων διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη δημιουργία καινοτόμων επιχειρηματικών εγχειρημάτων. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η επίδραση της ηλικίας και του εκπαιδευτικού επιπέδου που εμφανίζεται πιο ισχυρή την περίοδο μετά την έναρξη της κρίσης, αναδεικνύοντας πως σε αντίξοες οικονομικά συνθήκες οι νέοι με υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης επιχειρηματίες είναι περισσότερο πιθανό να εμπλακούν σε καινοτόμες επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Αναφορικά με τα προσωπικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών, η ύπαρξη καλών ευκαιριών στο άμεσο μέλλον βρέθηκε να επηρεάζει σημαντικά και με θετικό τρόπο την πιθανότητα για καινοτομία, ιδίως μετά την έναρξη της οικονομικής κρίσης, επιβεβαιώνοντας έτσι το επιχείρημα πως σημαντικές ευκαιρίες για καινοτομία μπορεί να αναδυθούν υπό δυσμενείς συνθήκες (Burgelman and Hitt 2007; York and Venkataraman 2010). Επιπλέον, η πιθανότητα για καινοτομία είναι υψηλότερη στην επιχειρηματικότητα ευκαιρίας σε σχέση με την επιχειρηματικότητα ανάγκης, καθώς επίσης και για τους επιχειρηματίες που εξοικειωμένοι με επιχειρηματικά μοντέλα.

Είναι αξιοσημείωτο πως η επίδραση του φόβου αποτυχίας εμφανίζει διαφορετικό πρόσημο προ και μετά την έναρξη της κρίσης. Συγκεκριμένα, η θετική επίδραση κατά την προ-κρίσης περίοδο υποδηλώνει πως οι επιχειρηματίες που θεωρούν πως η πιθανότητα αποτυχίας είναι υψηλή, είναι περισσότερο πιθανό να καινοτομήσουν, δηλαδή χαρακτηρίζονται από μία συμπεριφορά επιδίωξης του κινδύνου. Ωστόσο, το αρνητικό πρόσημο του συντελεστή μετά την έναρξη της κρίσης μάλλον φανερώνει μία στροφή των καινοτόμων επιχειρηματιών προς μία συμπεριφορά αποστροφής στον κίνδυνο.

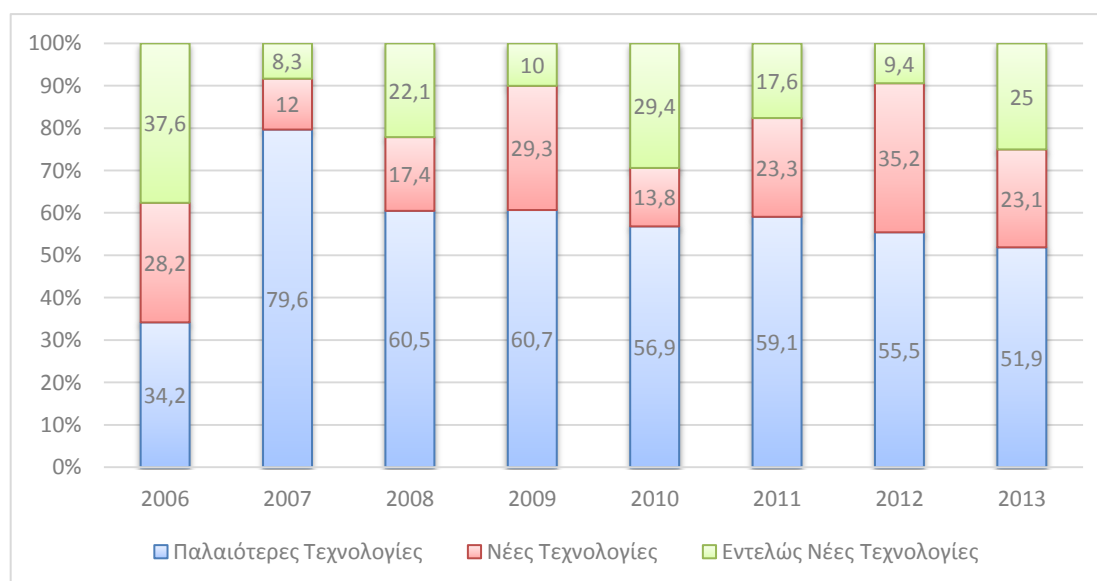
Οι παράγοντες που σχετίζονται με το περιβάλλον της επιχείρησης διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο για την εκροή καινοτομίας από τις νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες. Συγκεκριμένα, βρέθηκε πως η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και η δημιουργία νησίδων αγοράς έχουν σημαντική επίδραση στην πιθανότητα ένα start-up να καινοτομήσει σε όλες τις υπό εξέταση περιόδους.

1.4.3 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Εξετάζεται τώρα μία άλλη εκδοχή της καινοτομίας ως εισροής, και όχι ως εκροής όπως αναλύθηκε προηγουμένως, που αφορά το τεχνολογικό επίπεδο των επιχειρηματικών προσπαθειών στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, διερευνάται ο βαθμός στον οποίο οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων στην Ελλάδα χρησιμοποιούν νέες τεχνολογίες/διεργασίες για την παραγωγή των προϊόντων τους και την παροχή των υπηρεσιών τους. Στο Διάγραμμα 1.15 παρουσιάζονται τα διαθέσιμα διαχρονικά περιγραφικά στοιχεία αναφορικά με το εάν οι ερωτώμενοι επιχειρηματίες χρησιμοποιούν κατά την επιχειρηματική τους προσπάθεια τις πιο πρόσφατες διαθέσιμες τεχνολογίες που έχουν εμφανισθεί κατά το τελευταίο έτος, σχετικά νέες τεχνολογίες που έχουν εισαχθεί πριν από ένα έτος και εντός της τελευταίας πενταετίας, ή παλαιότερες τεχνολογίες/διεργασίες.

Διάγραμμα 1.15

Διαχρονική εξέλιξη του τεχνολογικού επιπέδου των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα (% επιχειρηματικότητας αρχικών-σταδίων)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Τα ευρήματα της συγκεκριμένης ανάλυσης αποκαλύπτουν πως το 2013 οι επιχειρηματίες αρχικών-σταδίων στην Ελλάδα φαίνεται πως μένουν προσκολλημένοι σε μεγαλύτερο βαθμό στις παλαιότερες τεχνολογίες/διεργασίες (52% περίπου). Ωστόσο, καταγράφεται πτωτική πορεία τα τελευταία δύο έτη καθώς

το 2012 χρησιμοποιούσαν οι νέοι επιχειρηματίες παλαιωμένες τεχνολογίες σε ποσοστό 55,5% και 59% το 2011. Σε ποσοστό 25% το 2013 οι επιχειρηματίες δήλωναν πως χρησιμοποιούν εντελώς νέες τεχνολογίες στην παραγωγική τους διαδικασία, έναντι ποσοστού μόλις 9,4% την αμέσως προηγούμενη περίοδο.

Στο πλαίσιο του ερευνητικού προγράμματος του GEM, η συζήτηση για νέες τεχνολογίες/διεργασίες γίνεται με αναφορά στην συγκεκριμένη χώρα και αγορά στην οποία δραστηριοποιείται ο νέος επιχειρηματίας. Με άλλα λόγια, όταν κάποιος απαντά ότι πρόκειται να χρησιμοποιήσει εντελώς νέα τεχνολογία, αυτό δεν σημαίνει ότι πρόκειται για μια εντελώς νέα τεχνολογία με όρους παγκόσμιας αγοράς, αλλά με όρους της τοπικής αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται. Αυτό άλλωστε εξηγεί το γεγονός ότι, στο συγκεκριμένο ζήτημα δεν καταγράφονται σημαντικές αποκλίσεις και μεγάλο εύρος τιμών ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας και στις χώρες των ομάδων Α και Β. Ο Πίνακας 1.9 που ακολουθεί παρουσιάζει τα σχετικά δεδομένα για τις χώρες καινοτομίας το 2013 και αναφέρονται επίσης οι μέσοι όροι των ομάδων χωρών Α και Β.

Είναι αξιοσημείωτο πως η Ελλάδα για το 2013 καταλαμβάνει τη δεύτερη θέση μετά την Ιταλία ως προς το ποσοστό των επιχειρηματιών που δηλώνουν ότι θα χρησιμοποιήσουν εντελώς νέες τεχνολογίες και αντίστοιχα το ποσοστό των Ελλήνων που προτίθενται να χρησιμοποιήσουν παλαιές τεχνολογίες είναι το χαμηλότερο ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Πρόκειται προφανώς για ένα αισιόδοξο εύρημα, καθώς υποδηλώνει ότι το τεχνολογικό επίπεδο των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων φαίνεται να αναβαθμίζεται προκειμένου να αυξηθεί η πιθανότητα επιβίωσης αυτών σε μια περίοδο που η ελληνική οικονομία διέρχεται από μια βαθιά και παρατεταμένη κρίση.

Πίνακας 1.9

Ποσοστό νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που χρησιμοποιεί νέες τεχνολογίες/διαδικασίες (2013)

Χώρες	Εντελώς νέες τεχνολογίες	Νέες τεχνολογίες	Παλαιότερες τεχνολογίες
Χώρες Α	16.8	20.1	63.1
Χώρες Β	14.7	19.2	66.0
ΗΠΑ	10.9	18.3	70.8
Ελλάδα	25.1 (10.0)*	23.7 (35.3)*	51.3 (54.7)*
Ολλανδία	11.1	15.4	73.5
Βέλγιο	20.8	12.1	67.1
Γαλλία	9.1	18.5	72.4
Ισπανία	12.0	17.0	71.0
Ιταλία	26.7	20.0	53.3
Ελβετία	5.3	15.7	79.0
ΗΒ	9.1	19.3	71.6
Σουηδία	8.3	22.2	69.5
Νορβηγία	5.6	15.2	79.2
Γερμανία	6.8	13.4	79.8
Σιγκαπούρη	24.1	23.8	52.0
Ιαπωνία	8.2	21.7	70.2
Κορέα	6.5	14.5	79.0
Καναδάς	8.0	21.3	70.7
Πορτογαλία	16.5	25.7	57.8
Λουξεμβούργο	20.7	25.2	54.1
Ιρλανδία	10.2	19.3	70.5
Φινλανδία	8.5	14.1	77.3
Σλοβενία	10.7	15.4	74.0
Τσεχία	10.9	24.6	64.5
Πουέρτο Ρίκο	13.2	10.7	76.1
Τρινιντάτ και Τομπάγκο	3.7	13.0	83.2
Ταϊβάν	16.5	16.0	67.5
Ισραήλ	8.4	31.1	60.5
Χώρες Γ	12.2	18.7	69.1
Μ.Ο. GEM	14.2	19.2	66.6

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

* Στην παρένθεση αναφέρονται τα αντίστοιχα ποσοστά που είχαν προκύψει από την έρευνα του 2012.

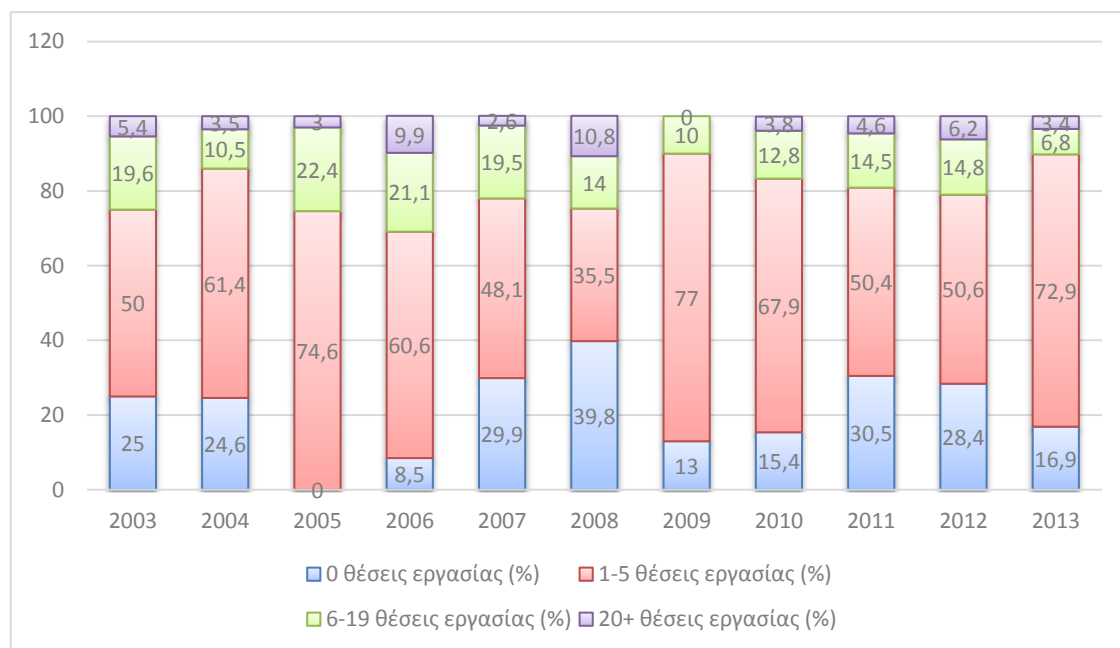
1.4.4 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Ένα κρίσιμο πεδίο ανάλυσης στην έρευνα του GEM αφορά τις προσδοκίες που έχουν οι ίδιοι οι επιχειρηματίες για το πόσες θέσεις εργασίας διαβλέπουν πως θα δημιουργήσει το νέο τους επιχειρηματικό εγχείρημα εντός της επόμενης πενταετίας. Γενικότερα, το ζήτημα της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας αποκτά μεγάλη σημασία, καθώς η παρατεταμένη βαθιά ύφεση που καταγράφεται στην Ελλάδα εδώ και 5 συνεχή χρόνια χαρακτηρίζεται από συνεχή ανοδική πορεία στα ποσοστά ανεργίας.

Η έρευνα του GEM ερωτά τους επιχειρηματίες αν προσδοκούν, σε βάθος πενταετίας, να δημιουργήσουν 0, 1-5, 6-19, ή πάνω από 20 νέες θέσεις εργασίας. Το Διάγραμμα 1.16 παραθέτει τα σχετικά δεδομένα σε διαχρονική βάση από το 2003 έως και το 2013 για την Ελλάδα.

Διάγραμμα 1.16

Προοπτικές δημιουργίας θέσεων απασχόλησης εντός της επόμενης πενταετίας



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Είναι φανερό ότι σε όλα τα έτη η μερίδα του λέοντος των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων προσδοκά να δημιουργήσει μία έως πέντε νέες θέσεις εργασίας με εξαίρεση το 2008 όπου το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρηματιών δήλωναν πως

δεν ανέμεναν να δημιουργήσουν καμία θέση εργασίας στα επόμενα πέντε έτη. Για το 2013 το 90% περίπου των επιχειρηματιών δήλωναν ότι δεν προσδοκούν να δημιουργήσουν πάνω από πέντε νέες θέσεις απασχόλησης. Επομένως, η μορφή της πολύ μικρής επιχείρησης με χαμηλούς ρυθμούς ανάπτυξης φαίνεται πως αποτελεί τον κανόνα ως προς τον τρόπο με τον οποίο εμφανίζεται και εξελίσσεται η νέα επιχειρηματικότητα.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχουν εκείνα τα εγχειρήματα για τα οποία οι επιχειρηματίες προσδοκούν πως θα αναπτυχθούν με πολύ υψηλούς ρυθμούς και θα δημιουργήσουν έναν μεγάλο αριθμό θέσεων απασχόλησης (άνω των 20) –οι επιχειρήσεις αυτές συνήθως ορίζονται στη διεθνή βιβλιογραφία ως «γαζέλες» και είναι αυτές που δίνουν ώθηση στην οικονομική ανάπτυξη και έχουν σοβαρή επίδραση στην ενίσχυση της απασχόλησης. Ωστόσο, μόλις το 3,4% των επιχειρηματιών στην Ελλάδα έχει την προσδοκία πως δυνητικά η επιχείρησή τους μπορεί να μετεξελιχθεί σε «γαζέλα».

Είναι αξιοσημείωτο πως αντίστοιχες επιδόσεις καταγράφει η χώρα μας καθ' όλη την περίοδο της ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Πρόκειται, επομένως, για ένα σταθερό χαρακτηριστικό της νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα, το οποίο δεν έχει μεταβληθεί καθ' οιονδήποτε τρόπο την περίοδο της κρίσης. Αυτό το εύρημα υποδηλώνει ότι η νέα επιχειρηματικότητα στη χώρα μας εξακολουθεί να αναπαράγει τη βασική δομή της ελληνικής οικονομίας: μια οικονομία που βασίζεται στην ύπαρξη και λειτουργία πολύ μικρών επιχειρήσεων οι περισσότερες εκ των οποίων δεν αναπτύσσονται και ως εκ τούτου δεν δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας.

Πλαίσιο 1.2

Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα με αναπτυξιακή δυναμική

Η εξίσωση (2) που ακολουθεί αποτελεί το βασικό υπόδειγμα για την εκτίμηση των παραγόντων που επηρεάζουν την αναπτυξιακή δυναμική των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, στις ευρωπαϊκές χώρες που συμμετέχουν στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Οι οικονομετρικές εκτιμήσεις πραγματοποιήθηκαν για όλη την εξεταζόμενη περίοδο (2005-2011), για την περίοδο πριν την έναρξη της κρίσης (2005-2008) και για την περίοδο μετά την έναρξη της κρίσης (2009-2011). Χρησιμοποιήσαμε την οικονομετρική προσέγγιση ordered probit και οι εκτιμημένοι συντελεστές προέκυψαν από τον υπολογισμό των marginal effects.

$$GR_{i,j,t} = \delta_1 X_{i,j,t} + \delta_2 Y_{i,j,t} + \delta_3 Z_{i,j,t} + \delta_4 GDP_{j,t} + u_{i,j,t} \quad (2)$$

Στην εξίσωση (2) η εξαρτημένη μεταβλητή, $GR_{i,j,t}$ μετράει την αναπτυξιακή δυναμική (σε όρους δημιουργίας νέων θέσεων απασχόλησης) του επιχειρηματία i , στη χώρα j , τη χρονική περίοδο t . $X_{i,j,t}$ είναι ένα διάνυσμα που περιλαμβάνει δημογραφικά χαρακτηριστικά (ηλικία, φύλο, εκπαιδευτικό επίπεδο, εισοδηματικό κλιμάκιο) του επιχειρηματία, $Y_{i,j,t}$ αναπαριστά μία ομάδα προσωπικών χαρακτηριστικών (εξοικείωση με επιχειρηματικά μοντέλα, εντοπισμός επιχειρηματικών ευκαιριών, γνώσεις και δεξιότητες, φόβος αποτυχίας, επιχειρηματικά κίνητρα) του επιχειρηματία, ενώ $Z_{i,j,t}$ αναφέρεται στα δυναμικά χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος (τεχνολογία, ένταση ανταγωνισμού) που εντοπίζονται τα επιχειρηματικά εγχειρήματα. Με $GDP_{j,t}$ συμβολίζεται το κατά κεφαλήν ΑΕΠ της χώρας j τη χρονική στιγμή t εκφρασμένο σε φυσικό λογάριθμο και ο όρος τυχαίου σφάλματος. Οι παράμετροι απεικονίζουν τη κλίση των υπό εκτίμηση συντελεστών.

Πίνακας 1.10

Προσδιοριστικοί παράγοντες αναπτυξιακής δυναμικής των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων: Ordered Probit οικονομετρικές εκτιμήσεις

	Συνολική Περίοδος (2005-2011)	Περίοδος προ-κρίσης (2005-2008)	Περίοδος μετά-κρίσης (2009-2011)
Ηλικία	-0.0399*** (0.0050)	-0.0367*** (0.0061)	-0.0450*** (0.0084)
Φύλο	-0.0439*** (0.0031)	-0.0364*** (0.0037)	-0.0585*** (0.0053)
Εκπαιδευτικό επίπεδο	0.0050*** (0.0013)	0.0017 (0.0015)	0.0131*** (0.0028)
Εισοδηματικό κλιμάκιο	0.0207*** (0.0019)	0.0231*** (0.0022)	0.0210*** (0.0035)
Κίνητρα (ευκαιρία vs ανάγκη)	0.0354*** (0.0031)	0.0333*** (0.0038)	0.0361*** (0.0053)
Εξοκείωση με επιχειρηματικά μοντέλα	0.0296*** (0.0029)	0.0294*** (0.0036)	0.0282*** (0.0050)
Καλές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο	0.0224*** (0.0029)	0.0141*** (0.0036)	0.0334*** (0.0052)
Δεξιότητες	0.0155*** (0.0043)	0.0145*** (0.0054)	0.0143** (0.0072)
Φόβος αποτυχίας	-0.0165*** (0.0032)	-0.0154*** (0.0039)	-0.0165*** (0.0054)
Ένταση ανταγωνισμού	-0.0242*** (0.0022)	-0.0221*** (0.0027)	-0.0284*** (0.0037)
Τεχνολογία	0.0206*** (0.0022)	0.0202*** (0.0028)	0.0222*** (0.0036)
Κατά κεφαλήν ΑΕΠ	-0.0763*** (0.0045)	-0.0795*** (0.0064)	-0.0829*** (0.0066)
Log πιθανότητα	-22848.476	-13982.43	-8827.56
LR στατιστικός έλεγχος (χ^2)	1684.86***	919.86***	811.59***
Αριθμός παρατηρήσεων	19262	11903	7359

Σημείωση: Ο πίνακας παρουσιάζει τα marginal effects που προέκυψαν από τις ordered probit παλινδρομήσεις. *Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο 10%. **Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο 5%. ***Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο 1% level. Τα τυπικά σφάλματα περιγράφονται στις παρενθέσεις.

Τα αποτελέσματα αυτά προέκυψαν στο πλαίσιο της εμπειρικής μελέτης με τίτλο "What drives the emergence of high-quality start-ups in times of crisis?" της οποίας αναλυτές και συγγραφείς είναι: Ιωάννης Γιωτόπουλος, Αλεξάνδρα Κοντόλαιμου και Άγγελος Τσακανίκας.

