



ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 2004-2005

*Σταύρος Ιωαννίδης
Τάκης Πολίτης
Άγγελος Τσακανίκας*



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 2004-2005

ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

Αθήνα

Οκτώβριος 2005





ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 2004-2005

*Σταύρος Ιωαννίδης
Τάκης Πολίτης
Άγγελος Τσακανίκας*



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

ΧΟΡΗΓΟΙ



© Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, 2005
ISBN 960-7536-30-4
ISSN 1790-1731

Επιμέλεια έκδοσης: Studio γραφικών εφαρμογών «eL & Gi»
Αδριανοθήρων 1 - Δάφνη - Τηλ. 210 97 52 141 - Fax: 210 97 60 833
E-mail: elgi_gr@yahoo.com

Πρόλογος

Η παρούσα Εθνική Έκθεση είναι η δεύτερη της σειράς ετησίων εκθέσεων που εκπονεί το IOBE, συμμετέχοντας στο διεθνές πρόγραμμα GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Το Πρόγραμμα αυτό συλλέγει δεδομένα από κάθε χώρα και παρουσιάζει τα συνολικά ευρήματα στην ετήσια έκδοση του Global Report on Entrepreneurship.

Όπως και τον προηγούμενο χρόνο, η συμμετοχή του IOBE είχε δύο σκέλη: Πρώτον, ήταν υπεύθυνο για τη διεξαγωγή των αναγκαίων ερευνών στον ελληνικό πληθυσμό, την επεξεργασία των αποτελεσμάτων με βάση την κοινή μεθοδολογία και την ένταξή τους στο διεθνές αναλυτικό πλαίσιο του GEM, ώστε να επιτυγχάνεται η διεθνής συγκρισιμότητα των στοιχείων. Δεύτερον, ήταν υπεύθυνο για τη συγγραφή της παρούσας Ετήσιας Έκθεσης για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, η οποία επικεντρώνεται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που έχει η επιχειρηματικότητα στη χώρα μας.

Επιδίωξη του IOBE είναι να συνεχίσει και στο μέλλον να μετέχει στις ετήσιες έρευνες του GEM για την επιχειρηματικότητα, με σκοπό την παρακολούθηση των εξελίξεων και τη δημιουργία χρονολογικών σειρών που θα επιτρέψουν την αποτύπωση των μακροχρόνιων τάσεων της επιχειρηματικότητας στη χώρα, σε σύγκριση πάντα με τις ανάλογες εξελίξεις και τάσεις που επικρατούν διεθνώς.

Το IOBE ευχαριστεί όλους αυτούς που συνέβαλαν στην επιτυχία του έργου και κυρίως τους ειδικούς εμπειρογνώμονες, οι οποίοι ο καθένας στον τομέα του βοήθησαν στην ερμηνεία της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Ευχαριστούμε τέλος τους χορηγούς του έργου: Την εταιρεία CHIPITA INTERNATIONAL S.A. και την ΤΡΑΠΕΖΑ ΑΤΤΙΚΗΣ.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Συνοπτική Επισκόπηση	Ι
----------------------------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΤΑ ΤΟ 2004: Η ΓΕΝΙΚΗ ΕΙΚΟΝΑ	1
1.1. Ο βασικός τύπος επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα κατά το 2004	1
1.2. Η τομεακή διάσταση της επιχειρηματικότητας	5
1.3. Επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας	8
1.4. Τα επιχειρηματικά εγχειρήματα	14
1.5. Η εταιρική επιχειρηματικότητα	17

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ 23 |

2.1. Επιχειρηματικότητα και ανάπτυξη	23
2.2. Επιχειρηματικότητα υψηλών δυνατοτήτων	25
2.3. Υψηλές δυνατότητες και τομεακή διάσταση της επιχειρηματικότητας	32

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ 37 |

3.1. Οι κεφαλαιακές ανάγκες των νέων εγχειρημάτων	37
3.2. Χρηματοδότηση και μορφές της επιχειρηματικότητας	41
3.3. Πηγές Χρηματοδότησης	44
3.4. Οι “άτυποι” επενδυτές	49
3.5. Οι προσδοκώμενες αποδόσεις της επιχειρηματικής επένδυσης	55

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Η ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΝΕΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΔΟΞΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ:

ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	61
4.1. Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του Έλληνα επιχειρηματία	61
4.2. Ο ρόλος των πολιτισμικών χαρακτηριστικών	74
4.3. Οι απόψεις των ειδικών για το επιχειρηματικό περιβάλλον της Ελλάδας: σύγκριση με άλλες χώρες	86

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

5.1. Γενικά	95
5.2. Η πολιτική της Ε.Ε. για την επιχειρηματικότητα	96
5.3. Προτεραιότητες και κατευθύνσεις της πολιτικής στην Ελλάδα	97
5.4. Οι τρέχουσες πολιτικές για την επιχειρηματικότητα	100

Παράρτημα 1: Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (GEM) ..104

Παράρτημα 2: Οι βασικοί ορισμοί της Επιχειρηματικότητας σύμφωνα
με τη μεθοδολογία του GEM

Παράρτημα 3: Το εννοιολογικό μοντέλο του GEM

Παράρτημα 4: Το εμπειρικό κομμάτι του ερευνητικού προγράμματος GEM

Παράρτημα 5: Ο ρόλος του IOBE στο GEM

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	113
---------------------------	------------

ΠΙΝΑΚΕΣ

Πίνακας 1.1: Εξέλιξη Δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (TEA) στις ευρωπαϊκές χώρες (2003-2004)	4
Πίνακας 1.2: Ποσοστιαία κατανομή της Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας στην Ευρώπη κατά τομέα το 2003 και 2004	7
Πίνακας 1.3: Ποσοστιαία διάρθρωση κινήτρων εκδήλωσης επιχειρηματικότητας ανάγκης (2004)	13
Πίνακας 1.4: Συσχέτιση Δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (TEA) και Δείκτη Επιχειρηματικότητας για λογαριασμό του εργοδότη (ΕΔΕ)	20
Πίνακας 2.1: Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα Υψηλών Δυνατοτήτων (% συμμετοχής στη συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα, μέσος όρος 2003-2004)	26
Πίνακας 2.2: Ποσοστιαία διάρθρωση της Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (TEA, 2004) και της δημιουργίας απασχόλησης στην επόμενη πενταετία	28
Πίνακας 2.3: Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα και βαθμός επέκτασης της αγοράς (% συμμετοχής στη συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα, TEA 2004)	30
Πίνακας 2.4: Εξαγωγικός προσανατολισμός της Συνολικής Επιχειρηματικής δραστηριότητας (TEA 2004)	31
Πίνακας 2.5: Ποσοστιαία διάρθρωση Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας ανά κλάδο και βαθμό επέκτασης αγοράς (TEA, 2004)	32
Πίνακας 2.6: Ποσοστιαία διάρθρωση Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (TEA, 2004) ανά κλάδο και βαθμό δημιουργίας απασχόλησης σε πέντε χρόνια	33
Πίνακας 2.7: Ποσοστιαία Διάρθρωση Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (TEA, 2004) ανά κλάδο και εξαγωγικό προσανατολισμό	34
Πίνακας 2.8: Κλάδος και τεχνολογικό επίπεδο (2003-2004)	35
Πίνακας 3.1: Επενδύσεις σε επιχειρήσεις που βρίσκονταν στην φάση της ίδρυσης κατά την περίοδο 2003 – 2004 στην Ελλάδα	38
Πίνακας 3.2: Μέσο ύψος πραγματοποιούμενης επένδυσης σε νέες επιχειρήσεις (2003-	

2004) ανάλογα με τα κίνητρα του επίδοξου επιχειρηματία	39
Πίνακας 3.3: Ποσοστό επιχειρηματικής δραστηριότητας (2003-2004) που χρησιμοποιεί τεχνολογία / διαδικασίες που δεν ήταν διαθέσιμες ένα χρόνο πριν από τη στιγμή της έρευνας ανά κλιμάκιο ύψους επένδυσης	41
Πίνακας 3.4: Ποσοστιαία διάρθρωση επιχειρηματικής δραστηριότητας (2003-2004) με βάση τις προοπτικές απασχόλησης σε πέντε χρόνια από τη στιγμή της έρευνας, ανά κλιμάκιο ύψους επένδυσης	42
Πίνακας 3.5: Ύψος επένδυσης ανά τομέα δραστηριοποίησης (2003-2004)	43
Πίνακας 3.6: Ποσοστιαία κατανομή επενδύσεων ανά τομέα σε επιχειρήσεις που βρίσκονταν στη φάση της ίδρυσης την περίοδο 2003-2004	44
Πίνακας 3.7: Ποσοστό ίδιας συμμετοχής ανά κλιμάκιο επένδυσης (2003-2004)	45
Πίνακας 3.8: Επιχειρηματικότητα Ανάγκης και ίδια συμμετοχή σε επενδύσεις σε επιχειρήσεις που βρίσκονταν στη φάση της ίδρυσης την περίοδο 2003-2004	46
Πίνακας 3.9: Άλλες πηγές χρηματοδότησης (2003-2004)	46
Πίνακας 3.10: Άτυποι χρηματοδότες και ύψος χρηματοδότησης την περίοδο 2003-2004	54
Πίνακας 3.11: Εκτιμώμενος χρόνος επιστροφής της επένδυσης για επιχειρήσεις που βρίσκονταν στην φάση της ίδρυσης την περίοδο 2004, ανά τομέα δραστηριοποίησης (2004)	59
Πίνακας 3.12: Εκτιμώμενη απόδοση της επένδυσης σε ορίζοντα δεκαετίας για επιχειρήσεις που βρίσκονταν στη φάση της ίδρυσης το 2004, ανά τομέα δραστηριοποίησης	60
Πίνακας 4.1: Δημογραφικά χαρακτηριστικά των νέων και επίδοξων επιχειρηματιών 18-64 ετών (ποσοστά επί της συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας TEA)	61
Πίνακας 4.2: Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (TEA) ανά ηλικία και επίπεδο του ΑΕΠ (ποσοστά ατόμων ηλικίας 18-64 ετών ανά ηλικιακή κατηγορία)	62
Πίνακας 4.3: Εξέλιξη Συνολικής Γυναικείας Επιχειρηματικής Δραστηριότητας στην Ευρώπη σε σχέση με τη Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (% συμμετοχής στη συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα TEA)	64
Πίνακας 4.4 : Επίπεδο Ανδρικής και Γυναικείας Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (TEA, 2004) και επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης (% ατόμων ηλικίας 18-64 ετών)	65
Πίνακας 4.5: Ποσοστό της Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (TEA) που έχει	

ως κίνητρο την εκμετάλλευση κάποιας επιχειρηματικής ευκαιρίας	66
Πίνακας 4.6: Δημογραφικά χαρακτηριστικά των νέων και επίδοξων επιχειρηματιών ανά- γκης το 2004 (ποσοστά επί της συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά κατηγορία)	67
Πίνακας 4.7: Δημογραφικά χαρακτηριστικά των νέων & επίδοξων επιχειρηματιών (2004) ανάλογα με τον τομέα επιχειρηματικής δραστηριότητας (ποσοστά επί της συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά κατηγορία)	69
Πίνακας 4.8: Ποσοστιαία διάρθρωση συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας (ΤΕΑ, 2004) σε σχέση με το ΑΕΠ (% επί της συνολικής δραστηριότητας ανά κατη- γορία)	70
Πίνακας 4.9α: Δημογραφικά χαρακτηριστικά των νέων & επίδοξων επιχειρηματιών και δυναμικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας (ποσο- στά επί της συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά κατηγορία, 2004)	71
Πίνακας 4.9β : Δημογραφικά χαρακτηριστικά των νέων & επίδοξων επιχειρηματιών και δυναμικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας (ποσο- στά επί της συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας κάθε κατηγορίας, 2004)	72
Πίνακας 4.10: Προσωπικοί και πολιτισμικοί παράγοντες επιχειρηματικότητας (ποσοστά θετικών απαντήσεων από το αντίστοιχο υπο-δείγμα)	75

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

Διάγραμμα 1.1: Δείκτης Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (TEA, 2004) ανά χώρα (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών, 95% διάστημα εμπιστοσύνης)	2
Διάγραμμα 1.2: Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (TEA, 2004) ανά τομέα (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)	6
Διάγραμμα 1.3: Δείκτης Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας Ανάγκης (2004) ανά χώρα (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)	9
Διάγραμμα 1.4: Δείκτης Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας Ευκαιρίας (2004) ανά χώρα (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)	11
Διάγραμμα 1.5: Ποσοστιαία διάρθρωση κινήτρων εκδήλωσης επιχειρηματικότητας ανάγκης (2004)	12
Διάγραμμα 1.6: Μέσος Αριθμός Ιδιοκτητών Νεοϊδρυόμενων Επιχειρήσεων (start-ups) το 2004 (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)	15
Διάγραμμα 1.7: Μέσος Αριθμός Ιδιοκτητών Νέας Επιχείρησης (baby business) για την οποία έχουν πληρωθεί μισθοί το διάστημα των τελευταίων 3-42 μηνών (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)	16
Διάγραμμα 1.8: Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που δηλώνουν ότι ξεκινούν μία νέα επιχειρηματική δραστηριότητα για λογαριασμό του εργοδότη τους (2004)	18
Διάγραμμα 2.1: Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (TEA 2004, % ατόμων ηλικίας 18-64 ετών) και οικονομική ανάπτυξη (ΑΕΠ κατά κεφαλή)	24
Διάγραμμα 2.2: Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα Υψηλών και Μη Δυνατοτήτων το 2004 (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)	26
Διάγραμμα 2.3: Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (TEA, 2004) και Δημιουργία Απασχόλησης στην επόμενη πενταετία (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)	27
Διάγραμμα 2.4: Επιχειρηματική δραστηριότητα με οποιουδήποτε βαθμού επέκταση της αγοράς 2004 (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)	29
Διάγραμμα 3.1: Σχέση αρχικής επένδυσης ανά εταιρεία και κατά κεφαλήν ΑΕΠ (2004)	40
Διάγραμμα 3.2: Επενδύσεις κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών ως ποσοστό του ΑΕΠ κατά το 2003	48

Διάγραμμα 3.3: Μέση επένδυση κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών ανά επιχείρηση κατά το 2003	49
Διάγραμμα 3.4: Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που χρηματοδότησαν με προσωπικά κεφάλαια μία νέα επιχείρηση που ξεκίνησε κάποιος άλλος το 2004	50
Διάγραμμα 3.5: Ύψος άτυπης επένδυσης ως ποσοστό του ΑΕΠ (2004)	51
Διάγραμμα 3.6: Σχέση κατά κεφαλήν ΑΕΠ και ετήσιου ποσού συνεισφοράς άτυπου επενδυτή (2004)	52
Διάγραμμα 3.7: Ποσοστιαία διάρθρωση της σχέσης του άτυπου επενδυτή με τον επιχειρηματία (2004)	53
Διάγραμμα 3.8: Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που ξεκίνησαν προσωπικά μία νέα επιχείρηση και οι οποίοι αναμένουν ότι τουλάχιστον θα αποσβέσουν την επένδυσή τους (2004)	55
Διάγραμμα 3.9: Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που χρηματοδότησαν με προσωπικά κεφάλαια μία νέα επιχείρηση χωρίς άλλη συμμετοχή σε αυτήν και οι οποίοι αναμένουν ότι τουλάχιστον θα αποσβέσουν την επένδυσή τους (2004)	56
Διάγραμμα 3.10 : Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που ξεκίνησαν προσωπικά μία νέα επιχείρηση και οι οποίοι αναμένουν θα αποκομίσουν καθαρό κέρδος από την επένδυσή τους (2004)	57
Διάγραμμα 3.11: Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που χρηματοδότησαν με προσωπικά κεφάλαια μία νέα επιχείρηση και οι οποίοι αναμένουν ότι θα αποκομίσουν καθαρό κέρδος από την επένδυσή τους (2004)	58
Διάγραμμα 4.1: Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα ΤΕΑ κατά φύλο το 2004 (% ατόμων ηλικίας 18-64 ετών)	63
Διάγραμμα 4.2: Προσωπική γνώση ατόμου που ξεκίνησε νέα επιχείρηση τα προηγούμενα 2 έτη (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)	78
Διάγραμμα 4.3: Καλές ευκαιρίες έναρξης νέας επιχειρηματικότητας το προσεχές εξάμηνο (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)	79
Διάγραμμα 4.4: Γνώσεις, ικανότητα και εμπειρία επιχειρηματικότητας (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)	79
Διάγραμμα 4.5: Φόβος αποτυχίας ως παράγοντας αποτροπής επιχειρηματικής δραστηριότητας (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)	80
Διάγραμμα 4.6: Ίδιο βιοτικό επίπεδο (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)	81