Τα αποτελέσματα της οικονομετρικής ανάλυσης που παρουσιάζονται στον παραπάνω πίνακα αποκαλύπτουν ότι οι επιχειρηματίες που έχουν υψηλότερη πιθανότητα να παρουσιάσουν αναπτυξιακή δυναμική σε όρους δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας,

εμφανίζουν το εξής προφίλ: είναι νέοι, άνδρες και ανήκουν σε υψηλό εισοδηματικό κλιμάκιο. Το ανθρώπινο κεφάλαιο βρέθηκε να επηρεάζει την πιθανότητα επιχειρηματικών αναπτυξιακών προοπτικών, αλλά αυτή η επίδραση τείνει να είναι πολύ ισχυρή την περίοδο μετά την έναρξη της κρίσης. Το αποτέλεσμα αυτό έρχεται σε συμφωνία με τις εμπειρικές ενδείξεις που παρέχουν οι Cooper et al. (1994) σύμφωνα με τους οποίους το ανθρώπινο κεφάλαιο επιδρά σημαντικά την πιθανότητα των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων να αναπτυχθούν. Τέλος, όλες οι μεταβλητές που αφορούν στα προσωπικά χαρακτηριστικά και το περιβάλλον βρέθηκαν να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στον αναπτυξιακό προσανατολισμό των νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

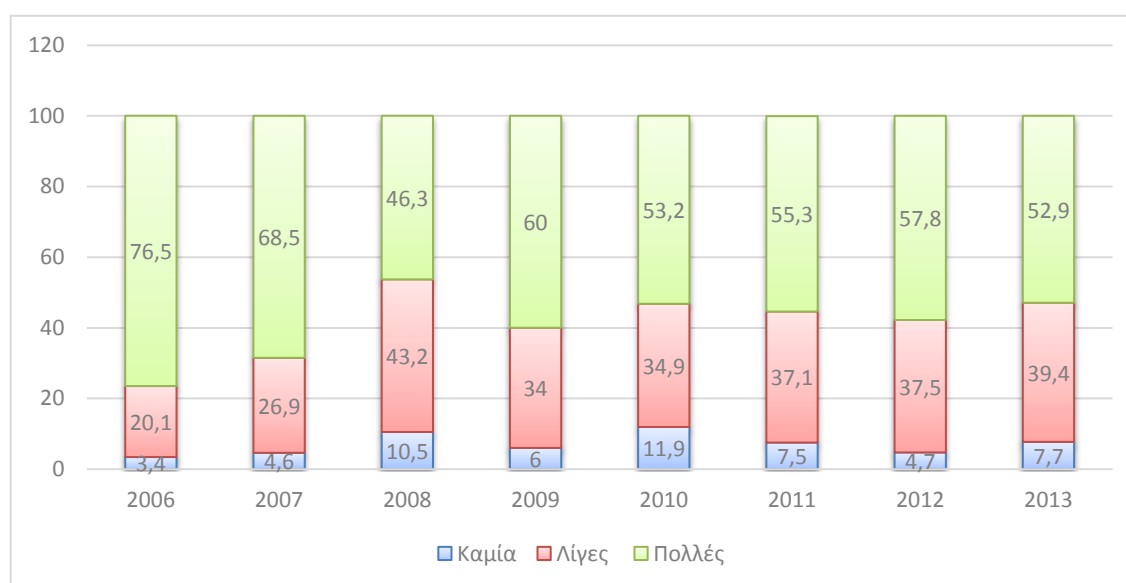
1.4.5 ΈΝΤΑΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Η ένταση του ανταγωνισμού σύμφωνα με τη βιβλιογραφία της βιομηχανικής οργάνωσης και της επιχειρηματικότητας διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στη βελτίωση της παραγωγικότητας, στην ενθάρρυνση της καινοτομίας και γενικότερα στην ενίσχυση της οικονομικής ανάπτυξης. Στον αντίποδα, η ύπαρξη χαμηλής εντάσεως ανταγωνισμού, όταν εκφράζει τη δημιουργία «νησίδων αγοράς» στις οποίες δεν υφίσταται τουλάχιστον στα πρώτα στάδια μεγάλος αριθμός ανταγωνιστών, έχει σημαντική αξία καθώς ενδεχομένως υποδηλώνει πως οι επιχειρήσεις που έχουν δημιουργήσει τις «νησίδες αγοράς» ακολουθούν στρατηγικές διαφοροποίησης του προϊόντος και αυξάνουν την πιθανότητα εισαγωγής και διατήρησης καινοτομίας.

Η ερώτηση που προσεγγίζει την ένταση του ανταγωνισμού, διατυπώνεται προς τους ερωτώμενους επιχειρηματίες ως ακολούθως: εάν υπάρχουν πολλές, λίγες ή καμία επιχείρηση που είτε να προσφέρουν το ίδιο ή όμοιο προϊόν είτε να παρέχουν ίδια ή όμοια υπηρεσία. Συνεπώς, εάν το προϊόν ή η υπηρεσία είναι πράγματι νέα, ο επιχειρηματίας αναμένεται να αντιμετωπίζει χαμηλό ανταγωνισμό, καθώς δεν θα υπάρχουν ανταγωνιστές που θα διεκδικούν μερίδιο αγοράς για το προϊόν/υπηρεσία που προσφέρει—ή θα αντιμετωπίζει λίγους- που να διαθέτουν παρόμοιο προϊόν ή υπηρεσία.

Διάγραμμα 1.17

Πλήθος επιχειρήσεων που παρέχουν αντίστοιχο προϊόν ή υπηρεσία



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Όπως δείχνουν τα περιγραφικά στοιχεία που παραθέτει το Διάγραμμα 1.17, η ένταση του ανταγωνισμού που αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται διαχρονικά ως υψηλή. Ωστόσο, αν συνδυάσει κανείς προαναφερθέντα ευρήματα της έρευνας που σχετίζονται με την κυριαρχία στην κλαδική κατανομή των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην παροχή υπηρεσιών προς τον καταναλωτή και χαρακτηρίζονται ως δραστηριότητες χαμηλής προστιθέμενης αξίας, θα μπορούσε να υποθέσει πως ο έντονος ανταγωνισμός δεν σημαίνει αυτομάτως και υψηλότερη παραγωγικότητα αλλά ενδεχομένως να υποδηλώνει την απουσία διαφοροποίησης και νεωτερισμών στις επιχειρηματικές ιδέες ή με άλλα λόγια μια επιχειρηματικότητα απομίμησης και αντιγραφής (copy-paste entrepreneurship). Για το 2013 το 53% των επιχειρηματιών δηλώνει πως πολλές επιχειρήσεις προσφέρουν παρόμοιο προϊόν ή υπηρεσία, ενώ μόλις 7,7% είναι οι επιχειρηματίες που θεωρούν πως καμία επιχείρηση δεν παρέχει αντίστοιχο προϊόν/υπηρεσία. Με βάση τη συγκεκριμένη ανάλυση φαίνεται πως απουσιάζει από τις νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες μια δυναμική για την ανάπτυξη νέων αγορών.

1.4.6 ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Οι προοπτικές εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων συνιστούν ένα υψηλής σπουδαιότητας ποιοτικό κριτήριο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Σε ένα παγκοσμιοποιημένο πλέον επιχειρηματικό περιβάλλον, ο εξαγωγικός προσανατολισμός των επιχειρήσεων μπορεί να δημιουργήσει τις προϋποθέσεις και να αυξήσει τις πιθανότητες για την επιβίωσή τους, την ανάπτυξή τους, τη δημιουργία και διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στην εγχώρια αγορά, την απορρόφηση και τη διάχυση γνώσης.

Σε μια εποχή που χαρακτηρίζεται από αυξανόμενη παγκοσμιοποίηση όπου ο διεθνής ανταγωνισμός γίνεται ολοένα και πιο έντονος, οι νέες επιχειρήσεις χρειάζεται να ακολουθήσουν στρατηγικές διεθνοποίησης και εξωστρέφειας προκειμένου να ανταποκριθούν επιτυχώς, να είναι βιώσιμες και να αξιοποιήσουν ευκαιρίες για διείσδυση σε αγορές εκτός των συνόρων (Porter, 1986; 1990). Ειδικά τα τελευταία έτη, η ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη, η ευρεία διάχυση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών και η ψηφιακή ανάπτυξη επιτρέπουν την ανάδειξη και παρουσία νέων επιχειρήσεων με εξωστρεφή χαρακτήρα (Oniatt και McDougall, 1994). Με άλλα λόγια, η εξάπλωση του διαδικτύου φαίνεται πως δημιουργεί σημαντικές ευκαιρίες για την διείσδυση και εδραίωση νέων επιχειρήσεων σε αγορές εκτός των συνόρων καθώς παρέχει μοναδικά, αποδοτικά και εναλλακτικά κανάλια για την προσέγγιση πελατών σε παγκόσμιο επίπεδο.

Οι McDougall et al. (1994) και οι Oniatt και McDougall (2005) διατύπωσαν ένα θεωρητικό υπόβαθρο σύμφωνα με το οποίο οι επιχειρηματίες των επιχειρήσεων με διεθνή προσανατολισμό τη στιγμή της επιχειρηματικής εκκίνησης έχουν την ικανότητα να εντοπίζουν ευκαιρίες στο εξωτερικό, είναι σε ετοιμότητα να συνδυάσουν πόρους σε διαφορετικές διεθνείς αγορές και μπορούν επίσης να αξιοποιούν σε διεθνές επίπεδο ικανότητες που σχετίζονται με την απορρόφηση γνώσης και τη δικτύωση. Όπως επισημαίνουν στην εργασία τους οι Hessels και Van Stel (2011), οι νέες επιχειρήσεις με εξωστρεφή χαρακτήρα κατά τη διαδικασία διεθνοποίησής τους τείνουν να αναπτύσσουν εξειδικευμένο ανθρώπινο κεφάλαιο και καινοτόμες δεξιότητες.

Με δεδομένη τη συρρίκνωση των εισοδημάτων και της ζήτησης στην οποία έχει οδηγήσει η μακροχρόνια και βαθιά ύφεση της ελληνικής οικονομίας, η εξωστρέφεια των επιχειρήσεων, η αναζήτηση δηλαδή πελατών εκτός των εθνικών συνόρων, συνιστά σημαντικό ζητούμενο. Ωστόσο, η επιτυχής διεξόδυση των νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών σε διεθνείς αγορές απαιτεί συχνά γνώση των συνθηκών της διεθνούς αγοράς, αποτελεσματική προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών στο εξωτερικό, πρόσβαση στο διεθνές δίκτυο διανομής, και χαρακτηριστικά που υπάρχουν στο «μαύρο κουτί» της επιχείρησης όπως πόροι, δεξιότητες και δυναμικές ικανότητες.

Διάγραμμα 1.18
Εξαγωγικός προσανατολισμός νέων επιχειρήσεων



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Αναλύοντας τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 1.18, μπορεί να διαπιστώσει κανείς πως διαχρονικά τα μεγαλύτερα ποσοστά των επιχειρηματιών στην Ελλάδα δηλώνουν πως δεν εξάγουν καθόλου ή εξάγουν σε μικρό βαθμό (δηλαδή 1%-25% των πωλήσεών τους προέρχεται από εξαγωγές). Για το 2013 τα

ποσοστά των επιχειρηματιών που απευθύνονται αποκλειστικά σε εγχώριους πελάτες και εκείνων που εξάγουν σε μικρό βαθμό είναι ακριβώς ίδια και ανέρχονται στο 43,1%. Στον αντίποδα, τα ποσοστά των επιχειρηματικών εγχειρημάτων που ακολουθούν σε μεγάλο βαθμό στρατηγική εξωστρέφειας είναι 6,9%, εκείνων δηλαδή που το 76%-100% του τζίρου τους προέρχεται από πελάτες εκτός των εθνικών συνόρων. Ακριβώς ίδιο είναι το ποσοστό των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών που το 26%-75% των πωλήσεων απευθύνεται σε πελάτες που βρίσκονται στο εξωτερικό. Συνεπώς, μπορεί να εξαχθεί το συμπέρασμα πως η νέα επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα έχει κυρίως εσωστρεφή χαρακτήρα.

Το GEM διερευνά το ζήτημα της εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων μετρώντας το ποσοστό των επιχειρηματιών κάθε εγχειρήματος που βρίσκονται εκτός των συνόρων της χώρας. Ο Πίνακας 1.11 που ακολουθεί καταγράφει τα σχετικά δεδομένα για όλες τις χώρες καινοτομίας κατά το 2013. Όπως έχει παρατηρηθεί και σε προηγούμενες Εκθέσεις του IOBE με βάση τα δεδομένα του GEM, καταγράφεται μια σαφής διαφορά ανάμεσα στις τρεις ομάδες χωρών σχετικά με το βαθμό εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων. Όσο υψηλότερο το επίπεδο κατά κεφαλήν εισοδήματος, τόσο μεγαλύτερα τα ποσοστά των νέων επιχειρήσεων με εξαγωγικό προσανατολισμό.

Πίνακας 1.11

Εξαγωγικός προσανατολισμός (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων), 2013

Χώρες	Μόνο εγχώριοι πελάτες	<25% των πελατών βρίσκονται στο εξωτερικό	26-75% των πελατών βρίσκονται στο εξωτερικό	76-100% των πελατών βρίσκονται στο εξωτερικό
Χώρες Α	68.1	22.8	5.6	3.5
Χώρες Β	54.5	30.8	9.2	5.5
ΗΠΑ	15.2	73.6	7.5	3.8
Ελλάδα	44.3	42.6	6.1	7.0
Ολλανδία	46.5	39.1	8.9	5.4
Βέλγιο	27.6	44.0	17.1	11.3
Γαλλία	45.0	36.4	12.5	6.1
Ισπανία	72.8	17.9	4.4	4.8
Ιταλία	55.6	27.3	10.4	6.7
Ελβετία	19.3	52.9	20.4	7.4
Ηνωμένο Βασίλειο	62.1	21.1	9.1	7.7
Σουηδία	42.9	34.9	12.6	9.6
Νορβηγία	60.3	23.1	7.4	9.1
Γερμανία	45.9	38.0	11.1	5.0
Σιγκαπούρη	12.5	50.8	22.2	14.5
Ιαπωνία	40.3	48.5	10.1	1.1
Κορέα	53.8	34.1	8.3	3.8
Καναδάς	15.8	70.0	7.2	7.1
Πορτογαλία	27.1	43.2	17.7	12.0
Λουξεμβούργο	11.7	54.3	19.3	14.6
Ιρλανδία	40.8	33.7	12.3	13.2
Φινλανδία	59.0	30.0	7.0	4.0
Σλοβενία	26.2	47.5	10.8	15.5
Τσεχία	19.6	64.1	11.2	5.0
Πουέρτο Ρίκο	53.1	36.5	7.4	3.0
Τρινιδάδ & Τομπάγκο	63.1	29.9	5.2	1.8
Ταϊβάν	46.9	33.0	10.0	10.0
Ισραήλ	46.9	28.9	11.4	12.9
Χώρες Γ	40.6	40.6	11.1	7.8
Μ.Ο. GEM	51.8	33.0	9.2	6.0

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Πλαίσιο 1.3

Παράγοντες που επηρεάζουν την εξωστρεφή επιχειρηματικότητα

Η εξίσωση (3) που ακολουθεί αποτελεί το βασικό υπόδειγμα για την εκτίμηση των παραγόντων που επηρεάζουν την εξωστρέφεια των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, στις ευρωπαϊκές χώρες που συμμετέχουν στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Οι οικονομετρικές εκτιμήσεις πραγματοποιήθηκαν για όλη την εξεταζόμενη περίοδο (2005-2011), για την περίοδο πριν την έναρξη της κρίσης (2005-2008) και για την περίοδο μετά την έναρξη της κρίσης (2009-2011). Χρησιμοποιήσαμε την οικονομετρική προσέγγιση ordered probit και οι εκτιμημένοι συντελεστές προέκυψαν από τον υπολογισμό των marginal effects.

$$INTER_{i,j,t} = \gamma_1 X_{i,j,t} + \gamma_2 Y_{i,j,t} + \gamma_3 Z_{i,j,t} + \gamma_4 GDP_{j,t} + \eta_{i,j,t} \quad (3)$$

Στην εξίσωση (3) η εξαρτημένη μεταβλητή, $INTER_{i,j,t}$ μετράει το βαθμό εξωστρέφειας του επιχειρηματία i , στη χώρα j , τη χρονική περίοδο t . $X_{i,j,t}$ είναι ένα διάνυσμα που περιλαμβάνει δημογραφικά χαρακτηριστικά (ηλικία, φύλο, εκπαιδευτικό επίπεδο, εισοδηματικό κλιμάκιο) του επιχειρηματία, $Y_{i,j,t}$ αναπαριστά μία ομάδα προσωπικών χαρακτηριστικών (εξοικείωση με επιχειρηματικά μοντέλα, εντοπισμός επιχειρηματικών ευκαιριών, γνώσεις και δεξιότητες, φόβος αποτυχίας, επιχειρηματικά κίνητρα) του επιχειρηματία, ενώ $Z_{i,j,t}$ αναφέρεται στα δυναμικά χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος (τεχνολογία, ένταση ανταγωνισμού) που εντοπίζονται τα επιχειρηματικά εγχειρήματα. Με $GDP_{j,t}$ συμβολίζεται το κατά κεφαλήν ΑΕΠ της χώρας j τη χρονική στιγμή t εκφρασμένο σε φυσικό λογάριθμο και $\eta_{i,j,t}$ ο όρος τυχαίου σφάλματος. Οι παράμετροι απεικονίζουν τη κλίση των υπό εκτίμηση συντελεστών.

Πίνακας 1.12

Προσδιοριστικοί παράγοντες εξωστρέφειας των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων:
Ordered Probit οικονομετρικές εκτιμήσεις

	Συνολική Περίοδος (2005-2011)	Περίοδος προ-κρίσης (2005-2008)	Περίοδος μετά-κρίσης (2009-2011)
Ηλικία	-0.0098*** (0.0038)	-0.0118** (0.0049)	-0.0053 (0.0059)
Φύλο	-0.0152*** (0.0023)	-0.0114*** (0.0029)	-0.0216*** (0.0037)
Εκπαιδευτικό επίπεδο	0.0043*** (0.0011)	0.0031** (0.0012)	0.0078*** (0.002)
Εισοδηματικό κλιμάκιο	0.0070*** (0.0014)	0.0082*** (0.0018)	0.0025 (0.0025)
Κίνητρα (ευκαιρία vs ανάγκη)	0.0046* (0.0026)	-0.0018 (0.0036)	0.0141*** (0.00386)
Εξοικείωση με επιχειρηματικά μοντέλα	0.0189*** (0.0022)	0.0212*** (0.0029)	0.0155*** (0.0036)
Καλές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο	0.0090*** (0.0022)	0.0036 (0.0029)	0.0182*** (0.0036)
Δεξιότητες	-0.0005 (0.0036)	0.0016 (0.0047)	-0.0025 (0.0056)
Φόβος αποτυχίας	0.0028 (0.0026)	0.0026 (0.0034)	0.0039 (0.0041)
Ένταση ανταγωνισμού	-0.0166*** (0.0017)	-0.0175*** (0.0022)	-0.0146*** (0.0026)
Τεχνολογία	0.0172*** (0.0017)	0.0213*** (0.0023)	0.0113*** (0.0025)
Κατά κεφαλήν ΑΕΠ	-0.0129*** (0.0033)	-0.00002 (0.0050)	-0.0256*** (0.0046)
Log πιθανότητα	-25091.22	-15313.68	-9739.43
LR στατιστικός έλεγχος (χ^2)	554.03***	343.93***	249.18***
Αριθμός παρατηρήσεων	19262	11903	7359

Σημείωση: Ο πίνακας παρουσιάζει τα marginal effects που προέκυψαν από τις ordered probit παλινδρομήσεις. *Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο 10%. **Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο 5%. ***Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο 1% level. Τα τυπικά σφάλματα περιγράφονται στις παρενθέσεις.

Τα αποτελέσματα αυτά προέκυψαν στο πλαίσιο της εμπειρικής μελέτης με τίτλο "What drives the emergence of high-quality start-ups in times of crisis?" της οποίας αναλυτές και συγγραφείς είναι: Ιωάννης Γιωτόπουλος, Αλεξάνδρα Κοντόλαιμου και Άγγελος Τσακανίκας.

Όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα, όλα τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών επηρεάζουν τη διεθνοποίηση των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων για τη συνολική περίοδο, για την περίοδο προ κρίσης και σε κάποιες περιπτώσεις για την

περίοδο μετά την έναρξη της κρίσης. Σε ό,τι αφορά το φύλο η πιθανότητα ενός start-up να δραστηριοποιηθεί και εκτός των εθνικών συνόρων εμφανίζεται υψηλότερη για το ανδρικό φύλο σε σχέση με το γυναικείο φύλο, με το αποτέλεσμα αυτό να είναι πιο ενισχυμένο την περίοδο της κρίσης. Το ανθρώπινο κεφάλαιο σε όρους εκπαιδευτικού επιπέδου παρουσιάζει θετική και στατιστικά σημαντική επίδραση στην εξωστρέφεια των νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, με την επίδραση αυτή να είναι περισσότερο ισχυρή κατά τη διάρκεια της κρίσης. Πράγματι, το ανθρώπινο κεφάλαιο των επιχειρηματιών φαίνεται να επηρεάζει τις ανταγωνιστικές στρατηγικές των νέων επιχειρήσεων για τη διεθνοποίησή τους (Westhead et al. 2003). Επιπλέον, η πιθανότητα ένας επιχειρηματίας που βρίσκεται σε αρχικό στάδιο να εξάγει βρέθηκε να επηρεάζεται θετικά από το εισοδηματικό κλίμα του επιχειρηματία, καθώς οι εξαγωγικές δραστηριότητες απαιτούν επιπλέον πόρους.

Μεταξύ των υπό εξέταση προσωπικών χαρακτηριστικών των επιχειρηματιών, η εξοικείωση με επιχειρηματικά πρότυπα συμβάλει με θετικό τρόπο στην επιχειρηματική εξωστρέφεια σε όλες τις υπό εξέταση περιόδους. Σύμφωνα με τους Davidsson et al. (2003) το κοινωνικό κεφάλαιο στους επίδοξους επιχειρηματίες επιτρέπει την προώθηση της επιχειρηματικής δικτύωσης, η οποία με τη σειρά της βοηθάει τους επιχειρηματίες να έχουν πρόσβαση σε δυνητικές πηγές πληροφορίας και πόρων, αυξάνοντας με αυτόν τον τρόπο την πιθανότητα επιτυχίας στα νέα εγχειρήματα.

Η άποψη ότι η κρίση δημιουργεί ευκαιρίες βρέθηκε να ισχύει και στην περίπτωση της εξαγωγικής δραστηριοποίησης των επιχειρηματιών, καθώς τα εμπειρικά ευρήματα για την περίοδο της κρίσης αποκαλύπτουν ότι η πιθανότητα ο επιχειρηματίας να έχει εξωστρεφή προσανατολισμό είναι σχετικά υψηλή για τα άτομα με κίνητρο δραστηριοποίησης την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και για εκείνους που δηλώνουν πως υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες στο προσεχές μέλλον. Ωστόσο, αυτές οι δύο μεταβλητές για την περίοδο πριν τη κρίση δεν είναι στατιστικά σημαντικές. Αυτό το ενδιαφέρον εύρημα, ενδεχομένως να υποδηλώνει πως υπό δυσμενείς οικονομικές συνθήκες, οι νέες επιχειρήσεις με ευέλικτες οργανωσιακές ικανότητες τείνουν να επενδύουν σε στρατηγικές διεξόδου σε διεθνείς αγορές σε μια προσπάθεια διεθνοποίησης της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας και διαχείρισης της χαμηλής

ζήτησης που προκάλεσε η οικονομική κρίση στο εγχώριο περιβάλλον τους (Lee et al. 2009). Τέλος, η τεχνολογική αναβάθμιση και η δημιουργία νησίδων αγοράς επηρεάζουν θετικά την πιθανότητα ανάδειξης start-ups με εξωστρεφή χαρακτήρα σε όλες τις εξεταζόμενες περιόδους.

1.5 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΒΑΣΕΙ ΕΡΕΥΝΑΣ ΕΘΝΙΚΩΝ ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΝΩΝ

Το GEM διενεργεί και μία επιπλέον έρευνα πεδίου, εκτός από την έρευνα πληθυσμού, που αφορά συνεντεύξεις με εθνικούς εμπειρογνώμονες, οι οποίοι επιλέγονται λόγω της γνώσης και των εμπειριών που κατέχουν σε διάφορες διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος σε κάθε χώρα. Πρόκειται για ακαδημαϊκούς, άτομα που προέρχονται από τον επιχειρηματικό χώρο, αλλά και διαμορφωτές πολιτικής. Στην Ελλάδα η ομάδα των εθνικών εμπειρογνωμόνων περιλαμβάνει 36 άτομα, τα οποία κατανέμονται (ανά τέσσερα) στις 9 διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος που περιγράφονται στο Παράρτημα.

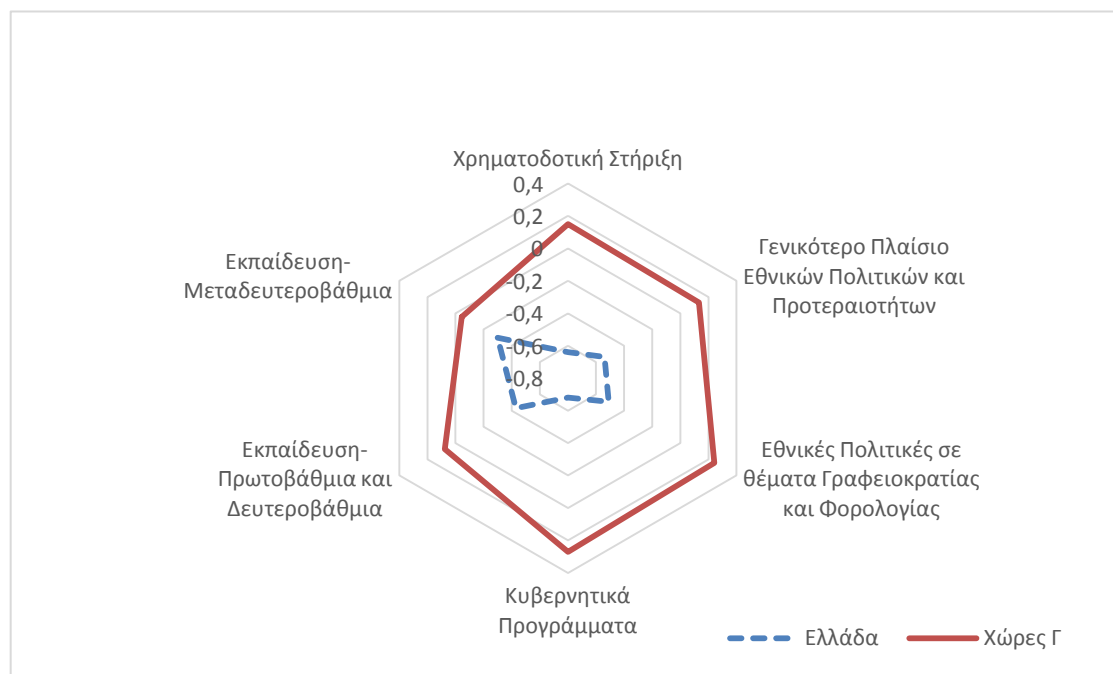
Σκοπός αυτής της πλευράς του ερευνητικού προγράμματος του GEM είναι να εξαγάγει συμπεράσματα για το επιχειρηματικό περιβάλλον σε κάθε χώρα, πληροφόρηση την οποία δεν είναι πάντα σε θέση να παρέχουν τα ίδια τα άτομα που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά και τα οποία απαντούν στην έρευνα πληθυσμού.

Προκειμένου να είναι δυνατή μεγαλύτερη ανάλυση των σχετικών ευρημάτων, τρεις από τις εννέα διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος (βλέπε το Παράρτημα) υποδιαιρούνται σε δύο υποδιαστάσεις η κάθε μία. Έτσι, η εκπαίδευση υποδιαιρείται σε πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση αφενός, και μεταλυκειακή εκπαίδευση, αφετέρου. Οι κυβερνητικές πολιτικές υποδιαιρούνται σε γενικές πολιτικές και πολιτικές ρύθμισης των αγορών. Τέλος, η διάσταση της εσωτερικής αγοράς υποδιαιρείται στη διάσταση της ταχύτητας των μεταβολών αφενός, και σε εκείνη που αφορά το πόσο ανοιχτή είναι, αφετέρου. Τα δύο διαγράμματα που ακολουθούν συγκρίνουν τις γνώμες των Ελλήνων εμπειρογνωμόνων με εκείνες των εμπειρογνωμόνων στις άλλες χώρες καινοτομίας (δηλαδή μέσος όρος χωρών Γ).

Το Διάγραμμα 1.19 παρακάτω παρουσιάζει την αξιολόγηση των Ελλήνων εμπειρογνωμόνων σε σχέση με τον μέσο όρο των αξιολογήσεων στις χώρες καινοτομίας, για τις πρώτες τέσσερις διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος στον κατάλογο που προηγήθηκε. Όπως δε αναφέρθηκε ήδη, δύο

από αυτές (εκπαίδευση και κυβερνητικές πολιτικές) έχουν υποδιαιρεθεί σε δύο υποδιαστάσεις.

Διάγραμμα 1.19
Διαστάσεις επιχειρηματικού περιβάλλοντος Ι (2013)



Χώρες Γ: καινοτομίας

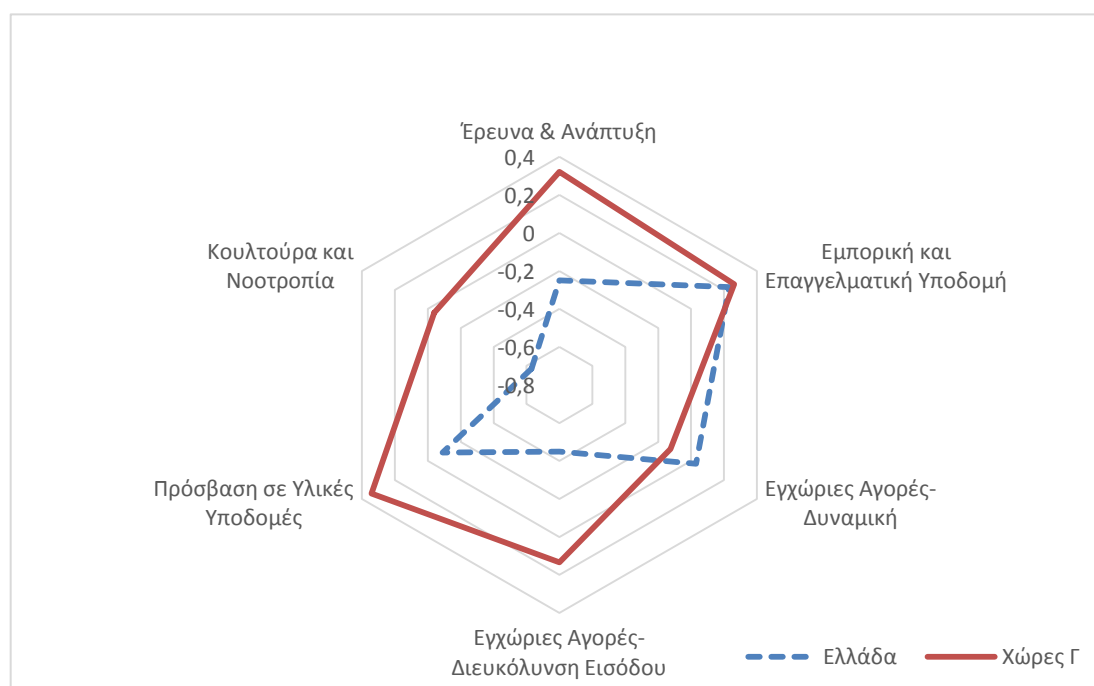
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Από το παραπάνω διάγραμμα φαίνεται με σαφήνεια ότι οι Έλληνες εμπειρογνώμονες αξιολογούν τις συγκεκριμένες διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος με μικρότερες επιδόσεις σε σχέση με τους εμπειρογνώμονες στις άλλες χώρες καινοτομίας που κάνουν τις αντίστοιχες αξιολογήσεις. Δεν πρόκειται για πρωτόγνωρο εύρημα, καθώς όλες οι ετήσιες Εκθέσεις του IOBE επιβεβαιώνουν σταθερά αυτές τις υστερήσεις. Ωστόσο, σε τέσσερις κυρίως διαστάσεις η απόκλιση στις εκτιμήσεις των Ελλήνων εμπειρογνομώνων συγκριτικά με τις εκτιμήσεις των εμπειρογνομώνων σε άλλες χώρες καινοτομίας είναι σημαντική: α) στο γενικότερο πλαίσιο εθνικών πολιτικών και προτεραιοτήτων σε θέματα επιχειρηματικότητας, β) στα κυβερνητικά προγράμματα για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, γ) στη χρηματοδοτική στήριξη νέων επιχειρήσεων, και δ) στις εθνικές πολιτικές σε θέματα γραφειοκρατίας και φορολογίας.

Τα ευρήματα που προέκυψαν από την έρευνα εμπειρογνομόνων επιβεβαιώνουν πως διατηρούνται οι παθογένειες που αναχαιτίζουν την υποστήριξη και την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα όπως γραφειοκρατικά προβλήματα, μη σταθερό φορολογικό σύστημα, αναποτελεσματικές πολιτικές για την ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας και έλλειψη εθνικού σχεδίου δράσης για την τόνωση της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Όπως επίσης, αναδεικνύονται και οι χρηματοδοτικοί περιορισμοί ως βασικό εμπόδιο ίδρυσης και ανάπτυξης επιχειρήσεων, όπως αναμενόταν, λόγω κυρίως της πιστωτικής ασφυξίας και της δημοσιονομικής στενότητας που καταγράφεται σε μεγάλο βαθμό την περίοδο της οικονομικής κρίσης. Στον αντίποδα, ενδιαφέρον παρουσιάζει η μικρή σχετικά απόσταση που παρατηρείται ανάμεσα στις γνώμες Ελλήνων και ξένων εμπειρογνομόνων στις δύο διαστάσεις της εκπαίδευσης.

Το Διάγραμμα 1.20 που ακολουθεί παρουσιάζει τις αξιολογήσεις των εμπειρογνομόνων στις υπόλοιπες έξι διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

Διάγραμμα 1.20
Διαστάσεις επιχειρηματικού περιβάλλοντος II (2013)



Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Ενδιαφέρον εύρημα αποτελεί το γεγονός πως οι Έλληνες εμπειρογνώμονες έχουν πιο θετικές απόψεις για τη δυναμική της εγχώριας αγοράς σε σχέση με τους εμπειρογνώμονες των χωρών καινοτομίας. Για τη διάσταση του επιχειρηματικού πλαισίου που αφορά στην ποιότητα της εμπορικής και επαγγελματικής υποδομής, η αξιολόγηση των Ελλήνων εμπειρογνομώνων ουσιαστικά ταυτίζεται με εκείνη των υπόλοιπων χωρών καινοτομίας. Ωστόσο, εμφανείς είναι οι υστερήσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος στην Ελλάδα σε σχέση με τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας σε θέματα έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης, επιχειρηματικής κουλτούρας και πρόσβασης σε υλικές υποδομές.

Σύμφωνα με τους εθνικούς εμπειρογνώμονες τα βασικά εμπόδια επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στην Ελλάδα εντοπίζονται στην ύπαρξη γραφειοκρατίας κυρίως στο στάδιο έναρξης ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος, στην έλλειψη χρηματοδοτικών πηγών για τη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης ή την ανάπτυξη μιας υφιστάμενης, στην αστάθεια του φορολογικού συστήματος και στην αδύναμη διασύνδεση μεταξύ επιχειρήσεων και πανεπιστημίων με αποτέλεσμα την σημαντική υστέρηση σε θέματα διάχυσης και μεταφοράς γνώσης, τεχνογνωσίας και E&A.

Συνεπώς, η χαμηλή δυναμική της ελληνικής επιχειρηματικότητας φαίνεται πως πηγάζει κυρίως από την έλλειψη ενός αποτελεσματικού οικοσυστήματος επιχειρηματικότητας (εκπαίδευση, διάχυση γνώσης, έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη, πρόσβαση σε χρηματοδότηση, φιλικό θεσμικό πλαίσιο για τις επιχειρήσεις) η οποία μπορεί να θέσει σε κίνδυνο την ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας σε στέρεες βάσεις, μακριά δηλαδή από μια τροχιά ευφυούς, συνεκτικής και βιώσιμης ανάπτυξης.

ΓΕΝΙΚΗ ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ηλικιακή κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτελεί ένα ζήτημα που διερευνάται σταθερά στις ετήσιες έρευνες του GEM σε όλες τις χώρες που συμμετέχουν στο πρόγραμμα. Η βάση δεδομένων που έχει προκύψει αποκαλύπτει σημαντικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης, καθώς δείχνει ότι διαφορετικά ηλικιακά κλιμάκια φαίνεται να επιδεικνύουν μεγαλύτερη έφεση στην επιχειρηματικότητα σε διαφορετικές χώρες, αλλά και σε διαφορετικές χρονικές περιόδους. Προηγούμενες Εκθέσεις του IOBE για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα έχουν στοιχειοθετήσει ότι σχετικές διακυμάνσεις στα ηλικιακά κλιμάκια εμφανίζονται και στη χώρα μας την τελευταία δεκαετία.

Στη διεθνή επιστημονική βιβλιογραφία για το φαινόμενο της επιχειρηματικότητας η ηλικία στην οποία κάποιος αποφασίζει να εισέλθει στον επιχειρηματικό στίβο έχει αντιμετωπιστεί ως παράγοντας κρίσιμος για τον επιχειρηματικό δυναμισμό μιας κοινωνίας. Ωστόσο, αυτό δεν σημαίνει ότι η δραστηριοποίηση σε μικρότερες ηλικίες –ή το αντίθετο βεβαίως- μπορεί να θεωρηθεί μονοσήμαντα ως ένδειξη επιχειρηματικού δυναμισμού, καθώς διαφορετικές ηλικίες συσχετίζονται με διαφορετικά τόσο πλεονεκτήματα, όσο και μειονεκτήματα όταν δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά.

Από τη μία πλευρά, οι νεότερες ηλικίες θεωρείται ότι χαρακτηρίζονται από μεγαλύτερη διάθεση πειραματισμού και μεγαλύτερη τόλμη όταν δρουν επιχειρηματικά, δεδομένου ότι το «κόστος ευκαιρίας» που αντιμετωπίζουν –αυτά δηλαδή που διακινδυνεύουν να χάσουν λόγω της επιχειρηματικής τους δραστηριοποίησης- δεν είναι ιδιαίτερο υψηλό. Το γεγονός δε ότι έχουν πρόσφατα εγκαταλείψει το εκπαιδευτικό σύστημα σημαίνει ότι έχουν μια εξοικείωση με την τελευταία λέξη της επιστημονικής γνώσης, σε αντίθεση με εκείνους που εισέρχονται στον επιστημονικό στίβο σε μεγαλύτερες ηλικίες. Ωστόσο, οι νεότερες ηλικίες υστερούν σε επαγγελματική εμπειρία και, άρα, στη γνώση των πραγματικών

συνθηκών της αγοράς στην οποία οι νεότεροι επίδοξοι επιχειρηματίες προτίθενται να δραστηριοποιηθούν.

Από την άλλη πλευρά, το κόστος ευκαιρίας των μεγαλύτερων ηλικιών είναι υψηλότερο, κάτι που αναπόφευκτα μειώνει τη διάθεση ανάληψης μεγάλων κινδύνων και πειραματισμών. Επιπροσθέτως, η χρονική απόσταση που τις χωρίζει από την εκπαιδευτική διαδικασία ενδεχομένως σημαίνει ότι τις χαρακτηρίζει κάποια γνωστική απόσταση από τις πιο πρόσφατες επιστημονικές εξελίξεις. Ωστόσο, οι μεγαλύτερες ηλικίες υπερτερούν ως προς τη συσσωρευμένη γνώση της αγοράς που κατέχουν, κάτι που επιτρέπει να υποτεθεί ότι η ανακάλυψη ευκαιριών στην αγορά θα είναι πιο έγκυρη από εκείνη που κινητοποιεί την επιχειρηματική δραστηριοποίηση των νεοτέρων.

Τα παραπάνω υποδηλώνουν ότι υψηλή νεανική επιχειρηματικότητα σε μία οικονομία δεν μπορεί να θεωρηθεί μονοσήμαντα ως θετικό ή αρνητικό χαρακτηριστικό. Σε κάποιες περιπτώσεις μπορεί πράγματι να θεωρηθεί ένδειξη δυναμισμού ενώ, σε κάποιες άλλες, να αντανακλά τη δυσκολία των νέων να εξασφαλίσουν θέσεις μισθωτής εργασίας –να συνιστά δηλαδή κυρίως επιχειρηματικότητα ανάγκης. Άρα, ο θετικός χαρακτήρας της νεανικής επιχειρηματικότητας, ή το αντίθετο, πρέπει να αναζητηθεί κυρίως στα ποιοτικά της χαρακτηριστικά.

Σε αυτό το Κεφάλαιο, ως νεανική επιχειρηματικότητα ορίζεται η επιχειρηματική δραστηριοποίηση του ηλικιακού κλιμακίου 18-34. Είναι προφανές ότι σε ένα τέτοιο πλαίσιο ο τύπος της επιχειρηματικότητας που κυρίως ενδιαφέρει είναι η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Με άλλα λόγια, οι νέοι καθιερωμένοι επιχειρηματίες το πιθανότερο είναι να βρίσκονται στη διοίκηση επιχειρήσεων για λόγους κληρονομικούς και όχι επειδή τις ίδρυσαν οι ίδιοι. Άρα, η ανάλυση εδώ θα εστιάσει στους νέους που εισέρχονται τώρα στον επιχειρηματικό στίβο.

Η έμφαση βεβαίως είναι στην εξέλιξη της νεανικής επιχειρηματικότητας στη Ελλάδα κατά την τελευταία δεκαετία, την περίοδο δηλαδή ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Η ανάλυση της διαχρονικής εξέλιξης των σχετικών δεικτών είναι σημαντική γιατί επιτρέπει την εξέταση του τρόπου με τον οποίο η

κρίση τους έχει επηρεάσει. Τέλος, εισαγωγικά, κάθε δείκτης εξετάζεται συγκριτικά με τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας. Η σύγκριση αυτή αφορά το 2012, καθώς για αυτό το έτος υπάρχουν τα πιο πρόσφατα συγκριτικά στοιχεία.

2.1 Η ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Το 2012 στις χώρες καινοτομίας⁷ ένα ποσοστό 7,48% των νέων μεταξύ των 18 και 34 ετών έκανε τα πρώτα του βήματα στον επιχειρηματικό στίβο, ήταν δηλαδή επιχειρηματίες αρχικών σταδίων με βάση την ορολογία του GEM. Το αντίστοιχο ποσοστό για την ηλικιακή ομάδα 35-64 ήταν 6,40%. Η διαφορά δεν είναι σημαντική, ιδίως δε αν λάβει κανείς υπόψη ότι σε όλες τις χώρες ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στο υψηλότερο ηλικιακό κλιμάκιο (55-64) εμφανίζει απότομη πτώση, γίνεται φανερό ότι στις χαμηλότερες ηλικίες ο δείκτης είναι μάλλον σταθερός.

Την ίδια σταθερότητα αντανακλούν και τα δεδομένα για τη χώρα μας την τελευταία δωδεκαετία (2003-2014), τα οποία παρουσιάζονται στον Πίνακα 2.1 και στο Διάγραμμα 2.1 παρακάτω.