Διάγραμμα 4.7: Επιχειρηματική δραστηριότητα ως επιθυμητή επιλογή σταδιοδρομίας (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)82
Διάγραμμα 4.8: Κοινωνική καταξίωση και σεβασμός ως αποτέλεσμα επιτυχούς επιχειρηματικής δραστηριότητας (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)83
Διάγραμμα 4.9: Προβολή από τα ΜΜΕ νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)84
Διάγραμμα 4.10: Δείκτης πολιτισμικής υποστήριξης της επιχειρηματικότητας85
Διάγραμμα 4.11: Επιχειρηματικές ευκαιρίες και διάθεση / ευκολία ατόμων προς εκμετάλλευσή τους (μέσοι όροι στην 5-βάθμια κλίμακα απαντήσεων των ειδικών)86
Διάγραμμα 4.12: Επιχειρηματική ικανότητα: δυνατότητα εκδήλωσης επιχειρηματικότητας βάσει γνώσεων, ικανοτήτων και εμπειρίας έναρξης (μέσοι όροι στην 5-βάθμια κλίμακα απαντήσεων των ειδικών)88
Διάγραμμα 4.13: Δείκτης εθνικής κουλτούρας που ενθαρρύνει την ατομική πρωτοβουλία και δημιουργικότητα (μέσοι όροι στην 5-βάθμια κλίμακα απαντήσεων των ειδικών)90
Διάγραμμα 4.14: Δείκτης επιχειρηματικής ικανότητας: κίνητρα εκδήλωσης επιχειρηματικότητας βάσει κοινωνικής αποδοχής και καταξίωσης (μέσοι όροι στην 5-βάθμια κλίμακα απαντήσεων των ειδικών)91
Διάγραμμα 4.15: Δείκτης υποστήριξης γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριοποίησης (μέσοι όροι στην 5-βάθμια κλίμακα απαντήσεων των ειδικών)92

Συνοπτική επισκόπηση

Το 2004 ήταν ο δεύτερος χρόνος συμμετοχής της Ελλάδας στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM, το οποίο καταγράφει τη νέα επιχειρηματικότητα που εκδηλώνεται ετησίως σε κάθε χώρα που συμμετέχει. Έτσι, στην παρούσα Εθνική Έκθεση, πέραν των διεθνών συγκρίσεων, υπήρξε δυνατότητα να αξιολογηθούν και οι αλλαγές που επήλθαν από τον προηγούμενο χρόνο. Τα βασικά αποτελέσματα, που προέκυψαν από την ανάλυση συνοψίζονται στα ακόλουθα:

Συνολική επιχειρηματικότητα

Το 5,8% του ενεργού πληθυσμού της Ελλάδας, που υπολογίζεται σε 390.000 άτομα μεταξύ 18 και 64 ετών, είχαν το 2004 επιχειρηματική δραστηριότητα, η οποία αφορούσε είτε τη διοίκηση/ιδιοκτησία μιας νέας επιχείρησης, είτε τις διαδικασίες για την ίδρυση μιας επιχείρησης. Με βάση το μέσο όρο των ατόμων που δραστηριοποιήθηκαν, **ο συνολικός αριθμός των νέων εγχειρημάτων που πραγματοποιήθηκαν στη χώρα το 2004 εκτιμάται σε περίπου 108 χιλιάδες.**

Η συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα το 2004 εμφανίζει μείωση έναντι του προηγούμενου έτους, η οποία οφείλεται αποκλειστικά στην υποχώρηση του αριθμού των νέων επιχειρήσεων που εντοπίζονται. Αντίθετα, το ποσοστό των «επίδοξων» επιχειρηματιών, αυτών δηλαδή που βρίσκονται στη φάση εκκίνησης νέου εγχειρήματος, παρουσιάζει άνοδο σε σχέση με το 2003.

Σε σχέση με τις υπόλοιπες 33 χώρες που συμμετείχαν στο πρόγραμμα GEM, η συνολική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα βρίσκεται στο μέσο περίπου της κατάταξης. **Σε σύγκριση με τις ευρωπαϊκές χώρες, η συνολική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα είναι υψηλότερη από τον μέσο όρο και ανάλογη με εκείνη που καταγράφεται στη Δανία, την Ισπανία, την Ολλανδία, τη Γερμανία, τη Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο.** Σημειώνεται ότι πολύ υψηλές τιμές συνολικής επιχειρηματικότητας απαντώνται τόσο σε χώρες υψηλού εισοδήματος (ΗΠΑ, Καναδάς, Ν. Ζηλανδία, Αυστραλία) όσο και σε χώρες χαμηλού επιπέδου ανάπτυξης (Περού, Ισημερινός, Ουγκάντα, Ιορδανία).

Η επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα εξακολουθεί να εμφανίζεται ως «μοναχική» δραστηριότητα: αποφασίζεται και ξεκινά από ένα μικρό αριθμό ατόμων. Αυτό συνδέεται και με το γεγονός ότι στον ορισμό των νέων εγχειρημάτων περιλαμβάνεται η αυτοαπασχόληση. Ωστόσο, συγκρινόμενος με τις άλλες χώρες του προγράμματος –πολλές από τις οποίες έχουν εξίσου υψηλή αυτοαπασχόληση- ο μέσος αριθμός των ατόμων που ξεκινούν ένα νέο εγχείρημα είναι στην Ελλάδα ο χαμηλότερος απ' όλες. Όταν

όμως η επιχείρηση αρχίζει να λειτουργεί, ο αριθμός των ιδιοκτητών αυξάνει για να προσεγγίσει τον ευρωπαϊκό μέσο όρο. Αυτό σημαίνει ότι όταν μια αρχική επιχειρηματική ιδέα αρχίζει να υλοποιείται προσελκύει περισσότερα άτομα, απ' ό,τι στη φάση της σύλληψης της, καθώς φαίνεται ότι αλλάζει η εκτίμηση του κινδύνου.

Επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας

Η διάρθρωση της συνολικής επιχειρηματικότητας το 2004 βελτιώνεται, καθώς μειώνεται το ποσοστό εκείνων που επιχειρούν γιατί αδυνατούν να εξασφαλίσουν άλλη μορφή απασχόλησης (επιχειρηματικότητα ανάγκης) και διευρύνεται αντίστοιχα το ποσοστό εκείνων που επιδιώκουν να εκμεταλλευθούν μια ευκαιρία (επιχειρηματικότητα ευκαιρίας). Η εξέλιξη αυτή κρίνεται θετική επειδή κατά τεκμήριο η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας έχει μεγαλύτερες δυνατότητες να συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη. Σημειώνεται ωστόσο ότι η επιχειρηματικότητα ανάγκης παραμένει υψηλή, τόσο σε σχέση με το επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης της Ελλάδας, όσο και σε σύγκριση με τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Αντίστροφα, παρά τη σχετική βελτίωση έναντι του 2003, η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας διατηρείται και το 2004 στις χαμηλές θέσεις της παγκόσμιας κατάταξης (23η). Εκτιμάται ότι από το σύνολο των επιχειρηματικών εγχειρημάτων που εκδηλώθηκαν το 2004 στην Ελλάδα, το 28% είχαν ως κίνητρο την ανάγκη, όταν στο σύνολο των ευρωπαϊκών χωρών που συμμετείχαν στην έρευνα το αντίστοιχο ποσοστό δεν ξεπερνά το 18%.