Πίνακας 2.1

Εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων των νέων και μεγαλύτερων ηλικιακών κλιμακίων (% ως προς τον πληθυσμό της αντίστοιχης ηλικιακής ομάδας)

Έτος	Νέοι	Μέσοι*
2003	6,25	5,04
2004	6,37	5,33
2005	6,8	7,8
2006	7,45	7,61
2007	5,4	4,7
2008	14,35	7,32
2009	9,81	6,55
2010	4.55	5.85
2011	7.72	8.1
2012	7.18	5.98
2013	6.79	4.3
2014	10.47	5.89

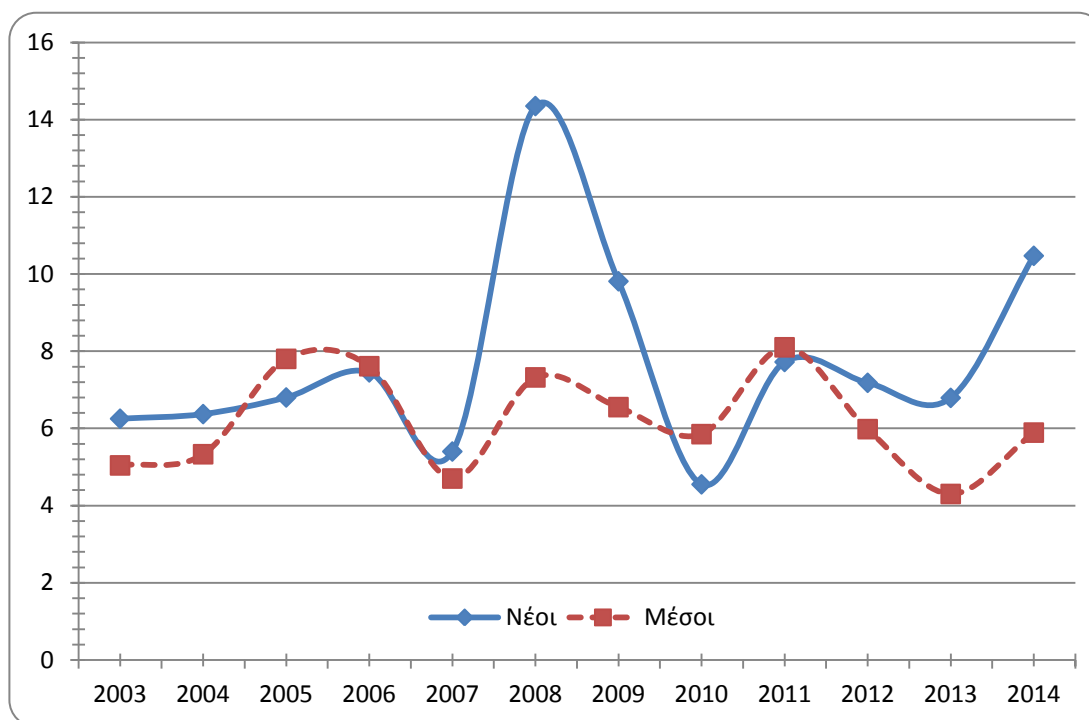
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

⁷ Οι χώρες καινοτομίας για το 2012 ήταν οι ΗΠΑ, Ελλάδα, Ολλανδία, Βέλγιο, Γαλλία, Ισπανία, Ελβετία, Αυστρία, Ηνωμένο Βασίλειο, Δανία, Σουηδία, Νορβηγία, Γερμανία, Σιγκαπούρη, Ιαπωνία, Κορέα, Πορτογαλία, Ιρλανδία, Φινλανδία, Σλοβενία, Σλοβακία, Ταϊβάν, Ισραήλ.

*Ως μέσοι ονομάζονται στην ανάλυση τα άτομα στον πληθυσμό που δεν ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των νέων, δηλαδή η ομάδα των μέσων αναφέρεται στο ηλικιακό κλιμάκιο 35-64 ετών.

Διάγραμμα 2.1

Εξέλιξη νεανικής και μέσης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων (ως % του πληθυσμού της αντίστοιχης ηλικιακής ομάδας)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Τα δεδομένα λοιπόν της τελευταίας δωδεκαετίας υποδηλώνουν ότι στην Ελλάδα τα ποσοστά επιχειρηματικής δραστηριοποίησης του ηλικιακού κλιμακίου 18-34 δεν διαφέρουν σημαντικά από εκείνα των μεγαλύτερων ηλικιών. Ωστόσο, υπάρχουν δύο χρονικές περιόδους όπου η διαφορά εμφανίζεται έντονη. Η πρώτη είναι η διετία 2008-2009, κατά την οποία ο δείκτης της νεανικής επιχειρηματικότητας εμφανίζεται πολύ υψηλός –μάλιστα, το 2008 ήταν ακριβώς διπλάσιος από τις μεγαλύτερες ηλικίες. Θα επιχειρηθεί στη συνέχεια να εξεταστεί από άλλη σκοπιά αν αυτή η διαφορά μπορεί να εξηγηθεί με βάση τα δεδομένα εκείνης της εποχής, ή αν πρέπει να αποδοθεί σε αστοχία της δειγματοληψίας της έρευνας πληθυσμού.

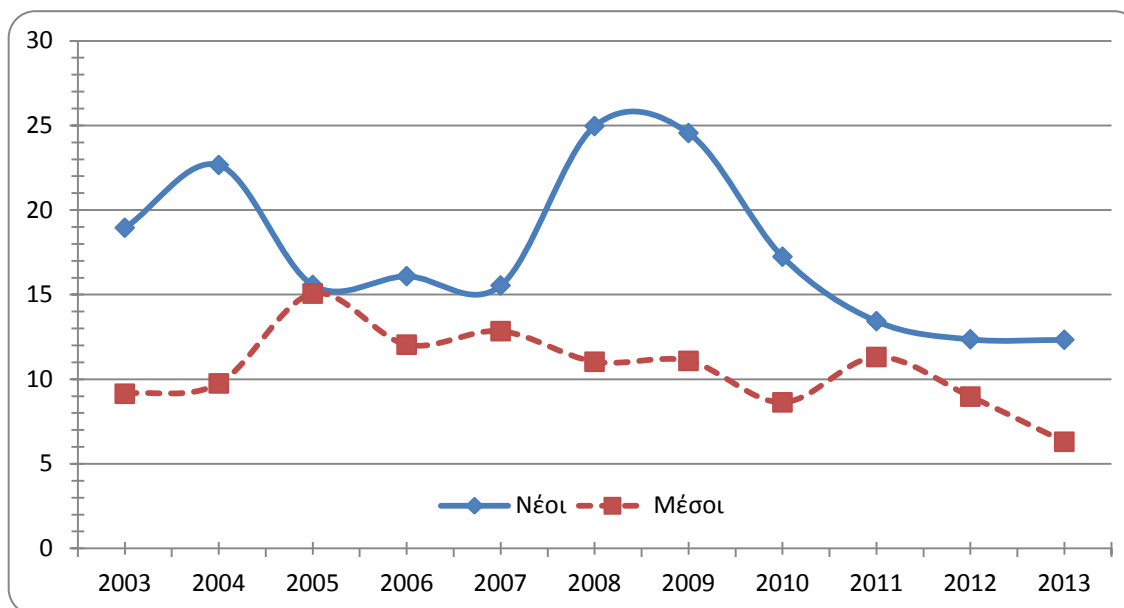
Η δεύτερη περίοδος είναι η τελευταία τριετία (2012-2014). Εδώ, από τη μία πλευρά φαίνεται ότι η εξέλιξη της νεανικής επιχειρηματικότητας είναι απόλυτα ομόρροπη με εκείνη των μεγαλύτερων ηλικιών, αλλά, από την άλλη, ο δείκτης της νεανικής

επιχειρηματικότητα εμφανίζεται σταθερά υψηλότερος. Μάλιστα, κατ' αυτή την τριετία ο δείκτης της νεανικής επιχειρηματικότητας αυξάνει συνεχώς τη διαφορά από τον δείκτη των μεγαλύτερων ηλικιών. Με βάση τη σχετική συζήτηση στην αρχή αυτού του Κεφαλαίου, η αξιολόγηση αυτού του ευρήματος δεν μπορεί να είναι μονοσήμαντα θετική ή αρνητική. Για παράδειγμα, η υψηλότερη επιχειρηματικότητα των νέων ενδεχομένως να προέρχεται από τη δυσκολία εύρεσης μισθωτής απασχόλησης –να πρόκειται δηλαδή για επιχειρηματικότητα ανάγκης, κάτι που θα διερευνηθεί στην επόμενη Ενότητα. Εναλλακτικά, θα μπορούσε να υποτεθεί ότι η υψηλότερη ενασχόληση των νέων με την επιχειρηματική δραστηριότητα αντανακλάται θετικά στα ποιοτικά χαρακτηριστικά των νεανικών εγχειρημάτων.

Ένας τρόπος να διερευνηθεί η αμφισημία των δύο περιόδων είναι με την ανάλυση της προδιάθεσης του συνολικού πληθυσμού έναντι της προοπτικής επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Με άλλα λόγια, ενώ οι δείκτες που καταγράφονται στον προηγούμενο Πίνακα και το Διάγραμμα αφορούν το ποσοστό –νέων ή μεγαλύτερων- που ξεκίνησαν επιχειρηματική δραστηριότητα, θα επιχειρηθεί τώρα να διερευνηθεί το ποσοστό του γενικού πληθυσμού –τόσο δηλαδή των επιχειρηματιών, όσο και εκείνων που δεν έχουν ακόμα δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά- που δηλώνουν ότι προτίθενται να εισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο κατά την επόμενη τριετία. Πρόκειται για σημαντικό δείκτη, ο οποίος μπορεί να θεωρηθεί μέτρο της αισιοδοξίας του πληθυσμού έναντι της επιχειρηματικής προοπτικής. Το Διάγραμμα 2.2. που ακολουθεί καταγράφει την εξέλιξη αυτού του δείκτη κατά την τελευταία δωδεκαετία.

Διάγραμμα 2.2

% Πληθυσμού που δηλώνει πως αναμένεται να ξεκινήσει ένα επιχειρηματικό εγχείρημα εντός των επόμενων 3 ετών



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Τα δεδομένα του Διαγράμματος οδηγούν σε ενδιαφέροντα συμπεράσματα σχετικά με τις δύο περιόδους που αναφέρθηκαν παραπάνω. Ως προς την πρώτη (2008-2009), τα δεδομένα αυτά ενισχύουν ακόμα περισσότερο τα ευρήματα που παρουσιάστηκαν στο Διάγραμμα 2.1. Δεν είναι μόνο ότι διπλάσιο ποσοστό νέων –σε σύγκριση με τις μεγαλύτερες ηλικίες- ωθούνταν στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Διπλάσιο επίσης ήταν και το ποσοστό των νέων στον γενικό πληθυσμό που εκτιμούσε ότι ήταν πολύ πιθανό να ξεκινήσει ένα νέο εγχείρημα κατά την επόμενη τριετία. Επρόκειτο, άρα, για μια περίοδο γενικής αισιοδοξίας σχετικά με τις επιχειρηματικές προοπτικές των νέων. Άλλωστε, η χώρα βρισκόταν ακόμα σε κατάσταση οικονομικής ευφορίας, καθώς η κρίση δεν είχε ακόμα γίνει αντιληπτή για τον γενικό πληθυσμό. Το ΕΣΠΑ βρισκόταν στην εκκίνηση, με ειδικό μάλιστα πρόγραμμα ενίσχυσης της νεανικής επιχειρηματικότητας, ενώ γενικότερα η πρόσβαση σε ρευστότητα φαινόταν άνετη.

Βεβαίως, όπως φαίνεται καθαρά στο Διάγραμμα 2.2, τα ποσοστά εκείνων –τόσο νέων, όσο και μεγαλύτερων- που θεωρούσαν πιθανό να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά τα επόμενα τρία χρόνια καταποντίζονται μετά το 2009, όταν η

δημοσιονομική κρίση πλέον γίνεται φανερή και η οικονομία μπαίνει σε ύφεση. Ωστόσο, κατά την τελευταία τριετία η πτώση των σχετικών ποσοστών της νεανικής επιχειρηματικότητας είναι μικρότερη εκείνης των μεγαλύτερων ηλικιών. Άρα αυτό εξηγεί το εύρημα που καταγράφεται στο Διάγραμμα 2.1, ότι δηλαδή μεγαλύτερα ποσοστά νέων δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά αυτή την περίοδο.

2.2 ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΝΑΓΚΗΣ ΚΑΙ ΕΥΚΑΙΡΙΑΣ

Οι έρευνες του GEM έχουν αποκαλύψει ότι υπάρχει στενή σχέση ανάμεσα στις προοπτικές απασχόλησης και την έφεση προς επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Το εύρημα αυτό προέρχεται ερευνητικά από τη διάκριση μεταξύ επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας. Η πρώτη αφορά τα άτομα που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά επειδή δεν είναι σε θέση να εξασφαλίσουν κάποιο εισόδημα με άλλο τρόπο, δηλαδή με μισθωτή απασχόληση. Από την άλλη πλευρά, η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας αναφέρεται σε άτομα που εισέρχονται στον επιχειρηματικό στίβο για να εκμεταλλευθούν μιαν ευκαιρία που έχουν ανακαλύψει, κάτι το οποίο είναι –πρώτα και κύρια για τους ίδιους- ανεξάρτητο από τη δυνατότητά τους να εξασφαλίσουν μισθωτή απασχόληση. Οι έρευνες του GEM έχουν δείξει ότι υψηλή επιχειρηματικότητα ανάγκης εμφανίζεται στις φτωχότερες χώρες του πλανήτη, ενώ στις πλουσιότερες υπερτερεί συντριπτικά η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας.

Ωστόσο, η έννοια της επιχειρηματικότητας ανάγκης είναι προφανώς άρρηκτα συνδεδεμένη με την απασχόληση και την ανεργία. Θα περίμενε λοιπόν κανείς να καταγράφονται υψηλότερα επίπεδα επιχειρηματικότητας ανάγκης σε περίοδο κρίσης και υψηλής ανεργίας. Επίσης, θα ήταν αναμενόμενο η επιχειρηματικότητα ανάγκης να εμφανίζεται υψηλότερη σε ομάδες του πληθυσμού που καταγράφουν υψηλότερα ποσοστά ανεργίας. Προφανώς πρόκειται για συλλογισμό με ιδιαίτερη αξία για την ανάλυση της νεανικής επιχειρηματικότητας στη σημερινή Ελλάδα, όπου η νεανική ανεργία καταγράφεται σε δυσθεώρητα ύψη.

Οι έρευνες του GEM έχουν αποκαλύψει ότι στις χώρες καινοτομίας η επιχειρηματικότητα ανάγκης εμφανίζεται σταθερά χαμηλότερη στις νεαρότερες ηλικίες, ενώ αντιστρόφως, η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας είναι υψηλότερη. Για παράδειγμα, στις χώρες καινοτομίας το 2012 το ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων του ηλικιακού κλιμακίου 18-34 που δήλωναν ως βασικό τους κίνητρο την ανάγκη ήταν 15,59%, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των μεγαλύτερων

ηλικιών ήταν 20,40%.⁸ Τα δεδομένα αυτά αντανακλούν βεβαίως τη γνωστή πραγματικότητα ότι η εύρεση μισθωτής απασχόλησης, για κάποιον που χάνει τη δουλειά του, γίνεται δυσκολότερη σε μεγαλύτερες ηλικίες.

Τα δεδομένα της Ελλάδας το 2012 σχετικά με την επιχειρηματικότητα ανάγκης εμφανίζονται διπλάσια από τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (29,80% για τους νέους, έναντι 33,80% για τις μεγαλύτερες ηλικίες). Από τη μία πλευρά, διαπιστώνεται και στη χώρα μας ότι η επιχειρηματικότητα ανάγκης είναι υψηλότερη στις μεγαλύτερες ηλικίες –βεβαίως, θα εξεταστεί αναλυτικότερα στη συνέχεια αν αυτό ισχύει διαχρονικά ή αν πρόκειται για τυχαίο εύρημα το 2012. Ωστόσο, είναι προφανές ότι η οικονομική κρίση στην οποία βρίσκεται η Ελλάδα έχει διαφοροποιήσει σημαντικά τους δείκτες της επιχειρηματικότητας ανάγκης από τους μέσους όρους των χωρών καινοτομίας.

Είναι άρα αναγκαία η διερεύνηση της διαχρονικής εξέλιξης αυτών των δεικτών στη χώρα μας σε όλα τα χρόνια της ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM, με άλλα λόγια, τόσο πριν, όσο και μετά την εκδήλωση της κρίσης και την βύθιση της ελληνικής οικονομία σε βαθιά ύφεση. Ο Πίνακας 2.2 που ακολουθεί παρουσιάζει τα δεδομένα της επιχειρηματικότητας ανάγκης στην Ελλάδα για τους νέους και τις μεγαλύτερες ηλικίες από το 2003 έως και το 2013. Τα ίδια δεδομένα παρουσιάζονται και σε διαγραμματική μορφή (Διάγραμμα 2.3), έτσι ώστε να είναι σαφέστερη η διαχρονική εξέλιξη των δεικτών.

⁸ Τα αντίστοιχα ποσοστά για την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας στις χώρες καινοτομίας είναι 80,88% για τους νέους και 74,82% για τους μεγαλύτερους.

Πίνακας 2.2

Εξέλιξη επιχειρηματικότητας ανάγκης των νέων και μεγαλύτερων ηλικιακών κλιμακίων (% ως προς την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων της αντίστοιχης ηλικιακής ομάδας)

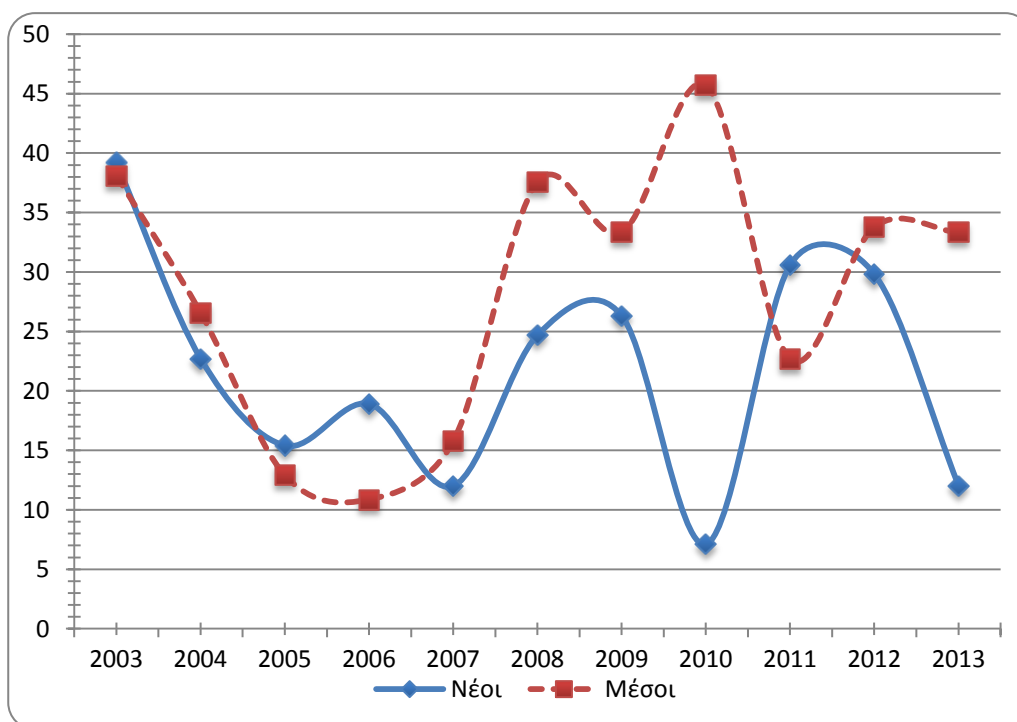
	Νέοι	Μέσοι*
2003	39,2	38,1
2004	22,7	26,56
2005	15,4	12,9
2006	18,9	10,87
2007	12	15,79
2008	24,7	37,6
2009	26,3	33,33
2010	7,1	45,68
2011	30,6	22,68
2012	29,8	33,8
2013	12	33,33

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

*Ως μέσοι ονομάζονται στην ανάλυση τα άτομα στον πληθυσμό που δεν ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των νέων, δηλαδή η ομάδα των μέσων αναφέρεται στο ηλικιακό κλιμάκιο 35-64 ετών.

Διάγραμμα 2.3

Εξέλιξη επιχειρηματικότητας ανάγκης των νέων και μεγαλύτερων ηλικιακών κλιμακίων (ως % της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων της αντίστοιχης ηλικιακής ομάδας)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Το πρώτο σημείο που αξίζει να σχολιαστεί είναι η σχεδόν απόλυτη ταύτιση των ποσοστών της επιχειρηματικότητας ανάγκης ανάμεσα στις δύο ηλικιακές ομάδες την περίοδο 2003-2007. Πρόκειται βεβαίως για μια περίοδο ευημερίας για την ελληνική οικονομία, κατά την οποία, όπως είναι αναμενόμενο, η επιχειρηματικότητα ανάγκης μειωνόταν ραγδαία, ενώ καταγραφόταν στα ίδια επίπεδα για νέους και μεγαλύτερους επιχειρηματίες που ξεκινούσαν την επιχειρηματική τους σταδιοδρομία.

Ένα δεύτερο σημείο είναι ότι, όπως έχει ήδη επισημανθεί σε όλες τις Εκθέσεις του IOBE τα τελευταία χρόνια, από το 2008 ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων εμφανίζει εξαιρετικά έντονη διακύμανση. Το ενδιαφέρον στοιχείο που προκύπτει από την ανάλυση της επιχειρηματικότητας ανάγκης των δύο ηλικιακών ομάδων είναι ότι η εξέλιξή της παύει να είναι ομόρροπη. Ενώ μέχρι το 2007 οι δύο δείκτες (επιχειρηματικότητας ανάγκης για το ηλικιακό κλιμάκιο 18-34 και για το κλιμάκιο 35-64) εξελίσσονται στην ίδια κατεύθυνση, κατά τα περισσότερα έτη μετά το 2008 οι δείκτες εξελίσσονται σε αντίθετη κατεύθυνση. Για παράδειγμα, το 2010 η επιχειρηματικότητα ανάγκης των νεότερων ηλικιών εμφανίζει μεγάλη πτώση σε σύγκριση με το 2009, ενώ αντίστροφη είναι η εξέλιξη της επιχειρηματικότητας ανάγκης των μεγαλύτερων ηλικιών.

Το τελευταίο ζήτημα που πρέπει να επισημανθεί είναι ότι στην περίοδο της κρίσης το κίνητρο της επιχειρηματικότητας ανάγκης εμφανίζεται σταθερά υψηλότερο στις μεγαλύτερες ηλικίες από ό,τι στις νεότερες. Από μία πλευρά αυτό δεν πρέπει να εκπλήσσει καθώς, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η επιχειρηματικότητα ανάγκης τείνει να είναι υψηλότερη στις μεγαλύτερες ηλικίες σε όλες τις χώρες καινοτομίας. Ωστόσο, το ύψος της ανεργίας των νέων στην Ελλάδα είναι τόσο μεγάλο, ώστε θα περίμενε κανείς η ανάγκη να συνιστά ισχυρότερο κίνητρο, σε σύγκριση με ένα άτομο μεγαλύτερης ηλικίας, για να δραστηριοποιηθεί ένας νέος επιχειρηματικά.