Η έλλειψη καλύτερης επιλογής εργασίας είναι ο κυρίαρχος λόγος που ωθεί τα άτομα στην Ελλάδα να αναλάβουν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες ανάγκης. Δεν είναι όμως ο μόνος. Υπάρχει και ένα σχετικώς υψηλό ποσοστό (30% περίπου των εγχειρημάτων ανάγκης) που ωθείται στην επιχειρηματική επιλογή από τον φόβο της ανεργίας. Σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες η σημασία των δυο παραγόντων αντιστρέφεται, με τον φόβο της ανεργίας να αποτελεί πολύ ισχυρότερο κίνητρο από την έλλειψη εναλλακτικών επιλογών.

Τομεακή διάσταση της επιχειρηματικότητας

Όπως και το 2003 ο μεγάλος όγκος των εγχειρημάτων που καταγράφονται το 2004 (56,8% του συνόλου) αφορά επιχειρήσεις που παράγουν προϊόντα και υπηρεσίες προς τον τελικό καταναλωτή. Σε σύγκριση με τις άλλες χώρες της Ευρώπης η Ελλάδα παρουσιάζει το υψηλότερο ποσοστό, μετά την Πορτογαλία, νέων εγχειρημάτων που απευθύνονται προς τον τελικό καταναλωτή. Το υψηλό αυτό ποσοστό θεωρείται αρνητικό, δεδομένου ότι το είδος αυτό της επιχειρηματικότητας είναι πιο ρηχό και έχει περιορισμένες δυνατότητες ανάπτυξης, καθώς προσελκύει σε μεγάλο ποσοστό την επιχειρηματικότητα ανάγκης και τους αυτοαπασχολούμενους. Από την άλλη πλευρά, θετικό στοιχείο των εξελίξεων του 2004 είναι η σημαντική άνοδος των εγχειρημάτων σε επιχειρήσεις που

παρέχουν υπηρεσίες προς τις επιχειρήσεις. Αμελητέα τέλος είναι η επιχειρηματική δραστηριότητα στον πρωτογενή τομέα, ενώ μειώνεται το ποσοστό των εγχειρημάτων στη μεταποίηση.

Οι προσδοκίες νέων/επίδοξων επιχειρηματιών για την αποδοτικότητα των εγχειρημάτων τους εμφανίζονται πιο αισιόδοξες στον τομέα των υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις, όπου αναμένονται αποδόσεις του αρχικού κεφαλαίου που υπερβαίνουν το 100% σε ορίζοντα δεκαετίας. Στις δραστηριότητες που απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή υπάρχουν θετικές προσδοκίες αλλά και υψηλός βαθμός αβεβαιότητας, για τις αναμενόμενες αποδόσεις στη δεκαετία καθώς εντοπίζεται ένα υψηλό ποσοστό ατόμων που δηλώνουν ότι αδυνατούν να υπολογίσουν την αναμενόμενη απόδοση. Στη μεταποίηση περιορίζεται ελαφρά η αβεβαιότητα, αλλά το ύψος των αναμενόμενων αποδόσεων των επενδύσεων είναι χαμηλότερο.

Ατομική-εταιρική επιχειρηματικότητα

Η έρευνα του GEM απευθύνεται αποκλειστικά σε άτομα και κατά συνέπεια προσεγγίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα των καθιερωμένων επιχειρήσεων με έμμεσο τρόπο, καταγράφοντας δηλαδή τα άτομα που λειτουργούν μεν ως νέοι επιχειρηματίες κατά τον ορισμό του GEM, αλλά για λογαριασμό των επιχειρήσεων στις οποίες απασχολούνται. **Το ποσοστό αυτών των ατόμων, που χρησιμοποιείται ως προσέγγιση της εταιρικής επιχειρηματικότητας, βρίσκεται στην Ελλάδα στο χαμηλό διάστημα της παγκόσμιας κατάταξης, ενώ ο δείκτης συνολικής επιχειρηματικότητας βρίσκεται στο μεσαίο διάστημα.**

Η συσχέτιση συνολικής και εταιρικής επιχειρηματικότητας αποκαλύπτει ότι η υψηλή εταιρική επιχειρηματικότητα χαρακτηρίζει κυρίως τις ανεπτυγμένες οικονομίες, εύρημα που είναι αναμενόμενο, καθώς η εταιρική επιχειρηματικότητα κατά τεκμήριο είναι: αφενός επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και όχι ανάγκης και αφετέρου δεν αφορά αυτοαπασχόληση. Αντίθετα, υψηλή συνολική επιχειρηματικότητα, η οποία περιλαμβάνει τόσο την αυτοαπασχόληση, όσο και την επιχειρηματικότητα ανάγκης απαντάται και σε χώρες χαμηλού επιπέδου ανάπτυξης. **Για να κινηθεί συνεπώς η Ελλάδα προς την κατεύθυνση των ανεπτυγμένων χωρών απαιτείται κατ' αρχήν ενίσχυση της επιχειρηματικότητας των νέων και καθιερωμένων επιχειρήσεων.**

Επιχειρηματικότητα υψηλών δυνατοτήτων

Από το σύνολο των επιχειρηματικών εγχειρημάτων που καταγράφηκαν στην Ελλάδα ένα μικρό μόνο ποσοστό μπορεί να θεωρηθεί υψηλών δυνατοτήτων, με βάση τον ορισμό του GEM. Σε σύγκριση με τις 16 ευρωπαϊκές χώρες που μετέχουν στην έρευνα, η Ελλάδα κατατάσσεται στη 13η θέση στη διετία 2003-2004. Η χαμηλή θέση στην κατάταξη

αποδίδεται κυρίως στο γεγονός ότι είναι ελάχιστα τα εγχειρήματα που αναμένεται να δημιουργήσουν πάνω από 20 θέσεις εργασίας, όριο το οποίο τίθεται για να χαρακτηριστεί ένα εγχείρημα υψηλών δυνατοτήτων. Από την άλλη πλευρά όμως, ένα σημαντικό ποσοστό εγχειρημάτων (πάνω από το μισό του συνόλου) εκτιμάται ότι θα δημιουργήσει από 1-19 νέες θέσεις εργασίας. Υπάρχει τέλος και ένα επίσης μεγάλο ποσοστό (50% περίπου) που αφορά ουσιαστικά δραστηριότητες αυτοαπασχόλησης, καθώς δεν προβλέπεται να δημιουργήσουν καμία νέα θέση εργασίας πλην του επιχειρούντος. Η επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα κατατάσσεται σε υψηλή θέση όσον αφορά τις προοπτικές επέκτασης της αγοράς στους τομείς όπου εκδηλώνεται, ενώ οι τεχνολογίες / διαδικασίες που χρησιμοποιούνται στα εγχειρήματα αυτά είναι σχετικώς νέες. Τέλος, ένα ποσοστό 10% περίπου απ' αυτά έχουν εξαγωγικό προσανατολισμό.

Η ποιοτική διάσταση της επιχειρηματικότητας

Ο μεγάλος αριθμός ατόμων που εμπλέκονται σε επιχειρηματικές δραστηριότητες δεν οδηγεί αναγκαστικά σε ταχεία οικονομική άνοδο. Καθοριστικό στοιχείο για την ανάπτυξη είναι η ποιοτική διάσταση της επιχειρηματικής δράσης, όπου η Ελλάδα φαίνεται ότι υστερεί. Η εκτίμηση αυτή προκύπτει από τις **αδυναμίες που έχουν επισημανθεί**, δηλαδή: α) το σχετικώς μικρό αριθμό εγχειρημάτων ευκαιρίας, β) τη ρηχότητα της επιχειρηματικής δραστηριότητας, η οποία κατευθύνεται κυρίως στις υπηρεσίες προς τον τελικό καταναλωτή, γ) το χαμηλό βαθμό εξωστρέφειας των επιχειρηματικών εγχειρημάτων, δ) την εκτιμώμενη χαμηλή επιχειρηματικότητα των υφιστάμενων επιχειρήσεων, ε) την περιορισμένη ικανότητα δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας.