Η εξήγηση πρέπει μάλλον να αναζητηθεί στη σχετική ένταση με την οποία το κίνητρο της ανάγκης λειτουργεί σε κάθε μια από τις δύο ηλικιακές ομάδες. Για τους μεγαλύτερους, η έκλειψη δυνατοτήτων μισθωτής απασχόλησης –η οποία μάλιστα

μπορεί να έχει λάβει τον αποκαρδιωτικό χαρακτήρα μιας πρόσφατης απόλυσης από μια θέση εργασίας την οποία το άτομο αυτό είχε συνηθίσει να θεωρεί ως μόνιμη-λειτουργεί άμεσα ως κινητοποιών παράγοντας για την είσοδο στον επιχειρηματικό στίβο ως επιχειρηματίας ανάγκης. Άλλωστε, στις μεγαλύτερες ηλικίες, οι οποίες είναι συνήθως επιφορτισμένες με τον βιοπορισμό της οικογένειας, η έλλειψη άλλων δυνατοτήτων απασχόλησης υποχρεώνει την άμεση δραστηριοποίηση για τη διασφάλιση αυτού του βιοπορισμού. Αντίθετα, σε μια νοτιοευρωπαϊκή χώρα σαν την Ελλάδα, η ισχύς του θεσμού της οικογένειας σημαίνει ότι ένας άνεργος νέος μπορεί ακόμα να υπολογίζει στην οικονομική υποστήριξη της οικογένειας, οπότε για αυτόν η μη εύρεση μισθωτής απασχόλησης, ως κίνητρο για επιχειρηματική δραστηριοποίηση, να είναι λιγότερο ισχυρό.

Το εύρημα αυτό μπορεί όμως να διερευνηθεί και από μια άλλη σκοπιά. Το γεγονός ότι η επιχειρηματικότητα ανάγκης εμφανίζει χαμηλότερα ποσοστά στους νέους σε σύγκριση με τις μεγαλύτερες ηλικίες σημαίνει ότι ως προς την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας πρέπει να συμβαίνει ακριβώς το αντίστροφο.⁹ Αλλά αν συμβαίνει αυτό, περιμένει κανείς ότι θα υπάρχει κάποια ένδειξη στις μεταβλητές που αναφέρονται στην επιχειρηματική προδιάθεση των νέων που θα υποδηλώνει κάποια αξιολογη διαφορά στην αντίληψή τους για την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών σε σύγκριση με τους μεγαλύτερους.

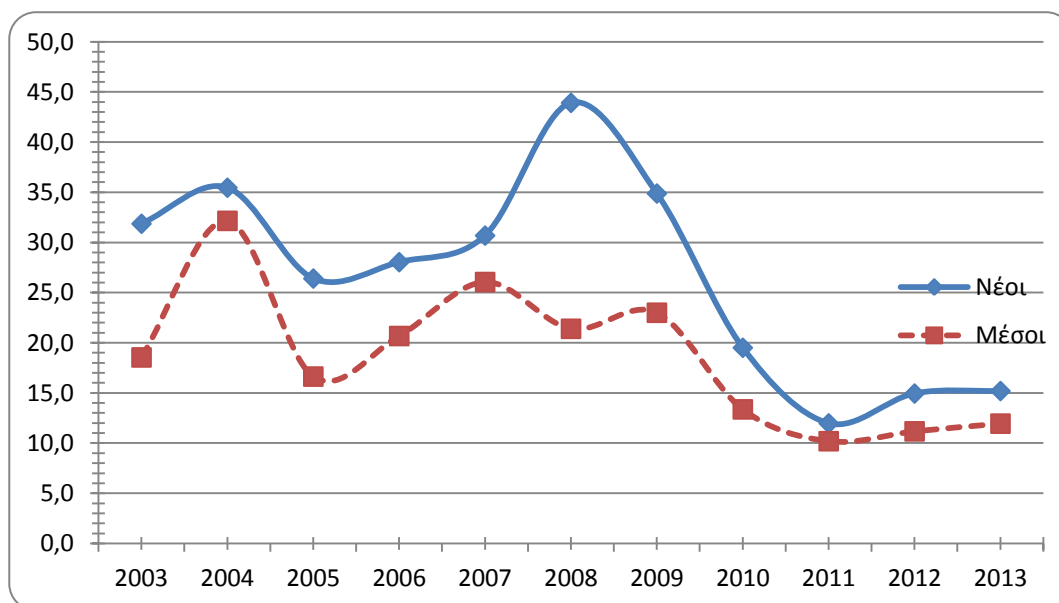
Υπάρχει πράγματι μια τέτοια μεταβλητή, η οποία προέρχεται από την ερώτηση που υπάρχει στο ερωτηματολόγιο του GEM και απευθύνεται σε ολόκληρο το δείγμα της έρευνας πληθυσμού –και όχι αποκλειστικά σε όσους δηλώνουν ότι έχουν κάποια επιχειρηματική δραστηριότητα- και ερωτά αν ο απαντών κρίνει ότι θα υπάρξουν καλές επιχειρηματικές ευκαιρίες στο μέρος που ζει κατά το επόμενο εξάμηνο. Το 2012, ο μέσος όρος των νέων στις χώρες καινοτομίας που απαντούσαν θετικά στο

⁹ Μολονότι το άθροισμα των δεικτών επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας δεν ισούται ακριβώς με το δείκτη της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων (υπάρχουν δηλαδή απαντήσεις στην έρευνα πληθυσμού οι οποίες δεν είναι δυνατό να θεωρηθούν ότι αντιστοιχούν με ακρίβεια σε ένα από τα δύο κίνητρα), εντούτοις πλησιάζει πολύ σε αυτό. Στο Παράρτημα υπάρχει αναλυτική αναφορά στην ορολογία του GEM και στις σχέσεις μεταξύ των μεταβλητών.

ερώτημα ήταν 58,15%, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τις μεγαλύτερες ηλικίες ήταν 51,21%. Με άλλα λόγια, οι νέοι εμφανίζονταν πιο αισιόδοξοι για την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών από τους μεγαλύτερους. Το Διάγραμμα 2.4 που ακολουθεί καταγράφει τα αντίστοιχα ποσοστά για την Ελλάδα για ολόκληρη την περίοδο 2003-2013, την περίοδο δηλαδή της ελληνικής συμμετοχής στο GEM.

Διάγραμμα 2.4

Επιχειρηματικές ευκαιρίες στο επόμενο εξάμηνο που εντοπίζουν οι νέες και οι μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες (ως % του πληθυσμού κάθε ηλικιακής ομάδας)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Το πρώτο ζήτημα που πρέπει να επισημανθεί είναι ότι το 2012 το ποσοστό των Ελλήνων (όλων των ηλικιών) που «έβλεπαν» επιχειρηματικές ευκαιρίες ήταν σημαντικά κατώτερο του μέσου όρου στις χώρες καινοτομίας. Ωστόσο, αυτό το εύρημα προκύπτει σταθερά σε όλες τις έρευνες του GEM και, όπως έχει επανειλημμένα σημειωθεί στις Εκθέσεις του IOBE, πρόκειται για ένα στοιχείο που χαρακτηρίζει αρνητικά τον δυναμισμό της επιχειρηματικότητας στη χώρα μας. Αξίζει δε να υπογραμμιστεί ότι το φαινόμενο αυτό εμφανίζεται τόσο στην περίοδο της κρίσης, όσο και στην προηγούμενη περίοδο της οικονομικής ευμάρειας.

Με μόνη εξαίρεση το 2008, τα ποσοστά νέων και μεγαλύτερων που απαντούν θετικά στην ερώτηση περί ύπαρξης επιχειρηματικών ευκαιριών κινούνται απόλυτα ομόρροπα. Ωστόσο, και τα 11 έτη για τα οποία υπάρχουν σχετικά δεδομένα, τα

ποσοστά των νέων είναι σταθερά υψηλότερα από τα ποσοστά των μεγαλύτερων ηλικιών. Οι νέοι εμφανίζονται λοιπόν πιο οξυδερκείς από τις μεγαλύτερες ηλικίες ως προς την αντίληψη ευκαιριών. Με δεδομένο μάλιστα ότι οι δείκτες αυτοί – αντίληψης ευκαιριών- προέρχονται από ολόκληρο το δείγμα της έρευνας πεδίου σημαίνει ότι είναι ανεξάρτητοι από τη «νεανική επιπολαιότητα» την οποία ενδεχομένως να επιδεικνύουν κάποιοι που αποφασίζουν να εισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο χωρίς καλή προετοιμασία και υποτιμώντας τους πραγματικούς κινδύνους. Άρα, η υψηλότερη επιχειρηματικότητα ευκαιρίας των νέων σε σύγκριση με τους μεγαλύτερους δεν μπορεί παρά να συνδέεται με το εύρημα ότι οι νέοι εμφανίζουν μεγαλύτερη ικανότητα να αντιλαμβάνονται επιχειρηματικές ευκαιρίες.

2.3 Η ΚΛΑΔΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΝΕΑΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Ο κλάδος στον οποίο κατευθύνονται τα νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα σε κάθε χώρα θεωρείται ότι παρέχει μια σημαντική ένδειξη του δυναμισμού τους. Μολονότι ένα νέο επιχειρηματικό εγχείρημα μπορεί να συμβάλλει στη μεγέθυνση του ΑΕΠ σε οποιονδήποτε κλάδο οικονομικής δραστηριότητας και αν κατευθύνεται, η επίπτωσή του θα είναι ισχυρότερη όσο νωρίτερα εκδηλώνεται στην αλυσίδα αξίας μιας οικονομίας, καθώς έτσι θα παράσχει οφέλη σε ένα μεγαλύτερο μέρος δρώντων, στην πορεία παροχής προϊόντων και υπηρεσιών προς τον τελικό καταναλωτή. Σε αυτή τη βάση, όπως έχει επανειλημμένα επισημανθεί σε όλες τις Εκθέσεις του IOBE στο πλαίσιο του GEM, αποτελεί αρνητική ένδειξη του δυναμισμού της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα το γεγονός ότι η πλειονότητα των νέων εγχειρημάτων κατευθύνεται προς την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών προς τον τελικό καταναλωτή.¹⁰

Στο διεθνή χώρο, η εικόνα αυτή δεν διαφοροποιείται σημαντικά ανάμεσα σε νέους και μεγαλύτερους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, όπως είναι φανερό από τα δεδομένα που παρουσιάζονται στον Πίνακα 2.3 που ακολουθεί και τα οποία είναι οι μέσοι όροι των χωρών καινοτομίας.

¹⁰ Βεβαίως αυτό παρατηρείται σε όλες τις χώρες, αλλά όχι στον βαθμό που καταγράφεται στην Ελλάδα. Ωστόσο, πρέπει να επισημανθεί ότι η επικέντρωση στον τελικό καταναλωτή έχει μειωθεί στην περίοδο της κρίσης, όπως συζητείται και παρακάτω.

Πίνακας 2.3

Κλαδική κατανομή επιχειρηματικής δραστηριοποίησης νέων και μεγαλύτερων ηλικιακών ομάδων

Πρωτογενής Τομέας		Μεταποιητική δραστηριότητα		Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις		Προϊόντα & υπηρεσίες προς καταναλωτές	
Νέοι	Μέσοι*	Νέοι	Μέσοι	Νέοι	Μέσοι	Νέοι	Μέσοι
4,40	4,27	17,81	22,07	30,05	28,35	47,75	45,32

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

*Ως μέσοι ονομάζονται στην ανάλυση τα άτομα στον πληθυσμό που δεν ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των νέων, δηλαδή η ομάδα των μέσων αναφέρεται στο ηλικιακό κλιμάκιο 35-64 ετών.

Στις χώρες καινοτομίας το 2012, ο μόνος κλάδος λοιπόν στον οποίο ο μέσος όρος του ποσοστού των μεγαλύτερων ηλικιών υπερέβαινε το ποσοστό των νεότερων ήταν η μεταποιητική δραστηριότητα. Το εύρημα αυτό εξηγείται ίσως από το γεγονός ότι η μεταποίηση απαιτεί μεγαλύτερη πρόσβαση σε συσσωρευμένη αποταμίευση για τη διαμόρφωση του παγίου κεφαλαίου που απαιτείται για τη παραγωγή, άρα είναι πιο εφικτή για άτομα μεγαλύτερης ηλικίας. Ας σημειωθεί πάντως ότι, αν και τα παραπάνω δεδομένα αφορούν το 2012, φαίνεται ότι χαρακτηρίζονται –τόσο στο επίπεδο του μέσου όρου των χωρών καινοτομίας, όσο και στο επίπεδο των μεμονωμένων χωρών- από μεγάλη διαχρονική σταθερότητα.

Πρέπει τώρα να εξεταστεί η διαχρονική εξέλιξη των κλαδικών δεικτών στην περίπτωση της Ελλάδας. Επειδή αυτό που ενδιαφέρει εδώ είναι η προσέγγιση του δυναμισμού της νεανικής επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, η ανάλυση επικεντρώνεται σε δύο ακραίους κλάδους από απόψεως δυναμισμού: της παροχής προϊόντων και υπηρεσιών προς τον τελικό καταναλωτή –ως του λιγότερου δυναμικού- και της παροχής υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις –ως του περισσότερο δυναμικού. Ο Πίνακας 2.4 και το Διάγραμμα 2.5 που ακολουθούν παρουσιάζουν τα δεδομένα για τη χώρα μας για όλη την περίοδο 2003-2013, ξεκινώντας από την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών προς τον τελικό καταναλωτή.

Πίνακας 2.4

Διαχρονική εξέλιξη % επιχειρηματιών που δραστηριοποιούνται στην παροχή υπηρεσιών προς καταναλωτές

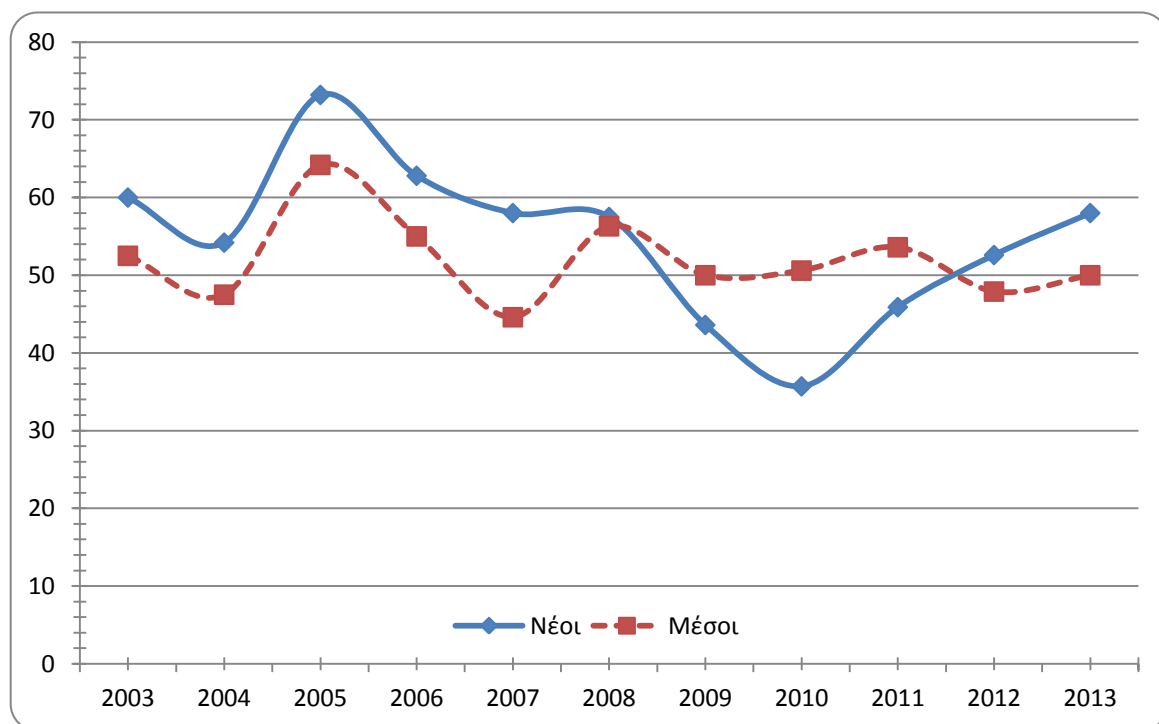
Έτος	Προϊόντα & υπηρεσίες προς καταναλωτές	
	Νέοι	Μέσοι*
2003	60	52,5
2004	54,2	47,5
2005	73,2	64,2
2006	62,8	55
2007	58	44,6
2008	57,5	56,3
2009	43,6	50
2010	35,7	50,6
2011	45,9	53,6
2012	52,6	47,9
2013	58	50

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

*Ως μέσοι ονομάζονται στην ανάλυση τα άτομα στον πληθυσμό που δεν ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των νέων, δηλαδή η ομάδα των μέσων αναφέρεται στο ηλικιακό κλιμάκιο 35-64 ετών.

Διάγραμμα 2.5

Διαχρονική εξέλιξη % επιχειρηματιών που δραστηριοποιούνται στην παροχή υπηρεσιών προς καταναλωτές



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Ένα πρώτο συμπέρασμα που προκύπτει από αυτή τη διαχρονική εξέλιξη είναι ότι η κρίση έχει μειώσει το ποσοστό των νέων εγχειρημάτων που κατευθύνονται στην παροχή προϊόντων και υπηρεσιών προς τον τελικό καταναλωτή, και αυτό ισχύει και για τα δύο ηλικιακά κλιμάκια. Έτσι, από το 2005, όταν σχεδόν 7 στα δέκα νέα εγχειρήματα κατευθύνονταν στον τελικό καταναλωτή, τα χρόνια της κρίσης αυτό το ποσοστό μειώνεται σχεδόν στο 5 στα δέκα. Όπως βέβαια έχει επανειλημμένα σχολιαστεί στις Εκθέσεις του IOBE στο πλαίσιο του GEM, πρόκειται για εύρημα αναμενόμενο, καθώς η μείωση της κατανάλωσης που ήταν το αποτέλεσμα της ύφεσης μείωσε και τις επιχειρηματικές ευκαιρίες στο χώρο των λιανικών πωλήσεων.

Με εξαίρεση την τριετία 2009-11, το ποσοστό των νέων εγχειρημάτων που απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή και τα οποία ξεκινούν από νέους ήταν υψηλότερο από το αντίστοιχο ποσοστό που κατέγραφαν οι μεγαλύτερες ηλικίες. Πρόκειται για εύρημα που δεν είναι δύσκολο να εξηγηθεί στη βάση της περιορισμένης επαγγελματικής εμπειρίας των νέων. Η σχετικά μικρή εξοικείωση με τον κόσμο των επιχειρήσεων είναι λογικό να τους ωθεί, όταν αναζητούν επιχειρηματικές ευκαιρίες, να σκέπτονται ως καταναλωτές. Να προσπαθούν δηλαδή να διαπιστώσουν τις «ελλείψεις» στην παροχή προϊόντων και υπηρεσιών που υπάρχουν στον τόπο που ζουν. Έτσι, είναι αναμενόμενο η αναζήτησή τους να κατευθύνεται κυρίως σε επιχειρηματικές ευκαιρίες που εμφανίζονται στο χώρο της κατανάλωσης, με άλλα λόγια, στο τελικό στάδιο της αλυσίδας αξίας της οικονομίας.

Για τους λόγους που έχουν ήδη αναφερθεί, στη διεθνή βιβλιογραφία αναγνωρίζεται ότι μεγαλύτερη επιχειρηματική δυναμική και υψηλότερη επίδραση στην οικονομική μεγέθυνση εμφανίζουν τα εγχειρήματα που κατευθύνονται στην παροχή προϊόντων και υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις. Σε αυτό λοιπόν τον τομέα αξίζει να διερευνηθούν αναλυτικά οι σχετικές επιδόσεις των ηλικιακά νέων επιχειρηματιών στην Ελλάδα. Ο Πίνακας 2.5 και το Διάγραμμα 2.6 παρουσιάζουν τα δεδομένα για ολόκληρη των περίοδο 2003-2013.

Πίνακας 2.5

Διαχρονική εξέλιξη % επιχειρηματιών που δραστηριοποιούνται στην παροχή υπηρεσιών προς επιχειρήσεις

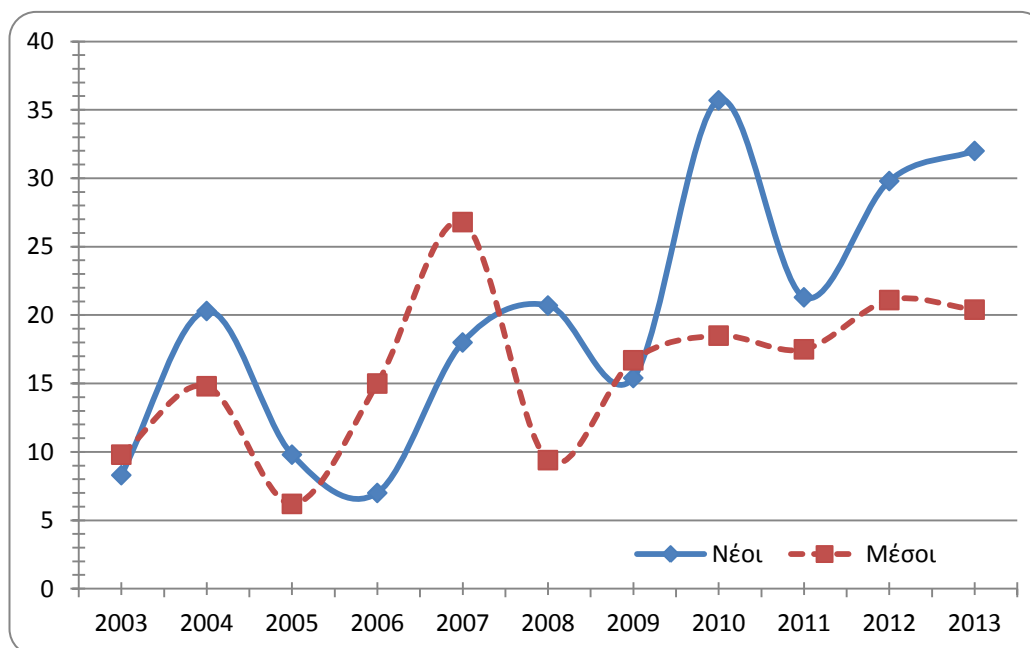
Έτος	Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις	
	Νέοι	Μέσοι*
2003	8,3	9,8
2004	20,3	14,8
2005	9,8	6,2
2006	7	15
2007	18	26,8
2008	20,7	9,4
2009	15,4	16,7
2010	35,7	18,5
2011	21,3	17,5
2012	29,8	21,1
2013	32	20,4

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

*Ως μέσοι ονομάζονται στην ανάλυση τα άτομα στον πληθυσμό που δεν ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των νέων, δηλαδή η ομάδα των μέσων αναφέρεται στο ηλικιακό κλιμάκιο 35-64 ετών.

Διάγραμμα 2.6

Διαχρονική εξέλιξη % επιχειρηματιών που δραστηριοποιούνται στην παροχή υπηρεσιών προς επιχειρήσεις



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Η εξέλιξη των δύο δεικτών –νεότερων και μεγαλύτερων ηλικιών- που καταγράφεται στο παραπάνω διάγραμμα οδηγεί σε ένα ενδιαφέρον συμπέρασμα. Το ποσοστό των μεγαλύτερων ηλικιών που κατευθύνεται σε νέα εγχειρήματα για την παροχή αγαθών και υπηρεσιών προς επιχειρήσεις εμφανίζει αξιοσημείωτη διαχρονική σταθερότητα. Φαίνεται έτσι ότι, για τις μεγαλύτερες ηλικίες, το ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που τοποθετούνται σε υψηλότερο στάδιο της αλυσίδας αξίας της οικονομίας δεν παρουσιάζει οποιαδήποτε άξια λόγου μεταβολή στη φάση πριν και στη φάση μετά την κρίση. Είναι λοιπόν εύλογο να υποθέσει κανείς ότι η κλαδική κατεύθυνση των νέων εγχειρημάτων που ξεκινούν από άτομα μεγαλύτερων ηλικιών εξαρτάται περισσότερο από προσωπικούς –αλλά και κοινωνικούς- παράγοντες που σχετίζονται με τη συσσωρευμένη εμπειρία και τις πρότερες γνώσεις τους, ενώ μοιάζει να είναι ανεξάρτητη από τη γενικότερη οικονομική κατάσταση της χώρας.

Αντίθετα, για τις νεότερες ηλικίες φαίνεται να υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά του ποσοστού των νέων εγχειρημάτων που κατευθύνονται στην παροχή αγαθών και υπηρεσιών σε επιχειρήσεις πριν και μετά την κρίση. Ότι η κρίση μείωσε σε σημαντικό βαθμό τις επιχειρηματικές ευκαιρίες στο χώρο των λιανικών πωλήσεων, είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει όλους του επίδοξους επιχειρηματίες, ασχέτως ηλικίας. Ωστόσο, η πραγματικότητα της μεγάλης ανεργίας των νέων θα περίμενε κανείς να οδηγεί με μεγαλύτερη ένταση σε επιχειρηματικές κατευθύνσεις σχετικά «εύκολες» -με την έννοια ότι επιλέγονται από τον επίδοξο επιχειρηματία με βασικό κριτήριο την εύκολη πρόσβαση στις αντίστοιχες αγορές. Το γεγονός λοιπόν ότι ένα αυξανόμενο ποσοστό των νεότερων επιχειρηματιών τοποθετεί το εγχείρημά του σε υψηλότερο στάδιο της αλυσίδας αξίας της οικονομίας –κάτι που, όπως έχει ήδη αναφερθεί, θεωρείται ως ένδειξη μεγαλύτερου δυναμισμού- συνιστά ένα εύρημα με ιδιαίτερη αξία, καθώς υποδηλώνει ότι, μέσα στην (και παρά την) κρίση, οι νέοι επιχειρηματίες τείνουν να δραστηριοποιούνται με τρόπους που αυξάνουν την αναπτυξιακή δυναμική της οικονομίας.

2.4 ΕΠΙΠΕΔΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Ο δυναμισμός ενός νέου εγχειρήματος δεν μπορεί παρά να σχετίζεται με το επίπεδο της τεχνολογίας την οποία σχεδιάζει να χρησιμοποιήσει ο επίδοξος επιχειρηματίας. Όσο πιο πρόσφατη είναι η τεχνολογία αυτή, τόσο περισσότερο το προϊόν ή η υπηρεσία που θα διατίθεται στην αγορά θα είναι προηγμένο και, άρα, θα είναι σε θέση να τοποθετηθεί στη διεθνή αγορά με καλύτερους όρους. Με τη σειρά του, το ζήτημα της τεχνολογίας δεν μπορεί να είναι ανεξάρτητο από το επίπεδο εκπαίδευσης του επίδοξου επιχειρηματία. Όσο υψηλότερο είναι το επίπεδο αυτό, είναι λογικό να υποτεθεί ότι ο επιχειρηματίας θα είναι σε καλύτερη θέση να επιλέξει την τεχνολογία που θα χρησιμοποιήσει, δεδομένου ότι θα είναι σε καλύτερη θέση να παρακολουθεί τις σχετικές εξελίξεις και να λαμβάνει τις αντίστοιχες αποφάσεις. Αυτά τα δύο αλληλοεξαρτώμενα θέματα εξετάζονται στην παρούσα Ενότητα.

Το πρώτο θέμα που θα προσεγγιστεί είναι το επίπεδο τεχνολογίας που ο επίδοξος επιχειρηματίας επιλέγει για το εγχείρημά του. Το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM εξετάζει αυτό το ζήτημα θέτοντας το ερώτημα στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων αν η τεχνολογία που σκοπεύουν να χρησιμοποιήσουν είναι εντελώς πρόσφατη (του τελευταίου έτους), αν είναι παλαιότερη (ένα έως πέντε έτη), ή ακόμα παλαιότερη. Ο Πίνακας 2.6 παρουσιάζει τους μέσους όρους των χωρών καινοτομίας κατά το 2012.

Πίνακας 2.6

Τεχνολογικό επίπεδο επιχειρηματιών

Χρήση πιο πρόσφατων τεχνολογιών		Χρήση σχετικά νέων τεχνολογιών		Χρήση παλαιών τεχνολογιών	
Νέοι	Μέσοι*	Νέοι	Μέσοι	Νέοι	Μέσοι
10,46	10,03	22,05	18,53	67,50	71,44

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

*Ως μέσοι ονομάζονται στην ανάλυση τα άτομα στον πληθυσμό που δεν ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των νέων, δηλαδή η ομάδα των μέσων αναφέρεται στο ηλικιακό κλιμάκιο 35-64 ετών.

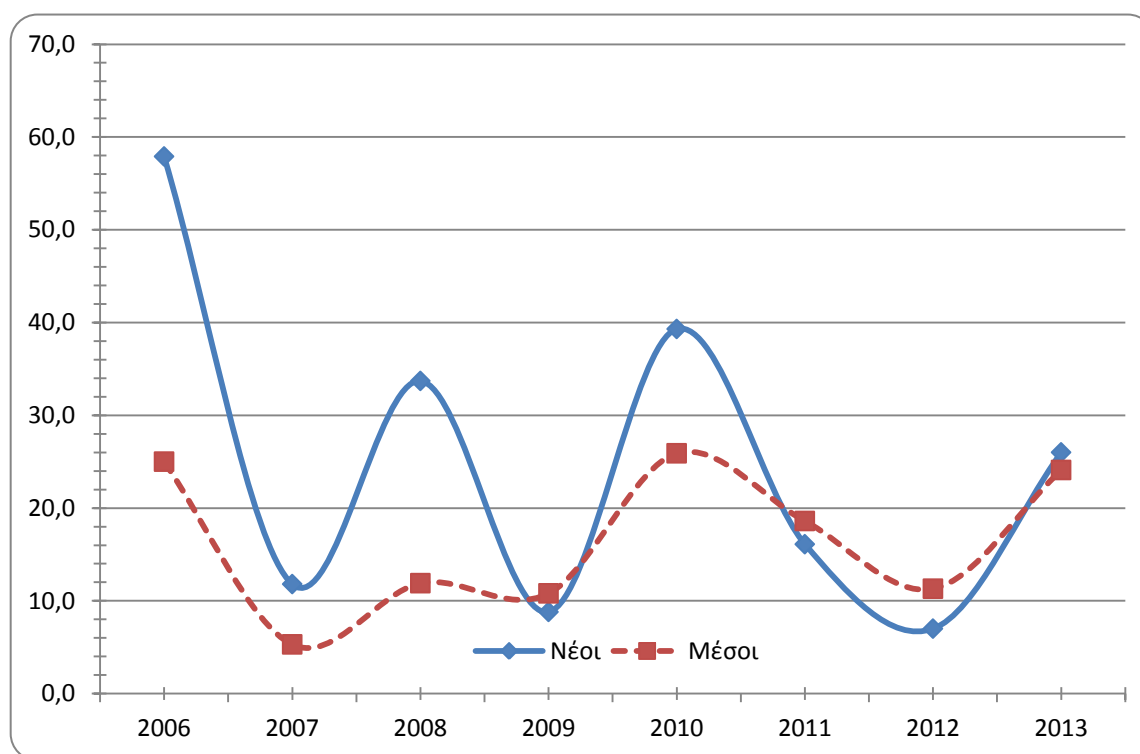
Οι νεότερες ηλικίες υπερτερούν λοιπόν οριακά στις δύο πρώτες κατηγορίες (χρησιμοποιούν δηλαδή πιο πρόσφατες τεχνολογίες), ενώ οι μεγαλύτεροι

στρέφονται περισσότερο σε παλαιότερες. Ωστόσο, πρέπει να επισημανθεί ότι η διαφορά δεν είναι στατιστικά σημαντική. Αυτό είναι μάλλον αναμενόμενο, δεδομένου ότι οι νεότεροι μπορεί μεν να θεωρηθεί ότι είναι περισσότερο εξοικειωμένοι με τις τελευταίες τεχνολογίες λόγω της πρόσφατης σχέσης τους με την εκπαίδευση, αλλά οι μεγαλύτεροι μπορεί να έχουν μεγαλύτερη εξοικείωση με τις τελευταίες τεχνολογίες από το χώρο της επαγγελματικής τους ενασχόλησης.

Σχεδόν καθ' όλη την περίοδο συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM, η χώρα μας κατέγραφε υψηλές επιδόσεις (από τις υψηλότερες διεθνώς) στη χρήση της πλέον πρόσφατης τεχνολογίας. Ωστόσο, μέχρι σήμερα δεν είχαν ερευνηθεί οι σχετικές επιδόσεις νεότερων και μεγαλύτερων ηλικιών. Το Διάγραμμα 2.7 που ακολουθεί παρουσιάζει την εξέλιξη του σχετικού δείκτη ανά ηλικιακό κλιμάκιο για την περίοδο 2006-2013.

Διάγραμμα 2.7

Χρήση πιο πρόσφατων τεχνολογιών (2006-2013)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Πριν από το 2010, είναι φανερό ότι οι υψηλές επιδόσεις της Ελλάδας στη χρήση της πλέον πρόσφατης τεχνολογίας οφειλόταν σε πολύ μεγάλο βαθμό στη σχετική

δραστηριότητα νεότερων ηλικιών. Είναι εντυπωσιακό, για παράδειγμα, ότι το 2006 έξι στους δέκα επίδοχοι επιχειρηματίες στο ηλικιακό κλιμάκιο 18-34 δήλωναν ότι επρόκειτο να χρησιμοποιήσουν στο εγχείρημά τους τεχνολογίες που είχαν εμφανιστεί μόλις το τελευταίο έτος. Βεβαίως, λαμβάνοντας υπόψη τους μέσους όρους των χωρών καινοτομίας που καταγράφει ο Πίνακας 2.6 παραπάνω, και ο δείκτης των μεγαλύτερων ηλικιών φαίνεται να είναι πολύ υψηλός στη χώρα μας. Άλλωστε, αυτό εξηγεί την υψηλή επίδοση της χώρας στο σύνολο του πληθυσμού.

Ωστόσο, αυτή η υπεροχή των νεότερων ηλικιών φαίνεται ότι υποχωρεί σημαντικά με την εμφάνιση της κρίσης. Πράγματι, από το 2011 εμφανίζεται σχεδόν απόλυτη ταύτιση των ποσοστών των δύο ηλικιακών ομάδων. Έτσι, οι μεγαλύτερες ηλικίες μοιάζει να χαρακτηρίζονται από μεγάλη σταθερότητα όσον αφορά το ποσοστό των επίδοχων επιχειρηματιών που δηλώνουν ότι θα χρησιμοποιήσουν τις πλέον τελευταίες τεχνολογίες. Αντίθετα, οι εξέλιξη των δεικτών αποκαλύπτει ότι οι νεότεροι εμφανίζουν μείωση του αντίστοιχου ποσοστού. Με άλλα λόγια, η κρίση φαίνεται ότι επηρέασε αρνητικά την πρόσβαση των νέων ηλικιών στις πιο πρόσφατες τεχνολογίες.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, είναι εύλογο να υποτεθεί ότι το επίπεδο της τεχνολογίας που προτίθεται να χρησιμοποιήσει ένας επίδοχος επιχειρηματίας σχετίζεται με το επίπεδο εκπαίδευσης το οποίο έχει κατακτήσει. Οι έρευνες του GEM έχουν πράγματι αποκαλύψει ότι στις χώρες καινοτομίας πολύ πάνω από τους μισούς επίδοχους επιχειρηματίες είναι πτυχιούχοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης ή κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών. Ο Πίνακας 2.7 που ακολουθεί παραθέτει τα σχετικά δεδομένα για τις χώρες καινοτομίας κατά το 2012.

Πίνακας 2.7

Εκπαιδευτικό επίπεδο επιχειρηματιών

Καμία εκπαίδευση		Μερική δευτεροβάθμια εκπαίδευση		Δευτεροβάθμια εκπαίδευση		Τριτοβάθμια εκπαίδευση		Μεταπτυχιακό /Διδακτορικό	
Νέοι	Μέσοι*	Νέοι	Μέσοι	Νέοι	Μέσοι	Νέοι	Μέσοι	Νέοι	Μέσοι
1,95	2,83	7,82	9,43	34,63	30,63	45,61	44,32	10,00	12,79

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

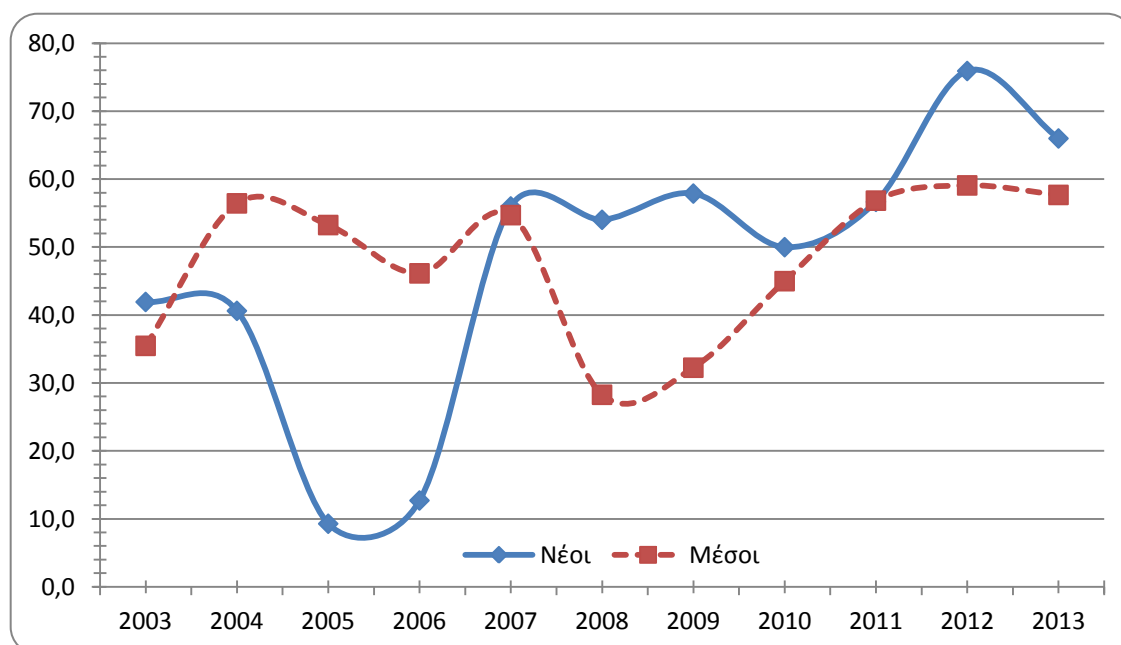
*Ως μέσοι ονομάζονται στην ανάλυση τα άτομα στον πληθυσμό που δεν ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των νέων, δηλαδή η ομάδα των μέσων αναφέρεται στο ηλικιακό κλιμάκιο 35-64 ετών.

Και πάλι, έχει ιδιαίτερη σημασία να εξεταστεί η διαχρονική εξέλιξη του εκπαιδευτικού επιπέδου των επίδοξων επιχειρηματικών νεότερων και μεγαλύτερων ηλικιών στην Ελλάδα. Όπως σε όλες τις σχετικές διαχρονικές συγκρίσεις που έχουν επιχειρηθεί στα προηγούμενα, δίδεται έτσι η ευκαιρία να διερευνηθεί η επίπτωση της οικονομικής κρίσης στην επιχειρηματική κινητοποίηση ατόμων με υψηλότερο εκπαιδευτικό επίπεδο.

Ως βασικός δείκτης για τη διερεύνηση αυτού του ζητήματος επιλέγεται το ποσοστό των επιχειρηματικών νεότερων και μεγαλύτερων ηλικιών που έχουν αποκτήσει τριτοβάθμιο τίτλο σπουδών, συμπεριλαμβανομένων και μεταπτυχιακών σπουδών. Το Διάγραμμα 2.8 που ακολουθεί παρουσιάζει την εξέλιξη του δείκτη από το 2003 μέχρι και το 2013 –καθ' όλο δηλαδή το διάστημα ελληνικής συμμετοχής στο πρόγραμμα του GEM- για τις δύο ηλικιακές ομάδες.

Διάγραμμα 2.8

Ποσοστό των ατόμων που έχουν ολοκληρώσει τουλάχιστον τη τριτοβάθμια εκπαίδευση



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Εδώ λοιπόν εμφανίζεται μια ενδιαφέρουσα εικόνα. Το ποσοστό των επιχειρηματιών μεγαλύτερων ηλικιών που είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης μοιάζει να είναι μάλλον σταθερό κατά τη διάρκεια της τελευταίας ενδεκαετίας. Ο σχετικός δείκτης παρουσιάζει βεβαίως διακυμάνσεις, αλλά η τάση δεν είναι αύξουσα διαχρονικά. Η εικόνα είναι πολύ διαφορετική για τις νεότερες ηλικίες. Εδώ η τάση είναι σαφώς ανοδική. Με άλλα λόγια, κατά την εξεταζόμενη περίοδο, όλο και μεγαλύτερο ποσοστό των νέων του ηλικιακού κλιμακίου 18-34 που αποφάσισαν να εισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο ήταν κάτοχοι πανεπιστημιακού τίτλου σπουδών. Η κρίση δεν ανέκοψε αυτή τη τάση, η οποία φαίνεται ότι συνεχίζεται.

Πώς μπορεί να εξηγηθεί αυτό το εύρημα; Μία εξήγηση θα ήταν το φαινόμενο της ανεργίας των πτυχιούχων. Ωστόσο, πρόκειται για φαινόμενο που υπήρχε τόσο πριν, όσο και μετά την κρίση, άρα το γεγονός ότι αυξάνει το ποσοστό των πτυχιούχων ανάμεσα στους νέους επιχειρηματίες δεν μπορεί να αποδοθεί σε αυτό το φαινόμενο. Άλλωστε, μεγάλη ανεργία δεν αντιμετωπίζουν μόνο οι πτυχιούχοι, αλλά όλοι οι νέοι στη χώρα μας, επομένως όλοι οι νέοι μπορεί να οδηγούνται στην επιχειρηματική δραστηριότητα λόγω ανεργίας και όχι αποκλειστικά –ή κυρίως- οι πτυχιούχοι. Άλλωστε, το γεγονός ότι δεν μεταβάλλεται ουσιωδώς το ποσοστό της επιχειρηματικότητας ανάγκης ενισχύει αυτό το συλλογισμό.

Ενδεχομένως όμως αυτή η εξέλιξη να αντανακλά μια περισσότερο δομική διαφοροποίηση στις επαγγελματικές προοπτικές των πτυχιούχων του νεότερου ηλικιακού κλιμακίου. Η κρίση έκλεισε ερμητικά την προοπτική απασχόλησης στον δημόσιο τομέα, μια προοπτική η οποία στην Ελλάδα ήταν και επιθυμητή, αλλά και εφικτή προοπτική για την επαγγελματική αποκατάσταση των νέων πτυχιούχων. Ίσως λοιπόν να βρίσκεται εδώ μια ισχυρή εξήγηση της στροφής των νέων πτυχιούχων προς την επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Ωστόσο, ακόμα και αν ισχύει αυτή η εξήγηση, το γεγονός ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των νέων που στρέφονται στην επιχειρηματικότητα είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης έχει τη σημασία του, καθώς υποδηλώνει την ποιοτική αναβάθμιση της δεξαμενής από την οποία προέρχονται οι νέοι επιχειρηματίες.