Από την άλλη πλευρά **θετικές όψεις της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα**, που προκύπτουν από την έρευνα είναι: α) η ταχεία διεύρυνση της αγοράς στην οποία εκδηλώνεται, β) η υιοθέτηση νέας τεχνολογίας στην υλοποίηση των νέων εγχειρημάτων και γ) η διαφαινόμενη εντονότερη δραστηριοποίηση στον τομέα παροχής υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις.

Ύψος και πηγές κεφαλαίων

Από τα δεδομένα των δύο τελευταίων ετών (2003-2004) για το ύψος των κεφαλαίων που απαιτούνται για την έναρξη κάποιου είδους επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα προκύπτουν τα ακόλουθα: Πρώτον, πάνω από τα μισά εγχειρήματα απαιτούν μια σχετικά μικρή επένδυση (45 χιλ. ευρώ). Δεύτερον, το 20% των νέων εγχειρημάτων απαιτούν μια «μεγάλη» επένδυση για τα ελληνικά δεδομένα (330 χιλ. ευρώ). Τρίτον, το υπόλοιπο 30% των νέων εγχειρημάτων απαιτεί πολύ μικρή αρχική επένδυση της τάξεως των 11 χιλ. ευρώ. Τέταρτον, το ύψος των απαιτούμενων κεφαλαίων διαφοροποιείται ανάλογα

με τα κίνητρα, τις αναπτυξιακές προοπτικές και τον τομέα στον οποίο εκδηλώνεται η επιχειρηματική πρωτοβουλία. **Κατά μέσο όρο η επένδυση που απαιτείται για την εκκίνηση μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα εκτιμάται ότι κυμαίνεται περί τις 80 χιλ. ευρώ, ποσό υψηλό σε σχέση με τις άλλες χώρες με ανάλογο επίπεδο ανάπτυξης.**

Με δεδομένο το ύψος της απαιτούμενης επένδυσης και τον αριθμό των νέων επιχειρημάτων, υπολογίζεται ότι το **σύνολο των επενδύσεων που πραγματοποιήθηκαν στην Ελλάδα για να χρηματοδοτήσουν νέα εγχειρήματα αντιπροσώπευαν τα δυο τελευταία χρόνια το 5% περίπου του ΑΕΠ ετησίως.** Συγκριτικά αναφέρεται ότι το σύνολο των επενδύσεων δημοσίων και ιδιωτικών που πραγματοποιούνται στην Ελλάδα αντιπροσωπεύει το 23% περίπου του ΑΕΠ.

Η σημαντικότερη πηγή προέλευσης των κεφαλαίων της αρχικής επένδυσης είναι η αποταμίευση του ίδιου του επιχειρηματία, ο οποίος διαθέτει πάνω από το μισό του αρχικού κεφαλαίου που απαιτείται για την εκκίνηση επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα. Το ποσοστό πάντως αυτό είναι κατά πολύ χαμηλότερο από τον μέσο όρο των χωρών του GEM που προσεγγίζει το 66%. Η ίδια συμμετοχή του επιχειρηματία μειώνεται όσο μεγαλώνει το ύψος της απαιτούμενης επένδυσης. Έτσι, στις επενδύσεις άνω των 100 χιλιάδων ευρώ η ίδια συμμετοχή περιορίζεται στο 42% περίπου, ενώ στις μικρές επενδύσεις το ποσοστό ίδιας συμμετοχής υπερβαίνει το 72%.

Πέρα από την επένδυση των ιδίων των επιχειρηματιών οι σημαντικότερες πηγές χρηματοδότησης είναι κατά σειρά οι ακόλουθες: Τα μέλη της στενής οικογένειας και άλλοι συγγενείς που παρέχουν το 49% της πρόσθετης χρηματοδότησης που απαιτείται. Οι τράπεζες, με ποσοστό 33,7% περίπου και τα κρατικά προγράμματα που καλύπτουν το 14,5% των πρόσθετων κεφαλαίων. Σε σχέση με το 2003 τα κεφάλαια που προήλθαν από τις παραπάνω πηγές φαίνεται ότι παρουσίασαν σημαντική άνοδο για να καλύψουν την μεγάλη αύξηση της αρχικής επένδυσης που παρατηρείται. Η κατανομή αυτή των πρόσθετων κεφαλαίων αναδεικνύει τη **μεγάλη σημασία της χρηματοδότησης, που προέρχεται από το συγγενικό περιβάλλον του επιχειρηματία και τη συμβολή των κρατικών προγραμμάτων ενίσχυσης** που καλύπτουν ένα ποσοστό του συνόλου της πρόσθετης χρηματοδότησης.

Οι άτυποι επενδυτές

Ένα μεγάλο μέρος των κεφαλαίων που απαιτούνται για τη χρηματοδότηση νέων επιχειρημάτων προέρχεται από άτυπους επενδυτές, άτομα δηλαδή που έχουν διαθέσει κεφάλαια χωρίς να συμμετέχουν, με οποιοδήποτε τρόπο, στο νέο εγχείρημα. Στην Ελλάδα, τα άτομα αυτά υπολογίζονται στο 2,7% του ενεργού πληθυσμού, ποσοστό που αντιστοιχεί στον ευρωπαϊκό μέσο όρο. Αν όμως εξετασθεί το ύψος των κεφαλαίων που παρέχουν τα άτομα αυτά, ως ποσοστό του ΑΕΠ, η Ελλάδα είναι πρώτη στην κατάταξη με 2,5%.

Οι Έλληνες τείνουν να επενδύουν μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματός τους σε νέα εγχειρήματα τα οποία ξεκινούν άλλοι. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει ένας σημαντικός όγκος χρηματοδότησης στην οποία έχουν πρόσβαση νέοι και επίδοξοι επιχειρηματίες.

Οι άτυποι επενδυτές προέρχονται κατά κύριο λόγο από την οικογένεια του επιχειρούμενου. Τα ποσοστά των άτυπων επενδυτών που χρηματοδότησαν εγχειρήματα άλλων μελών της στενής οικογένειας τους είναι 10 μονάδες υψηλότερα από τον μέσο όρο της διεθνούς έρευνας. Αντίθετα, είναι σημαντικά χαμηλότερα όταν αποδέκτης της άτυπης επένδυσης είναι πρόσωπα που δε συνδέονται με συγγενική σχέση με τον άτυπο επενδυτή. Άλλωστε οι άτυποι επενδυτές φαίνεται ότι είναι πρόθυμοι να διαθέτουν υψηλότερα ποσά όταν συνδέονται με συγγενική σχέση με τον αποδέκτη. Οι άτυπες επενδύσεις είναι στην Ελλάδα μια σαφώς οικογενειακή υπόθεση.

Διεθνώς οι προσδοκίες των άτυπων επενδυτών για την πραγματοποίηση κέρδους ή έστω για την ανάκτηση του αρχικού κεφαλαίου είναι σαφώς μετριοπαθέστερες από εκείνες των αποδεκτών της επένδυσης, των επίδοξων δηλαδή επιχειρηματιών. Συγκεκριμένα, στην Ελλάδα ενώ όλοι οι επίδοξοι επιχειρηματίες προσδοκούν ότι τουλάχιστον θα αποσβέσουν την αρχική επένδυση, το ποσοστό των άτυπων επενδυτών που συμμερίζεται την αισιοδοξία αυτή περιορίζεται στο 73%. Και ακόμη, ενώ οι επίδοξοι επιχειρηματίες, σε ποσοστό 93% πιστεύουν ότι θα αποκομίσουν καθαρό κέρδος από την επένδυση, μόνο το 52% των άτυπων επενδυτών έχει την ίδια άποψη. Οι διαφορές αυτές που παρατηρούνται στις περισσότερες χώρες της διεθνούς έρευνας και ασφαλώς ενέχουν στοιχεία οικονομικού ανορθολογισμού, θα πρέπει να αποδοθούν στις συγγενικές σχέσεις του άτυπου επενδυτή με τον επίδοξο επιχειρηματία.

Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του νέου/επίδοξου επιχειρηματία

Οι άνδρες είναι η κυρίαρχη υποομάδα στο σύνολο των νέων/επίδοξων επιχειρηματιών που εντοπίστηκαν. Ο δείκτης επιχειρηματικότητας ανδρών στην Ελλάδα το 2004 βρίσκεται στο 8,65%, ενώ στις γυναίκες στο 2,90%. Και οι δύο δείκτες υποχωρούν σε σχέση με το 2003, ενώ ταυτόχρονα διευρύνεται η απόκλιση μεταξύ τους. Με τις επιδόσεις αυτές η Ελλάδα κατατάσσεται στην 5η και 14η θέση αντίστοιχα μεταξύ 19 ευρωπαϊκών χωρών, υπερτερώντας του ευρωπαϊκού μέσου όρου στην επιχειρηματικότητα των ανδρών και υστερώντας σημαντικά στις γυναίκες.

Ένα μεγάλο ποσοστό της γυναικείας επιχειρηματικότητας κατατάσσεται στην επιχειρηματικότητα ανάγκης και μόνο το 57% χαρακτηρίζεται ως επιχειρηματικότητα ευκαιρίας, επίδοση που είναι πολύ χαμηλότερη από το εθνικό μέσο όρο (70%) και η τελευταία απ' όλες τις ευρωπαϊκές χώρες. Το υψηλό ποσοστό επιχειρηματικότητας ανάγκης των γυναικών υποδηλώνει αφενός τις μεγαλύτερες δυσκολίες που αντιμετωπίζουν για την

εξασφάλιση καλύτερων επιλογών εργασίας και τον χαμηλότερο - σε σχέση με τους άνδρες - βαθμό ικανοποίησης τους από τις συνθήκες εργασίας.

Ηλικιακά, η κυρίαρχη κατηγορία των νέων/επίδοξων επιχειρηματιών στην Ελλάδα είναι αυτή των 25-44, όπως άλλωστε συμβαίνει σε όλες τις χώρες. Εξάλλου, το επίπεδο επιχειρηματικότητας σε άτομα υψηλότερου μορφωτικού επιπέδου που ήδη εργάζονται είναι αντίστοιχο με αυτό των χωρών υψηλού κατά κεφαλήν εισοδήματος και το προφίλ του επιχειρηματία στην Ελλάδα τείνει να αποκτά χαρακτηριστικά περισσότερο αυτών των χωρών, τουλάχιστον ως προς το μορφωτικό τους επίπεδο και την εργασιακή τους κατάσταση.

Προσωπικά χαρακτηριστικά και πολιτιστικοί παράγοντες

Ξεκινώντας από την παραδοχή ότι η επιχειρηματικότητα επηρεάζεται τόσο από τα προσωπικά χαρακτηριστικά του ίδιου του επιχειρούντος ατόμου, όσο και από πολιτισμικά δεδομένα που αφορούν το σύνολο της κοινωνίας, η έρευνα καταλήγει στο ακόλουθο συμπέρασμα: **Στην Ελλάδα του 2004 επιχειρηματίες και μη δε διαφοροποιούνται ουσιαστικά όσον αφορά τις αντιλήψεις τους για την κοινωνία. Αντίθετα, φαίνεται ότι υπάρχουν ορατές διαφορές στα προσωπικά χαρακτηριστικά** σε δυο κρίσιμους παράγοντες: στην αντίληψη των ευκαιριών με τους επιχειρούντες να διαβλέπουν περισσότερες ευκαιρίες από τους μη και στην αυτοπεποίθηση, η οποία είναι σαφώς ισχυρότερη στην ομάδα των επιχειρούντων.

Σε σύγκριση με τις υπόλοιπες χώρες οι επιδόσεις της Ελλάδας στους πολιτισμικούς και προσωπικούς παράγοντες διαμόρφωσης της επιχειρηματικής κουλτούρας φανερώνει ότι **οι Έλληνες / Ελληνίδες εμφανίζουν αρκετά υψηλά επίπεδα αυτοπεποίθησης**, ενώ φαίνεται να έχουν προσωπική επαφή με πρότυπα επιχειρηματικότητας. Ωστόσο, το ότι ζουν σε ένα περιβάλλον στο οποίο δεν βλέπουν καλές επιχειρηματικές ευκαιρίες που θα μπορούσαν να εκμεταλλευτούν, σε συνδυασμό με τον φόβο για ενδεχόμενη αποτυχία δεν επιτρέπει σε αυτούς τους παράγοντες να επηρεάσουν θετικά τα επίπεδα επιχειρηματικότητας στη χώρα.

Η σημαντικότερη διαφοροποίηση της Ελλάδας έναντι των άλλων χωρών στο θέμα των προσωπικών και πολιτιστικών παραγόντων είναι το μεγάλο ποσοστό του πληθυσμού που δηλώνει ότι ο φόβος αποτυχίας είναι ο κυριότερος παράγων που αποτρέπει την ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Ανάμεσα στις 34 χώρες που μετέχουν στο GEM η Ελλάδα έρχεται πρώτη με ποσοστό που υπερβαίνει το 52%. Η αντίληψη αυτή διαπερνά όλες τις κατηγορίες πληθυσμού, επιχειρηματίες και μη, άνδρες και γυναίκες, νέους και μεγαλύτερους. Σημειώνεται ενδεικτικά ότι στις ΗΠΑ, η οποία είναι η τελευταία χώρα της παγκόσμιας κατάταξης, το ποσοστό του πληθυσμού που φοβάται την αποτυχία είναι μόλις 21,2%.

Τα παραπάνω ευρήματα που προκύπτουν από την έρευνα στον ελληνικό πληθυσμό επιβεβαιώνονται και από τις απόψεις ομάδας ειδικών για την επιχειρηματικότητα, οι οποίοι εκτιμούν ότι:

- Μολονότι στο ελληνικό περιβάλλον τα τελευταία χρόνια **έχουν αυξηθεί οι ευκαιρίες** για ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας και μάλιστα υψηλών δυνατοτήτων, **δεν υπάρχει αντίστοιχη πρόθεση εκμετάλλευσής τους** από τον ελληνικό πληθυσμό.
- Ο ελληνικός πληθυσμός έχει τη **γνωστική βάση και το απόθεμα ικανοτήτων** που απαιτείται για την έναρξη μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας. Όμως το υψηλό αίσθημα αυτοπεποίθησης δε μετουσιώνεται τελικά σε μετρήσιμη επιχειρηματικότητα, επειδή υπάρχουν παράγοντες που αποτρέπουν την εκδήλωσή της, μεταξύ των οποίων **ο φόβος της αποτυχίας** είναι ο ισχυρότερος.
- Οι επιχειρηματίες στην Ελλάδα απολαμβάνουν σχετικά υψηλό επίπεδο **κοινωνικής καταξίωσης και σεβασμού**, ενώ πράγματι είναι περιορισμένη η προβολή επιλεγμένων επιχειρηματικών ιστοριών από τα εγχώρια ΜΜΕ.
- Η περιορισμένη επιχειρηματική δράση των γυναικών οφείλεται **στην ανισότητα ευκαιριών, την κοινωνική αποθάρρυνση** παρά ενθάρρυνση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση και την **έλλειψη δομών και υπηρεσιών υποστήριξης** για τις γυναίκες που διατηρούν παράλληλα και οικογένεια. Τα φαινόμενα αυτά χαρακτηρίζουν το ελληνικό περιβάλλον σε μεγαλύτερο βαθμό απ' ό,τι συμβαίνει σε άλλες χώρες.

Κατευθύνσεις πολιτικής

Τα ζητήματα που ανέδειξε η παρούσα έρευνα υποδηλώνουν τη στρατηγική προτεραιότητα μιας πολιτικής για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα με έμφαση στη **βελτίωση της ποιότητας**, δηλαδή ενίσχυση της επιχειρηματικότητας που έχει στόχο την εκμετάλλευση ευκαιρίας, προσανατολίζεται προς όλους τους τομείς της οικονομίας, είναι υψηλών δυνατοτήτων, δημιουργεί θέσεις απασχόλησης, διευρύνει την υπάρχουσα αγορά και έχει εξαγωγικό προσανατολισμό.

Εξίσου υψηλή προτεραιότητα πρέπει να έχει η **στήριξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας**, η οποία μπορεί να έχει απτά και ουσιώδη αποτελέσματα. Μια τέτοια πολιτική επικεντρώνεται στην άμβλυση εξωγενών παραγόντων, όπως π.χ. η έλλειψη δομών υποστήριξης για τις γυναίκες που διατηρούν και παράλληλα οικογένεια.