2.5 ΓΝΩΣΕΙΣ, ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΦΟΒΟΣ ΑΠΟΤΥΧΙΑΣ

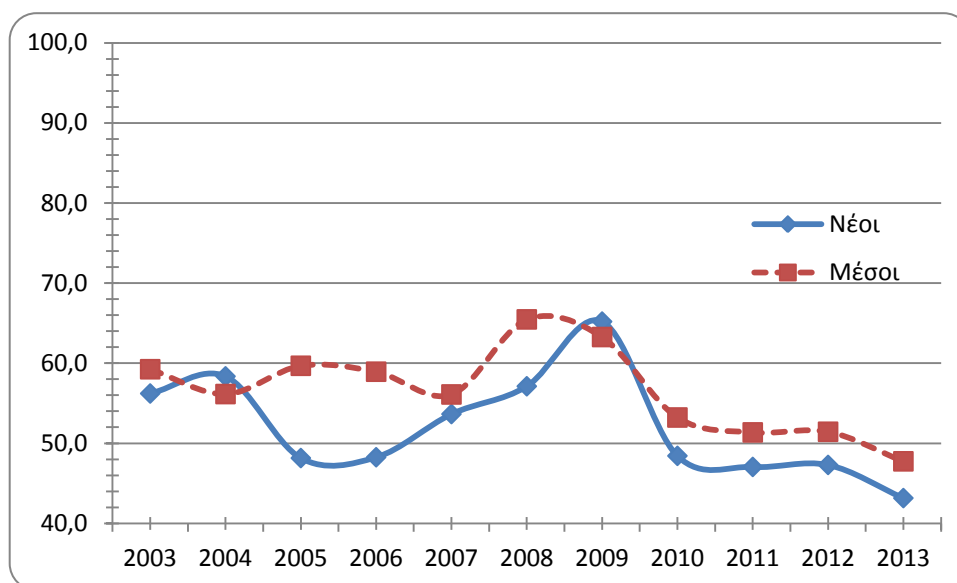
Το τελευταίο ζήτημα που θα διερευνηθεί σε αυτό το Κεφάλαιο είναι οι προσωπικοί παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM προσεγγίζει δύο τέτοιους παράγοντες, έναν που αναμένεται να επιδρά θετικά στην απόφαση για είσοδο στον επιχειρηματικό στίβο και έναν που επιδρά αρνητικά. Ο πρώτος είναι η εμπιστοσύνη που εκφράζουν τα άτομα κατά την έρευνα πληθυσμού στις γνώσεις και τις ικανότητες που κατέχουν για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας. Όσο υψηλότερη η εμπιστοσύνη, τόσο ευκολότερη θεωρείται η απόφαση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Ο δεύτερος παράγοντας είναι το κατά πόσον ο φόβος της αποτυχίας θα τους απέτρεπε από το να ασκήσουν επιχειρηματική δραστηριότητα. Όσο υψηλότερος αυτός ο φόβος, τόσο μεγαλύτερες αναμένεται να είναι οι επιφυλάξεις για επιχειρηματική δραστηριοποίηση.

Το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM διερευνά και τους δύο δείκτες στο σύνολο του δείγματος, τόσο δηλαδή σε άτομα που έχουν ξεκινήσει επιχειρηματικά, όσο και σε εκείνους που δεν έχουν κάνει ένα τέτοιο βήμα. Ωστόσο, στην παρούσα Ενότητα παρουσιάζονται και σχολιάζονται οι σχετικοί δείκτες που αφορούν, αφενός την εμπιστοσύνη στις γνώσεις και τις ικανότητες και, αφετέρου, τον φόβο της αποτυχίας, που εκφράζονται από τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων. Από εκείνους δηλαδή που έχουν ήδη δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά.¹¹ Βεβαίως, αυτό που ενδιαφέρει εδώ είναι η σύγκριση των δύο ηλικιακών κλιμακίων.

¹¹ Αξίζει να σημειωθεί ότι δεν υπάρχει καμία διαφοροποίηση των δεικτών στο σύνολο του δείγματος.

Διάγραμμα 2.9

Ποσοστό πληθυσμού που δηλώνει πως έχει τη γνώση, τις δεξιότητες και την εμπειρία για την εκκίνηση επιχειρηματικής δραστηριότητας (2003-2013)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Το Διάγραμμα 2.9 παρουσιάζει την εξέλιξη στην Ελλάδα του πρώτου από τους δύο παραπάνω δείκτες, αυτόν που αφορά την εμπιστοσύνη στη γνώση και τις ικανότητες για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας. Όπως και στα προηγούμενα διαγράμματα, η εξέλιξη αφορά των τελευταία ενδεκαετία. Επίσης, όπως και προηγουμένως, παρουσιάζονται ξεχωριστά οι δείκτες των δύο ηλικιακών κλιμακίων.

Ας σημειωθεί εισαγωγικά ότι η χώρα μας καταγράφει υψηλές επιδόσεις σε αυτό το δείκτη καθ' όλη την περίοδο της ελληνικής συμμετοχής στο GEM. Δεν είναι όντως περίεργο, σε μια χώρα που κυριαρχείται από μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις, οι επίδοξοι επιχειρηματίες να εκφράζουν τη βεβαιότητα ότι κατέχουν τη γνώση και τις άλλες ικανότητες που απαιτούνται για τη λειτουργία μιας επιχείρησης. Πολύ περισσότερο αφού, όπως ήδη αναφέρθηκε, οι απόψεις που καταγράφονται εδώ προέρχονται από άτομα που έχουν ήδη εισέλθει στον επιχειρηματικό στίβο.

Δύο είναι τα ενδιαφέροντα ευρήματα που αποκαλύπτει αυτό το διάγραμμα. Το πρώτο είναι η ανυπαρξία οποιασδήποτε ουσιαστικής διαφοράς ανάμεσα στα δύο ηλικιακά κλιμάκια, ως προς την αντίληψή τους για την επάρκεια της γνώσης και των

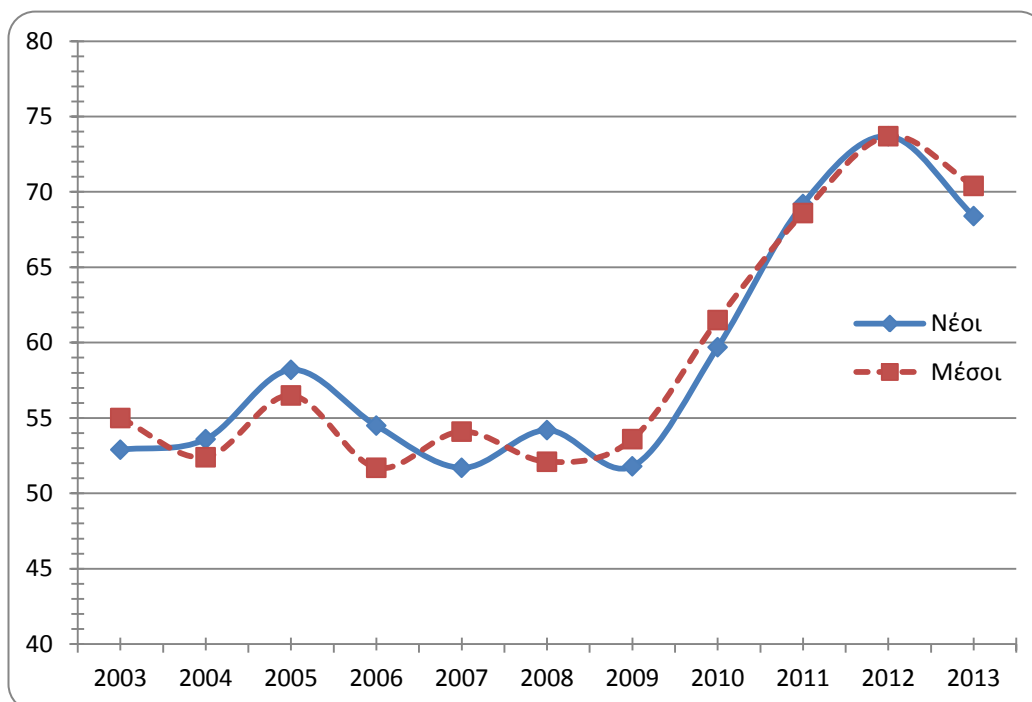
ικανοτήτων για την ίδρυση και τη διαχείριση μιας επιχείρησης που κατέχουν. Εμφανίζεται βεβαίως μια ελαφρά υπεροχή του μεγαλύτερου ηλικιακού κλιμακίου, αλλά αυτό δεν είναι παράδοξο. Είναι λογικό να αναμένεται ότι οι μεγαλύτερες ηλικίες έχουν μεγαλύτερη εξοικείωση με τον κόσμο των επιχειρήσεων, άρα καλύτερη γνώση των απαιτούμενων γνώσεων και ικανοτήτων για να μπορέσει κάποιος να λειτουργήσει αποτελεσματικά σε αυτό το πλαίσιο.

Το δεύτερο εύρημα είναι ότι η κρίση φαίνεται να έχει επηρεάσει αρνητικά την αυτοπεποίθηση των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, ανεξαρτήτως ηλικίας. Εκ πρώτης όψεως, αυτό το εύρημα φαίνεται παράδοξο. Οι γνώσεις και οι ικανότητες για την ίδρυση και τη λειτουργία μιας νέας επιχείρησης θα περίμενε κανείς να εξαρτώνται αποκλειστικά από προσωπικούς παράγοντες (π.χ. την εκπαίδευση, την επαγγελματική εμπειρία, ακόμα και το οικογενειακό παρελθόν) κάθε ατόμου και να είναι ανεξάρτητες από την γενικότερη οικονομική συγκυρία. Και όμως, η εξέλιξη του σχετικού δείκτη που καταγράφεται στο παραπάνω διάγραμμα αποκαλύπτει μια μεγάλη πτώση (ανεξαρτήτως ηλικιακής ομάδας) τα χρόνια της κρίσης, μια πτώση περίπου 15 ποσοστιαίων μονάδων ανάμεσα στο 2009 και το 2013. Αυτό σημαίνει ότι όταν οι επίδοχοι επιχειρηματίες καλούνται να εκτιμήσουν τις γνώσεις και τις ικανότητές τους, αποδίδουν μεγάλη σημασία στο κατά πόσον αυτές οι γνώσεις και οι ικανότητες φαίνονται να είναι επαρκείς ειδικά στην αρνητική συγκυρία που διέρχεται η χώρα. Άρα, δεν είναι παράξενο που κάποιοι επιχειρηματίες εκφράζουν μιαν επιφύλαξη για το κατά πόσον οι γνώσεις και οι ικανότητές τους επαρκούν για να ανταπεξέλθουν σε αυτές τις πολύ ειδικές συνθήκες.

Αναφέρθηκε παραπάνω ότι η Ελλάδα κατέγραφε υψηλές επιδόσεις στον δείκτη της εμπιστοσύνης στις γνώσεις και τις ικανότητες των επίδοξων επιχειρηματιών. Ωστόσο, η επίδοση της χώρας μας στον δεύτερο προσωπικό δείκτη που θα εξεταστεί εδώ (αυτόν που αφορά τον φόβο της αποτυχίας) την κατέτασσε πάντα στην πρώτη θέση παγκοσμίως, σχεδόν σε ολόκληρο το διάστημα της τελευταίας ενδεκαετίας. Το Διάγραμμα 2.10 που ακολουθεί παρουσιάζει τη διαχρονική εξέλιξη του δείκτη, κάνοντας και τη διάκριση ανάμεσα στις δύο ηλικιακές ομάδες.

Διάγραμμα 2.10

Φόβος αποτυχίας επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (2003-2013)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Σε αντίθεση με τον προηγούμενο δείκτη, είναι αναμενόμενο ο φόβος της αποτυχίας να εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την οικονομική συγκυρία, δεδομένου ότι οι προοπτικές ενός νέου εγχειρήματος δεν μπορεί παρά να επηρεάζονται από το γενικότερο οικονομικό περιβάλλον μέσα στο οποίο επιχειρείται. Είναι λοιπόν εύλογο ο σχετικός δείκτης να εκτοξεύεται με την έναρξη της κρίσης, όπως ακριβώς αποκαλύπτει το παραπάνω διάγραμμα. Στο ανώτατο σημείο αυτής της εξέλιξης, το 2012, τρεις στους τέσσερις Έλληνες επιχειρηματίες δήλωναν ότι φοβούνται το ενδεχόμενο της αποτυχίας. Αξίζει να υπενθυμιστεί εδώ ότι πρόκειται για άτομα που είχαν ήδη κάνει το βήμα της εισόδου στον επιχειρηματικό στίβο, άρα θα περίμενε κανείς να διακατέχονται από μεγαλύτερη αισιοδοξία όσον αφορά τις προοπτικές του εγχειρήματός τους.

Ωστόσο, το πιο ενδιαφέρον εύρημα είναι η σχεδόν απόλυτη ταύτιση των ποσοστών ανάμεσα στις δύο ηλικιακές ομάδες. Πρόκειται βέβαια για ένα παράδοξο, καθώς θα περίμενε κανείς το ενδεχόμενο της αποτυχίας να επηρεάζει διαφορετικά τα άτομα των δύο ομάδων. Ο κρίσιμος παράγοντας εδώ είναι το διαφορετικό κόστος που

αντιπροσωπεύει μια ενδεχόμενη αποτυχία για κάθε μια από τις δύο ηλικιακές ομάδες. Για τις μεγαλύτερες ηλικίες, μια ενδεχόμενη αποτυχία μπορεί να έχει υψηλό κόστος, καθώς μπορεί να μειώνει δραστικά τη δυνατότητα επιχειρηματικής επαναδραστηριοποίησης στη συνέχεια. Αντίθετα, για τις νεότερες ηλικίες το κόστος της αποτυχίας θα περίμενε κανείς να είναι μικρότερο, αφού η δυνατότητα επανεισόδου στον επιχειρηματικό στίβο μοιάζει πιο εύκολη.

Πώς μπορεί λοιπόν να εξηγηθεί ότι, στην περίπτωση της Ελλάδας, ο φόβος της αποτυχίας είναι εξίσου ισχυρός για νέους και μεγαλύτερης ηλικίας επιχειρηματίες; Το γεγονός ότι ισχύει κάτι τέτοιο δεν μπορεί παρά να σημαίνει ότι το κόστος μιας ενδεχόμενης αποτυχίας είναι στη χώρα μας υψηλό ανεξάρτητα από την ηλικία του επιχειρηματία. Σε αντίθεση λοιπόν με την εύλογη υπόθεση που συζητήθηκε στην προηγούμενη παράγραφο, φαίνεται ότι στην Ελλάδα η επανεκκίνηση επιχειρηματικής δραστηριότητας μετά από μία αποτυχία είναι ιδιαίτερα δύσκολη για όλους, τόσο νέους, όσο και μεγαλύτερους. Πρόκειται για ένα εύρημα που ρίχνει μια σκιά στο μέλλον της επιχειρηματικότητας στη χώρα μας, καθώς, αν οι νέοι επιχειρηματίες φοβούνται την αποτυχία στον ίδιο βαθμό με τους μεγαλύτερους, αναπόφευκτα θα επιδεικνύουν μικρότερη διάθεση πειραματισμού και καινοτομικότητας σε σύγκριση με τους νέους άλλων χωρών. Πρόκειται λοιπόν για σημαντικό πρόβλημα, το οποίο μια πολιτική που αποσκοπεί στην ενίσχυση της νεανικής επιχειρηματικότητας θα πρέπει να αντιμετωπίσει.

2.6 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ: ΤΡΕΙΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑ

Τι αποκαλύπτουν λοιπόν τα ευρήματα που συζητήθηκαν σε αυτό το Κεφάλαιο σχετικά με τον δυναμισμό της νεανικής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα; Όπως και στις άλλες χώρες καινοτομίας, δεν φαίνεται να υπάρχει ποσοτικά σημαντική διαφορά στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση νεότερων και μεγαλύτερων ηλικιών στη χώρα μας. Ωστόσο, υπάρχουν τρεις ποιοτικοί δείκτες όπου οι νεότεροι ηλικιακά επιχειρηματίες εμφανίζουν υψηλές επιδόσεις και, άρα, σημάδια υψηλότερου δυναμισμού από τους μεγαλύτερους. Σε αυτό το πλαίσιο, οι τρεις αντίστοιχες περιοχές είναι δυνατό να αντιμετωπιστούν ως περιοχές ευκαιρίας, με την έννοια ότι η νεανική επιχειρηματική δραστηριοποίηση σε αυτές αναμένεται να έχει ιδιαίτερα θετικές επιπτώσεις στην ελληνική οικονομία.

Η πρώτη περιοχή που αναλύθηκε παραπάνω είναι η ικανότητα που εμφανίζουν οι νέοι στη χώρα μας να αντιλαμβάνονται επιχειρηματικές ευκαιρίες. Το γεγονός ότι το εύρημα αυτό προέρχεται από το σύνολο του δείγματος της έρευνας πληθυσμού – και όχι μόνο από όσους έχουν ήδη εισέλθει στον επιχειρηματικό στίβο- σημαίνει ότι δεν μπορεί να εξηγηθεί στη βάση κάποιας ενδεχόμενης «επιπόλαιης» υπεραισιοδοξίας των επιχειρηματιών νεότερων ηλικιών. Με τη σειρά της, η οξύτερη αντίληψη ευκαιριών που επιδεικνύουν οι νέοι τους οδηγεί σε υψηλότερες επιδόσεις ως προς την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας σε σύγκριση με τους μεγαλύτερους. Παρ' όλη λοιπόν τη μεγάλη ανεργία των νέων, δεν είναι η ανάγκη που αποτελεί το ισχυρότερο κίνητρο για την επιχειρηματική τους δραστηριοποίηση, αλλά η ευκαιρία. Το αναπτυξιακό δυναμικό των εγχειρημάτων που ξεκινούν από νεότερους επιχειρηματίες μπορεί λοιπόν βάσιμα να αναμένεται ότι θα είναι υψηλό.

Η δεύτερη περιοχή στην οποία τα ευρήματα που παρουσιάστηκαν σε αυτό το Κεφάλαιο φαίνεται να αναδεικνύουν έναν ισχυρότερο δυναμισμό των εγχειρημάτων που ξεκινούν από νεότερους επιχειρηματίες στην Ελλάδα σχετίζεται με τον κλαδικό τους προσανατολισμό. Οι νεότεροι επιχειρηματίες καταγράφουν υψηλότερες επιδόσεις από τους μεγαλύτερους σε νέα εγχειρήματα που θα προσφέρουν αγαθά και υπηρεσίες προς επιχειρήσεις, που τοποθετούνται δηλαδή υψηλότερα στην αλυσίδα αξίας της οικονομίας. Όπως δε έχει ήδη αναφερθεί, η

διεθνής βιβλιογραφία αναγνωρίζει την υπεροχή τέτοιων εγχειρημάτων ως προς τις αναπτυξιακές τους επιπτώσεις. Μάλιστα, τα ευρήματα που παρουσιάστηκαν στο παρόν Κεφάλαιο δεν αποκαλύπτουν απλώς ότι οι νεότεροι Έλληνες επιχειρηματίες υπερτερούν σε αυτό τον τομέα των μεγαλύτερων ηλικιών. Αποδεικνύουν ότι ο σχετικός δείκτης ακολουθεί σαφώς ανοδική πορεία τα τελευταία χρόνια, παρά την κρίση.

Τέλος, η τρίτη περιοχή η οποία αναδείχθηκε από τα ευρήματα που παρουσιάστηκαν σε αυτό το Κεφάλαιο είναι το επίπεδο εκπαίδευσης των νεότερων επιχειρηματιών. Τα δεδομένα που εξετάστηκαν αποκαλύπτουν ότι τα τελευταία χρόνια το ποσοστό των επιχειρηματιών νεότερων ηλικιών με τριτοβάθμιες σπουδές και μεταπτυχιακά αυξάνει. Συζητήθηκε επίσης το γιατί η ανεργία των πτυχιούχων –ένα πολυσυζητημένο θέμα τουλάχιστον την τελευταία δεκαετία- δεν μπορεί να εξηγήσει αυτό το φαινόμενο. Το θετικό στοιχείο εδώ σχετίζεται λοιπόν με τη συνεχή άνοδο της ποιότητας της δεξαμενής από την οποία προέρχεται ένα διαρκώς αυξανόμενο ποσοστό νέων επιχειρηματιών.

Αν οι τρεις περιοχές που συζητήθηκαν παραπάνω μπορεί να θεωρηθεί ότι συνιστούν θετικά χαρακτηριστικά του δυναμισμού που αναδεικνύεται από τη νεανική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, τα δεδομένα που παρουσιάστηκαν σε αυτό το Κεφάλαιο αποκαλύπτουν και ένα μεγάλο πρόβλημα: την ένταση του φόβου της αποτυχίας. Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η χώρα μας κατέχει την παγκόσμια πρωτιά στον σχετικό δείκτη σχεδόν σε ολόκληρη την περίοδο ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Σε προηγούμενες Εκθέσεις του για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα το IOBE έχει αποπειραθεί να προτείνει κάποιες υποθέσεις για την εξήγηση αυτού του ευρήματος, όπως το βάρος του «στίγματος της αποτυχίας» που εξακολουθεί να συνοδεύει την επιχειρηματική δραστηριότητα στη χώρα μας, ή η ακαμψία του ασφαλιστικού συστήματος που δυσχεραίνει εξαιρετικά την μετακίνηση μεταξύ εξαρτημένης εργασίας και επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Ωστόσο, το νέο στοιχείο που αναδείχθηκε στα παραπάνω είναι η ανυπαρξία ουσιαστικής διαφοράς σχετικά με τον φόβο της αποτυχίας μεταξύ επιχειρηματιών

νεότερων και μεγαλύτερων ηλικιών. Ο φόβος της αποτυχίας αποκαλύπτεται λοιπόν ότι είναι ισχυρότατος και στην ηλικιακή ομάδα στην οποία η αποτυχία δεν μπορεί παρά να συνδέεται με χαμηλότερο κόστος ευκαιρίας, ενώ, ταυτόχρονα, είναι η ηλικιακή ομάδα από την οποία η κοινωνία αναμένει μεγαλύτερη διάθεση καινοτομίας και πειραματισμού. Μια ενδεχόμενη εξήγηση αυτού του φαινομένου είναι ότι σε συνθήκες ασφυκτικής έλλειψης ρευστότητας, όπως οι σημερινές, η χρηματοδότηση των νέων επιχειρηματιών εξαρτάται σε τεράστιο βαθμό από τη συσσωρευμένη αποταμίευση της οικογένειας. Έτσι, μια αποτυχία θα οδηγήσει στην απώλεια σημαντικών πόρων, που δεν θα είναι πλέον διαθέσιμοι για μια νέα αρχή. Αυτό λοιπόν είναι το πραγματικό κόστος ευκαιρίας που αντιμετωπίζουν οι νεότεροι επιχειρηματίες και το οποίο στη σημερινή οικονομική συγκυρία στην Ελλάδα δεν είναι διόλου αμελητέο.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Audretsch, D., Keilbach, M., & Lehmann, E. (2006). *Entrepreneurship and Economic Growth*, New York, Oxford University Press.
- Autio, E., & Acs, Z. (2010). Intellectual Property Protection and the Formation of Entrepreneurial Growth Aspirations. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4(3), 234-251.
- Bosma, N., Stam, E., & Schutjens, V. (2011). Creative destruction and regional productivity growth: evidence from the Dutch manufacturing and services industries. *Small Business Economics*, 36(4), 401-418.
- Burgelman, R. A., & Hitt, M. A. (2007). Entrepreneurial actions, innovation, and appropriability. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(3-4), 349-352.
- Cooper, A., Gimeno-Gascon, F., & Woo, C. (1994). Initial Human and Financial Capital as Predictors of New Venture Performance. *Journal of Business Venturing*, 9(5), 371-396.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331.
- Fritsch, M., & Schroeter, A. (2009). Are more start-ups really better? Quantity and quality of new businesses and their effect on regional development. No. 2009, 070, Jena economic research papers.
- Fritsch, M., & Schroeter, A. (2010). Does quality make a difference? Employment effects of high-and low-quality start-ups. No. 2011, 001, Jena economic research papers.
- Goll, I., Brown Johnson, N., & Rasheed, A. (2008). Top management team demographic characteristics, business strategy and firm performance in the US airline industry. *Management Decision*, 46(2), 201-222.
- Henrekson, M., & Johansson, D. (2010). Gazelles as job creators: a survey and interpretation of the evidence. *Small Business Economics*, 35(2), 227-244.
- Hessels, J., & van Stel, A. (2011). Entrepreneurship, export orientation, and economic growth. *Small Business Economics*, 37(2), 255-268.
- Ιωαννίδης, Σ., & Γιωτόπουλος, Ι. (2014). Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2012-13: Ενδείξεις Ανάκαμψης της Μικρής Επιχειρηματικότητας; IOBE

- Lee, S. H., Beamish, P. W., Lee, H. U., & Park, J. H. (2009). Strategic choice during economic crisis: Domestic market position, organizational capabilities and export flexibility. *Journal of World Business*, 44(1), 1-15.
- McDougall, P., Shane, S., & Oviatt, B. M. (1994). Explaining the formation of international new ventures: The limits of theories from international business research. *Journal of Business Venturing*, 9(6), 469-487.
- Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (1994). Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 25(1), 45-64.
- Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (2005). Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 537-554.
- Porter, M. E. (Ed.). (1986). *Competition in global industries*. Harvard Business Press.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Harvard Business Review.
- Shane, S. (2009). Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. *Small Business Economics*, 33(2), 141–149.
- Westhead, P., & Cowling, M. (1995). Employment change in independent owner-managed high-technology firms in Great Britain. *Small Business Economics*, 7(2), 111-140.
- Wright, M., Hmieleski, K. M., Siegel, D. S., & Ensley, M. D. (2007). The role of human capital in technological entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(6), 791-806.
- York, J. G., & Venkataraman, S. (2010). The entrepreneur–environment nexus: Uncertainty, innovation, and allocation. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 449-463.

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

1. ΤΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ (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.

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.

Ένα από τα βασικά πλεονεκτήματα της έρευνας του GEM είναι ο αυξανόμενος κάθε χρονιά αριθμός των χωρών που συμμετέχουν (κατά την έρευνα του 2012-2013 έλαβαν μέρος 69 χώρες), και η ανάλυση πλέον των δεδομένων με βάση και το επίπεδο της οικονομικής ανάπτυξης ανά κράτος. Με τον τρόπο αυτό, δίνεται η

δυνατότητα στους συμμετέχοντες 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 αξιοποιηθούν.

2. ΤΟ ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΟΥ GEM

Το εννοιολογικό μοντέλο στο οποίο βασίζεται το GEM από το 2009, αφορά 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.

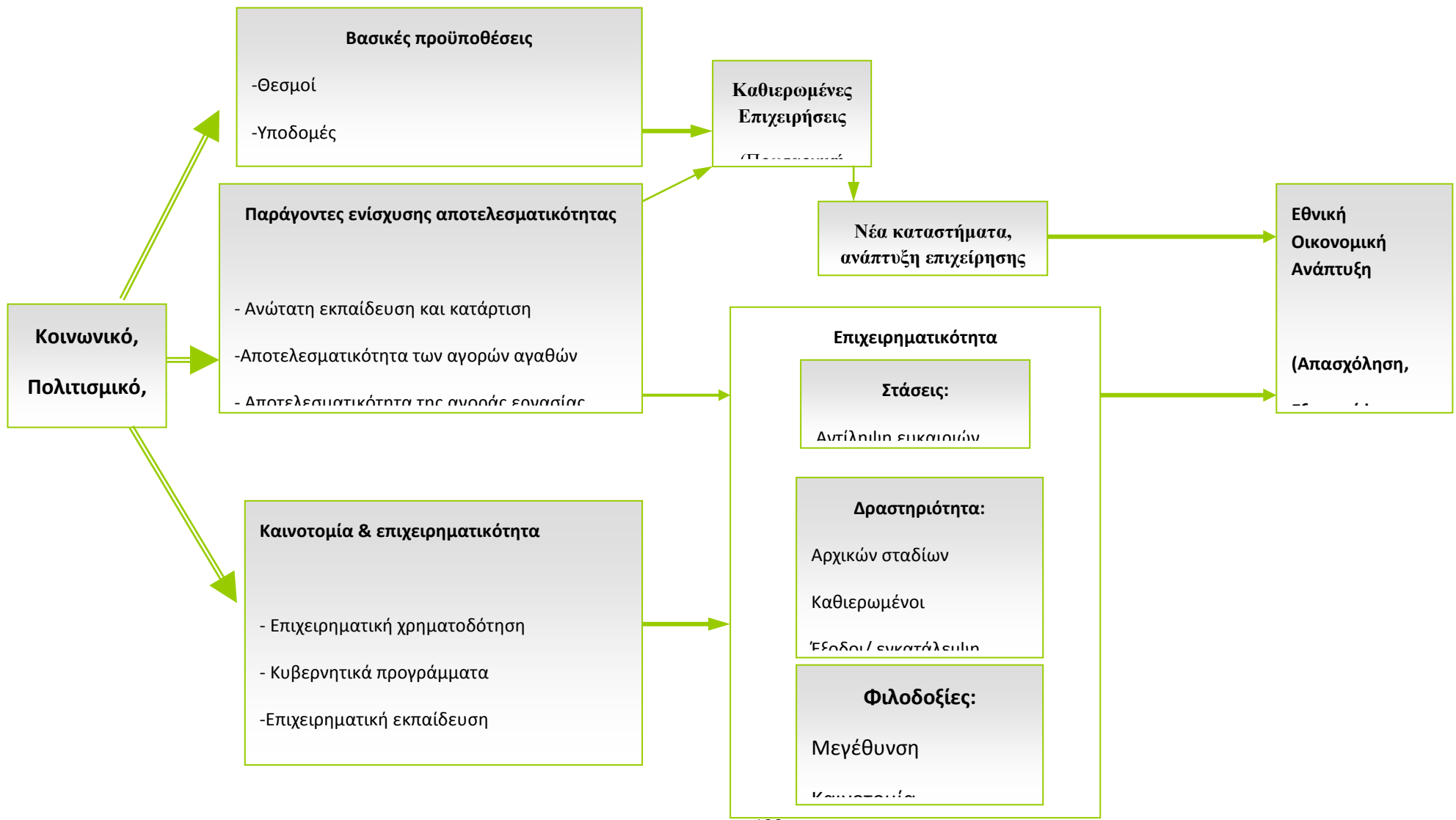
Ωστόσο, η σημασία των Διαστάσεων του Επιχειρηματικού Πλαισίου διαφέρει ανάλογα με το επίπεδο ανάπτυξης κάθε χώρας. Για παράδειγμα, υπάρχουν κάποιες βασικές συνθήκες ή προϋποθέσεις –όπως κάποιοι βασικοί θεσμοί, βασικές υποδομές, καθώς τα επίπεδα υγείας και παιδείας- οι οποίες επηρεάζουν άμεσα το πλαίσιο 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, κα. 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 περιγράφει ως 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 νησίδων αγοράς, όσο και τη δημιουργία «ποιοτικών» επιχειρήσεων υψηλών δυνατοτήτων ανάπτυξης αποκτούν μεγαλύτερη σημασία.

Ταυτόχρονα, καθίσταται σαφές 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 διαφορετική σημασία στον κάθε τύπο οικονομικής ανάπτυξης.

Με βάση τα συστατικά που συζητήθηκαν παραπάνω, το ισχύον 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 της απασχόλησης. 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 μεγαθύνονται, δημιουργούν νέα προϊόντα και υπηρεσίες, νέες δραστηριότητες και ανοίγονται 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 μοντέλο παραπάνω.

3. ΒΑΣΙΚΟΙ ΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ 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.

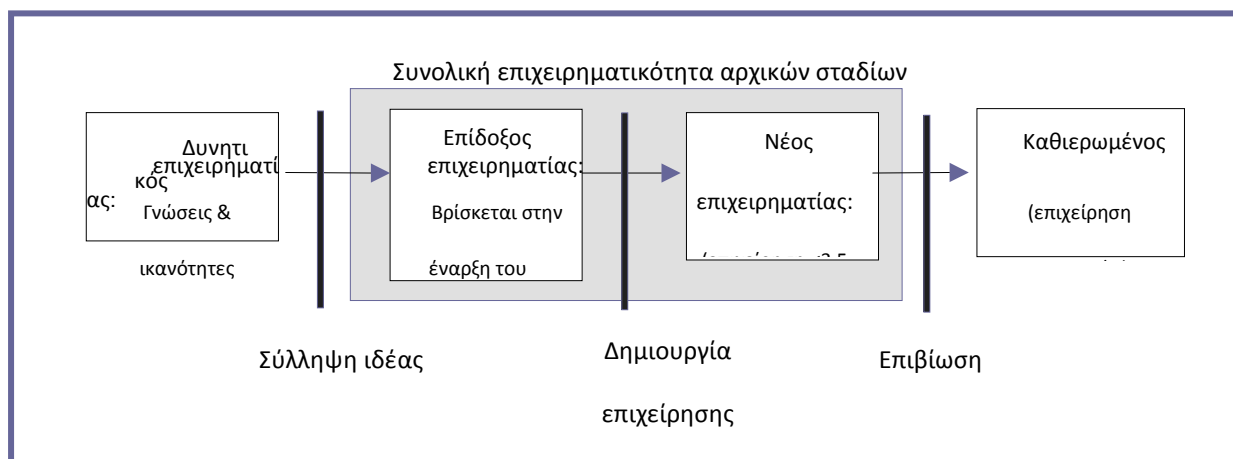
Η έρευνα αναγνωρίζει και τη σημασία των διαδικασιών, των συμπεριφορών και των συγκυριών που οδήγησαν ένα άτομο στην ανάληψη επιχειρηματικής δράσης (μιας και η επιχειρηματικότητα είναι μια διαδικασία που αρχίζει αρκετά προτού μια εταιρία γίνει λειτουργική), ενώ δεν αμελείται και η εξέταση των παραγόντων 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.

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-

ur), 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 που ακολουθεί παρουσιάζονται συνοπτικά οι ορισμοί για τους βασικούς δείκτες που χρησιμοποιούνται στην παρούσα έκθεση.

Ορολογία και βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας

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 προκαταρτικές 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
---	---

	<p>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.</p>
<p>Νέοι Επιχειρηματίες (% του πληθυσμού 18-64 ετών)</p>	<p>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</p>
<p>Επιχειρηματίες Αρχικών Σταδίων (% του πληθυσμού 18-64 ετών)</p>	<p>Τα άτομα που εντάσσονται στις δύο παραπάνω κατηγορίες σύμφωνα με του αντίστοιχους ορισμούς</p>
<p>Καθιερωμένοι Επιχειρηματίες (% του πληθυσμού 18-64 ετών)</p>	<p>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.</p>
<p>Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (% του πληθυσμού 18-64 ετών)</p>	<p>Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που είτε εμπλέκονται σε επιχειρηματική δραστηριότητα αρχικών σταδίων είτε είναι καθιερωμένοι επιχειρηματίες (βλ. παραπάνω)</p>
<p>Επιχειρηματική Δραστηριότητα Αρχικών Σταδίων Υψηλών Προσδοκιών Μεγέθυνσης (% του πληθυσμού 18-64 ετών)</p>	<p>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</p>
<p>Ποσοστό Αναστολής Επιχειρηματικής δραστηριότητας</p>	<p>Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που κατά τους τελευταίους 12 μήνες από τη στιγμή της έρευνας ανέστειλαν τη λειτουργία</p>

(% του πληθυσμού 18-64 ετών)	μιας επιχείρησης, εξαγόρασαν το μερίδιό τους και παραιτήθηκαν, πούλησαν την επιχείρηση εγγχείρημα ή/ και γενικά έπαψαν να συμμετέχουν στη λειτουργία της ανεξάρτητα από το αν αυτή συνέχισε ή όχι τη λειτουργίας 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.

4. ΓΙΑΤΙ ΔΙΑΦΕΡΟΥΝ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ GEM ΑΠΟ ΤΑ ΕΠΙΣΗΜΑ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ (ΜΗΤΡΩΑ) ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ;

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^{ον} 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.

2^{ον} 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^{ον} 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^{ον} 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.

5. ΤΟ ΕΜΠΕΙΡΙΚΟ ΜΕΡΟΣ ΤΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ GEM

Ένα από τα ισχυρότερα ερευνητικά πλεονεκτήματα του GEM είναι ο όγκος των στοιχείων που έχει πλέον σχηματιστεί από το 1997 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.

6. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΙΟΒΕ ΣΤΟ GEM

Το ΙΟΒΕ αποτελεί τον εθνικό ερευνητικό συνεργάτη του GEM και συμμετείχε την περίοδο 2012-2013 για δέκατη φορά στο έργο, ενώ στο πλαίσιο αυτό θεσμοθέτησε το 2007 το Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα. Τα στοιχεία της έρευνας για την επόμενη περίοδο (2013-2014) βρίσκονται ήδη 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 ΙΟΒΕ, 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 επιχειρηματικότητας¹².

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

¹² 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.

7. ΟΙ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Χρηματοδοτική Υποστήριξη: Ο βαθμός στον οποίο είναι διαθέσιμοι πόροι και χρηματοδοτική υποστήριξη για νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, συμπεριλαμβανομένων των επιδοτήσεων και των επιχορηγήσεων.

Η διάσταση αυτή εξετάζει επίσης την ποιότητα και τον βαθμό στον οποίο είναι διαθέσιμη χρηματοδοτική υποστήριξη –με τη μορφή μετοχικού κεφαλαίου, κεφαλαίου σποράς (seed capital), ή μέσω δανειοδότησης- καθώς και την κατανόηση της επιχειρηματικότητας από τους φορείς της χρηματοπιστωτικής κοινότητας (π.χ. γνώση και ικανότητα αποτίμησης επιχειρηματικών ευκαιριών, αξιολόγηση των επιχειρηματικών σχεδίων και των κεφαλαιακών αναγκών μικρών επιχειρήσεων, διάθεση για συνεργασία με επιχειρηματίες, και αντιμετώπιση του ρίσκου).

Κυβερνητικές Πολιτικές: Ο βαθμός στον οποίο οι περιφερειακές αλλά και οι εθνικές οικονομικές πολιτικές καθώς και η εφαρμογή τους (σχετικά με την γενική και ειδική φορολογία, τις κυβερνητικές ρυθμίσεις και τη διοίκηση κλπ.) είναι ουδέτερες ως προς το μέγεθος των επιχειρήσεων, και το κατά πόσο οι πολιτικές αυτές αποθαρρύνουν ή ενθαρρύνουν νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις.

Κυβερνητικά Προγράμματα: Η ύπαρξη άμεσων προγραμμάτων ενίσχυσης νέων και αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων σε όλα τα επίπεδα κυβερνητικής πολιτικής -εθνικό, περιφερειακό και τοπικής αυτοδιοίκησης. Επίσης, η διάσταση αυτή εξετάζει την ποιότητα και την ευκολία πρόσβασης σε προγράμματα, την διαθεσιμότητα και την ποιότητα του κυβερνητικού προσωπικού, αλλά και την ικανότητά του να διαχειρίζεται ειδικά προγράμματα, καθώς και την αποτελεσματικότητα των δημοσίων υπηρεσιών.

Παιδεία και Μόρφωση: Ο βαθμός στον οποίο παρέχεται εκπαίδευση σχετικά με το πώς ξεκινάει ή διοικείται μια μικρή, νέα ή αναπτυσσόμενη επιχείρηση, σε όλες τις βαθμίδες του εκπαιδευτικού συστήματος (πρωτοβάθμια, δευτεροβάθμια και τριτοβάθμια εκπαίδευση, ιδρύματα τεχνολογικής και επαγγελματικής εκπαίδευσης, μαθήματα σχετικά με την επιχειρηματικότητα σε οικονομικά και μη πανεπιστήμια και σε επίπεδο προπτυχιακών και μεταπτυχιακών προγραμμάτων).

Η διάσταση αυτή εξετάζει επίσης την ποιότητα, την χρησιμότητα και το βάθος μιας τέτοιας εκπαίδευσης για την δημιουργία και τη διοίκηση μιας μικρής, νέας ή αναπτυσσόμενης επιχείρησης, την φιλοσοφία του εκπαιδευτικού συστήματος απέναντι στις δημιουργικές και καινοτομικές σπουδές σε όλες τις βαθμίδες του, την ικανότητα, καθώς και την ειδίκευσή των εκπαιδευτών που διδάσκουν στοιχεία επιχειρηματικότητας.

Μεταφορά Έρευνας και Ανάπτυξης: Ο βαθμός στον οποίο η έρευνα και ανάπτυξη σε εθνικό επίπεδο οδηγεί την χώρα σε νέες εμπορικές ευκαιρίες, καθώς και το αν και κατά πόσο νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις έχουν πρόσβαση σε έρευνα και ανάπτυξη (R&D).

Η διάσταση αυτή εξετάζει επίσης τις συνέπειες του θεσμικού πλαισίου σχετικά με την ευρεσιτεχνία, την δυνατότητα των ερευνητών να διαπραγματεύονται με τους ομολόγους τους στη βιομηχανία και το αντίστροφο, τα επίπεδα καινοτομικότητας της χώρας, τον εθνικό προσανατολισμό των δαπανών για έρευνα και ανάπτυξη (το κατά πόσο τα κρατικά, βιομηχανικά και εκπαιδευτικά ιδρύματα αναγνωρίζουν και προάγουν την σπουδαιότητα της εφαρμοσμένης έρευνας), καθώς και την ποιότητα και την διαθεσιμότητα υποδομής τέτοιας που να στηρίζει πρωτοβουλίες υψηλής τεχνολογίας.

Εμπορική και Επαγγελματική Υποδομή: Η επίδραση εμπορικών, λογιστικών και άλλων νομικών υπηρεσιών (συμπεριλαμβανομένου του κόστους, της ποιότητας και του βαθμού διαθεσιμότητας), αλλά και ιδρυμάτων που επιτρέπουν ή ευνοούν την λειτουργία μιας νέας, μικρής ή αναπτυσσόμενης επιχείρησης. Επίσης, εξετάζονται η πρόσβαση σε πληροφορίες προερχόμενες από ευρύτερες πηγές, συμπεριλαμβανομένου του διαδικτύου, των περιοδικών, των εφημερίδων και δημόσιων σεμιναρίων, σχετικά με την εγχώρια και διεθνή οικονομία, την διαδικασία δημιουργίας μιας επιχείρησης, το πώς ετοιμάζεται ένα επιχειρηματικό σχέδιο, αλλά και σχετικά με τις απαιτήσεις της αγοράς.

Πόσο «ανοιχτή» είναι η Αγορά/Εμπόδια Εισόδου: Ο βαθμός στον οποίο οι εμπορικές συναλλαγές είναι τόσο σταθερές και δύσκολα μετατρέψιμες, ώστε να εμποδίζουν τις μικρές και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις να ανταγωνίζονται

αποτελεσματικά και να επιτυγχάνουν να αντικαθιστούν προμηθευτές, υπεργολάβους και συμβούλους. Η διάσταση αυτή εξετάζει επίσης την ύπαρξη ή μη διάφανης αγοράς (π.χ ύπαρξη ασυμμετριών στην πληροφόρηση: το αν και κατά πόσο οι πληροφορίες για τις συνθήκες της αγοράς είναι διαθέσιμες σε όλους τους πωλητές και τους αγοραστές), τις κυβερνητικές πολιτικές που αποσκοπούν στη δημιουργία ανοιχτής αγοράς (π.χ κρατικές προμήθειες, μείωση των εμπορικών δασμών, φραγμών κ.λ.π), τη δομή της αγοράς (π.χ ευκολία εισόδου, κυριαρχία μεγάλων ή μικρών επιχειρήσεων, πλεονεκτήματα διαφήμισης, ανταγωνισμός τιμών κ.λ.π) και το κατά πόσο όλες οι επιχειρήσεις ανταγωνίζονται με βάση τους ίδιους κανόνες του παιχνιδιού.

Πρόσβαση στην Υλική Υποδομή: Η ποιότητα και ο βαθμός πρόσβασης σε υλικούς πόρους, συμπεριλαμβανομένων των τηλεφωνικών επικοινωνιών, του ταχυδρομείου, του διαδικτύου, των οδικών μεταφορών, των εναέριων και θαλάσσιων μεταφορών, χώρων γραφείων αλλά και στάθμευσης. Το κόστος της γης, του χώρου και των ενοικίων. Επίσης η ποιότητα και ο βαθμός πρόσβασης σε πρώτες ύλες και φυσικούς πόρους, όπως το ξύλο, το έδαφος, οι κλιματολογικές συνθήκες, τα οποία είναι επωφελή για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.

Πολιτισμικά και Κοινωνικά Πρότυπα: Ο βαθμός, στον οποίο τα υπάρχοντα κοινωνικά και πολιτισμικά πρότυπα ενθαρρύνουν, ή τουλάχιστον δεν αποθαρρύνουν, την ατομική δράση, η οποία πιθανόν να οδηγήσει σε νέους τρόπους επιχειρηματικής δράσης, ή οικονομικές δραστηριότητες που, με τις σειρά τους, μπορούν να οδηγήσουν στην ευρύτερη διάχυση του πλούτου και του εισοδήματος.

Η διάσταση αυτή εξετάζει επίσης τις ευρύτερες στάσεις απέναντι στην επιχειρηματικότητα, τις συμπεριφορές απέναντι στο ρίσκο, την επιχειρηματική αποτυχία και την δημιουργία πλούτου (καθώς και την επίδρασή τους στην ανάπτυξη επιχειρηματικότητας), την επίδραση των κοινωνικών προτύπων στην επιχειρηματική συμπεριφορά, την κοινωνική αξία ή απαξία του επιχειρηματία, και τέλος την επίδραση που ασκούν οι πολιτισμικές και κοινωνικές συμπεριφορές για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας σε τοπικές κοινότητες και μειονοτικές ομάδες (εθνικές ή θρησκευτικές ομάδες, γυναίκες κλπ.).