Για να περιορισθεί η αρνητική επίπτωση του φόβου της αποτυχίας, ο οποίος αποτελεί βασικό εμπόδιο της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, απαιτούνται παρεμβάσεις για την

άρση του κοινωνικού στίγματος που σημαδεύει την αποτυχία και μια πολιτική που θα καθιστά ελκυστικότερες τις αναμενόμενες αποδόσεις ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος, έτσι ώστε να αλλάξει, προς όφελος του δευτέρου, η ισορροπία κόστους-οφέλους.

Η **απλοποίηση των διαδικασιών** και η **διευκόλυνση της χρηματοδότησης** νέων επιχειρημάτων μπορεί να περιορίσει το βάρος του αρχικού κόστους εκκίνησης, το οποίο θεωρείται υψηλό για τα δεδομένα της Ελλάδας.

Η **ενίσχυση της επιχειρηματικότητας των υφιστάμενων επιχειρήσεων** είναι εξίσου σημαντική όσο η προσπάθεια να αυξηθεί ο αριθμός των επιχειρούντων ατόμων. Απαιτούνται συνεπώς μέτρα που θα ενθαρρύνουν την επέκταση, αναβάθμιση και καινοτομικότητά τους.

Οι νέοι/επίδοξοι επιχειρηματίες εκμεταλλεύονται ως ένα βαθμό τα υφιστάμενα κρατικά προγράμματα. Η προσφυγή τους στα προγράμματα αυτά μπορεί να διευρυνθεί με την ενεργοποίηση νέων δράσεων και την πληρέστερη ενημέρωση για τις δυνατότητες που παρέχουν. Οι νέοι είναι η κατηγορία του πληθυσμού που εμφανίζεται πιο δραστήρια και πιο ευνοϊκά διακείμενη προς την επιχειρηματικότητα. Αναμένεται συνεπώς ότι η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας των νέων, με αλλαγές στο εκπαιδευτικό σύστημα και στοχευμένες δράσεις θα έχει θετικά αποτελέσματα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΤΑ ΤΟ 2004: Η ΓΕΝΙΚΗ ΕΙΚΟΝΑ

Το 2004 ήταν το δεύτερο συνεχόμενο έτος ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας (Global Entrepreneurship Monitor GEM), γεγονός που δίνει στη μελέτη τη δυνατότητα όχι απλώς να αναλύσει τους δείκτες που προκύπτουν για το συγκεκριμένο έτος, αλλά και να τους συγκρίνει με τα δεδομένα του προηγούμενου. Στο παρόν Κεφάλαιο αναλύονται οι δύο τύποι της επιχειρηματικότητας που εξετάζονται στο πλαίσιο της μεθοδολογίας του GEM: 1) ο «βασικός» τύπος -η επιχειρηματική δραστηριότητα δηλαδή των «επίδοξων» επιχειρηματιών και των «νέων» επιχειρήσεων- και 2) η «εταιρική» επιχειρηματικότητα, η επιχειρηματική δραστηριότητα δηλαδή των καθιερωμένων επιχειρήσεων. Και οι δύο τύποι βασίζονται στον ίδιο ορισμό της επιχειρηματικότητας, ως οποιασδήποτε προσπάθειας για δημιουργία κάποιας νέας δραστηριότητας, συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης¹.

1.1 Ο βασικός τύπος επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα κατά το 2004

Στο Κεφάλαιο αυτό εξετάζεται ο βασικός τύπος επιχειρηματικής δραστηριότητας, ο οποίος περιλαμβάνει δύο κατηγορίες:

- α.** Τους «επίδοξους» (nascent) επιχειρηματίες, άτομα δηλαδή που κατά το τελευταίο δωδεκάμηνο –σε σχέση με το χρονικό σημείο της έρευνας- βρίσκονταν στη διαδικασία έναρξης ενός νέου εγχειρήματος (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης), και τα οποία δεν έχουν πληρώσει μισθούς ή δεν έχουν αποκομίσει κέρδη από αυτή τη δραστηριότητα για διάστημα μεγαλύτερο των τελευταίων τριών μηνών.
- β.** Τους ιδιοκτήτες, ή διευθυντές, μιας νέας επιχείρησης/δραστηριότητας, η οποία έχει πληρώσει μισθούς και κέρδη για διάστημα μεγαλύτερο των τριών αλλά μικρότερο των 42 μηνών.

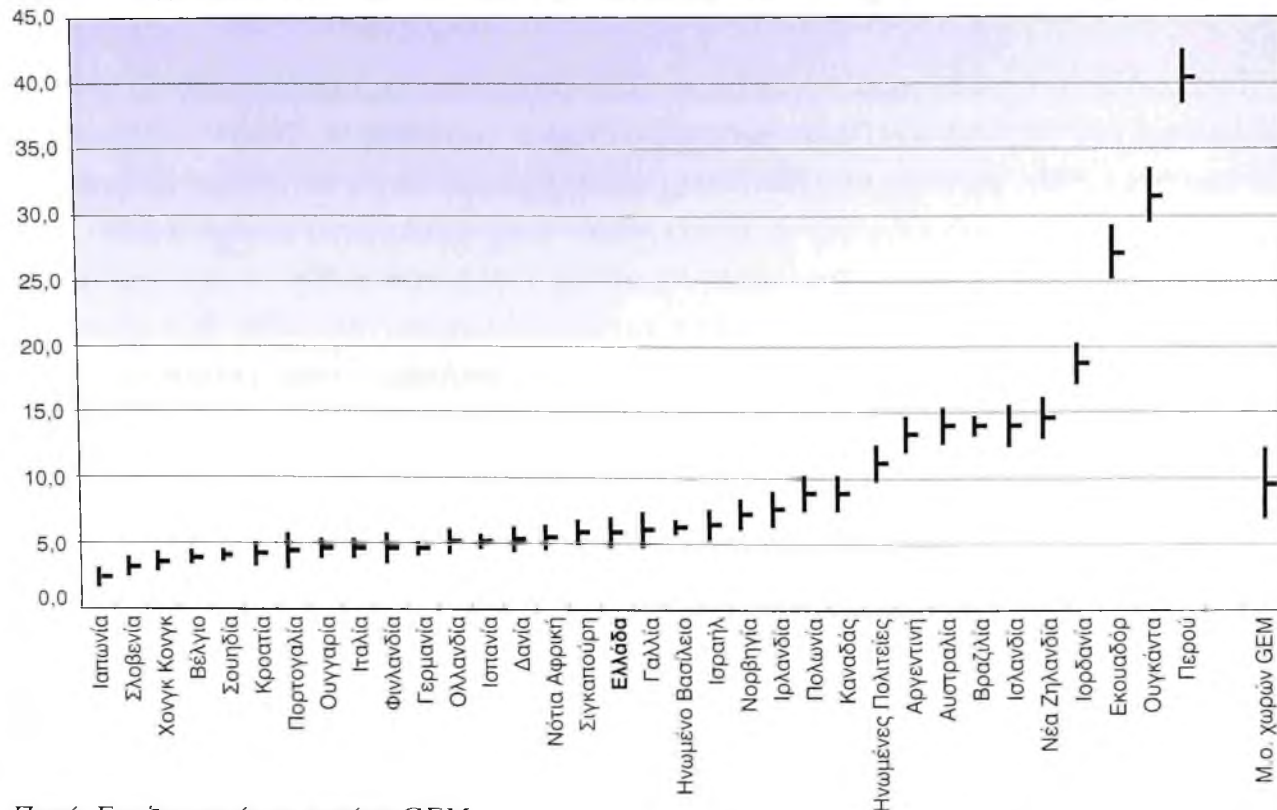
Ο Δείκτης Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (Total Entrepreneurial Activity, TEA), καταγράφει τον αριθμό των επιχειρηματιών που εμπίπτουν σε μία ή και στις δύο παραπάνω κατηγορίες.

¹ Αναλυτικά η μεθοδολογία του ερευνητικού προγράμματος του GEM, καθώς και οι αντίστοιχοι ορισμοί παρουσιάζονται στο Παράρτημα.

Διάγραμμα 1.1

Δείκτης Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (TEA, 2004) ανά χώρα
(ανά 100 άτομα ηλικίας, 18-64 ετών, 95% διάστημα εμπιστοσύνης)

Το Διάγραμμα 1.1 παρουσιάζει την κατάταξη των 34 χωρών που συμμετείχαν στο



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

GEM το 2004 κατά αύξουσα τιμή του Δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (TEA).

Όπως είχε διαπιστωθεί στις έρευνες του GEM και κατά το παρελθόν, τόσο το ύψος του δείκτη, όσο και η κατάταξη των χωρών εμφανίζει μεγάλη διαχρονική σταθερότητα. Έτσι, υψηλή τιμή του Δείκτη TEA καταγράφεται σε μια ομάδα χωρών με χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης (Περού, Ισημερινός, Ουγκάντα, Ιορδανία). Όπως παρατηρούσε λοιπόν και η Έκθεση για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα κατά το 2003², υψηλή επιχειρηματικότητα ενδεχομένως να μη συσχετίζεται με οικονομική ευημερία, αλλά με το αντίθετο: η οικονομική δυσπραγία ίσως αποτελεί την αιτία εμφάνισης υψηλής επιχειρηματικότητας του τύπου που καταγράφει το GEM, δηλαδή αυτοαπασχόληση, δημιουργία μικρών επιχειρήσεων κλπ.

Ακολουθεί μια ομάδα χωρών αγγλοαμερικανικής παράδοσης (N.Ζηλανδία, Αυστραλία, ΗΠΑ, Καναδάς), ανεπτυγμένες δηλαδή χώρες, που εμφανίζουν όμως υψηλή επι-

² Βλέπε Ιωαννίδης (2004, σ. 13)

χειρηματική δραστηριότητα. Από την άλλη πλευρά, όπως και τα προηγούμενα χρόνια, στις χαμηλές θέσεις της κατάταξης βρίσκονται χώρες είτε υψηλού επιπέδου ανάπτυξης (Ιαπωνία, Βέλγιο, Σουηδία κλπ.), είτε πρώην κομμουνιστικές χώρες (Σλοβενία, Κροατία, Ουγγαρία).

Η χώρα μας βρίσκεται στην 18η θέση της παγκόσμιας κατάταξης. Πιο συγκεκριμένα η Ελλάδα εμφανίζει Δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (TEA) ελαφρά χαμηλότερο από το Η.Β. και τη Γαλλία, αλλά ανώτερο από μια σειρά άλλων ευρωπαϊκών χωρών, όπως η Δανία, η Ισπανία, η Ολλανδία, η Γερμανία κα. Το 2003 η αντίστοιχη θέση της Ελλάδας ήταν η 16η, αλλά σε σύνολο 31 χωρών, με την υποχώρηση να οφείλεται και στη διευρυμένη φετινή συμμετοχή στην έρευνα χωρών εκτός ΟΟΣΑ (Ιορδανία, Εκουαδόρ, Περού) που εμφανίζουν γενικά υψηλά επίπεδα επιχειρηματικής δραστηριότητας³. Από την άλλη πλευρά, οι κάθετες γραμμές για κάθε χώρα περιγράφουν το εύρος του στατιστικού σφάλματος, πράγμα που μειώνει σχετικά την αξία μιας αυστηρής κατάταξης των χωρών με βάση το ύψος του δείκτη. Πάντως ο δείκτης συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας (TEA) για την Ελλάδα προσδιορίζεται στο 5,8%. Με βάση τον ενεργό πληθυσμό, το ποσοστό αυτό μεταφράζεται σε έναν αριθμό περίπου 390.000 ατόμων ηλικίας 18 έως 64, που δήλωσαν ότι κατά το 2004 βρίσκονταν στη διαδικασία ίδρυσης μιας νέας δραστηριότητας / επιχείρησης (οι «επίδοξοι» επιχειρηματίες όπως τους περιγράψαμε ανωτέρω), ή διηύθυναν / ήταν μέτοχοι μιας νέας επιχείρησης.

Ο αριθμός αυτός είναι προφανώς σημαντικότερος για τα ελληνικά δεδομένα. Ωστόσο, ο δείκτης TEA για την Ελλάδα εμφανίζει σημαντική πτώση σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο (5,8% το 2004 από 6,8% το 2003). Η εξέλιξη αυτή πρέπει να αναλυθεί βαθύτερα.

Ένα πρώτος τρόπος προσέγγισης του συγκεκριμένου ζητήματος είναι μέσω της σύγκρισης της επίδοσης άλλων χωρών κατά τα δύο τελευταία χρόνια. Για να γίνει αυτή η σύγκριση μάλιστα πιο ουσιαστική, κρίνεται σκόπιμο να περιοριστεί στις χώρες της Ευρώπης και μάλιστα σε όσες πήραν μέρος στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM κατά τα δύο τελευταία έτη. Ο Πίνακας 1.1 συγκεντρώνει τα σχετικά δεδομένα.

³ Αν περιοριστούμε στον ευρωπαϊκό χώρο, η θέση της Ελλάδας μπορεί να θεωρηθεί μάλλον σταθερή (6η σε 17 χώρες το 2003. 7η σε 19 χώρες το 2004).

Πίνακας 1.1
Εξέλιξη Δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (TEA)
στις ευρωπαϊκές χώρες (2003-2004)

Χώρες	TEA 2003	TEA 2004	Τάση
Βέλγιο	3,87	3,47	↓
Δανία	5,88	5,31	↑
Φινλανδία	3,14	4,39	↑↑
Γαλλία	1,40	6,03	↑↑
Γερμανία	5,21	4,47	↓
Ελλάδα	6,77	5,77	↓
Ιρλανδία	8,10	7,70	↓
Ιταλία	3,19	4,32	↑
Ολλανδία	3,60	5,11	↑↑
Σλοβενία	4,05	2,60	↓↓
Ισπανία	6,77	5,15	↓↓
Σουηδία	4,12	3,71	↓
Ην.Βασίλειο	6,36	6,25	↓
Ισλανδία	11,24	13,57	↑
Κροατία	2,56	3,73	↑↑
Νορβηγία	7,46	6,98	↓
Μέσος όρος	5,23	5,54	↑
Μέσος όρος (χωρίς Γαλλία)	5,49	5,50	—

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Ο μέσος όρος του δείκτη TEA των 16 ευρωπαϊκών χωρών εμφανίζει ελαφρά άνοδο το 2004 σε σχέση με το 2003 (5,54% έναντι 5,23%). Ωστόσο, σε εννέα από τις 16 χώρες ο δείκτης υποχωρεί το 2004, με τη μείωση σε ορισμένες περιπτώσεις να ξεπερνά το 20% (Σλοβενία, Ισπανία). Η αύξηση μάλιστα του ευρωπαϊκού μέσου όρου φαίνεται να εξαρτάται αποφασιστικά από την συγκριτική επίδοση μιας μόνο χώρας, της Γαλλίας, κάτι που ενδεχομένως να αντανακλά κάποιο πρόβλημα στην επεξεργασία των εμπειρικών δεδομένων αυτής της χώρας⁴. Με βάση αυτές τις διαπιστώσεις, δεν φαίνεται να μπορεί να υποστηριχθεί η ύπαρξη μιας σαφώς διαφορετικής τάσης του δείκτη στην Ελλάδα σε σύγκριση με τα συμβαίνοντα σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, αφού οι μισές ευρωπαϊκές χώρες του GEM εμφανίζουν αντίστοιχη εξέλιξη.

Μια δεύτερη μέθοδος προσέγγισης της εξέλιξης είναι η σύγκριση των επιμέρους συνιστωσών του Δείκτη TEA, αφού ο δείκτης είναι σύνθετος και συμπεριλαμβάνει τόσο τους «επίδοξους» επιχειρηματίες, όσο και τις «νέες» επιχειρήσεις. Ως προς την πρώτη

⁴ Η ερευνητική ομάδα του IOBE είχε διαπιστώσει ένα πρόβλημα στα γαλλικά δεδομένα για το 2003, πράγμα που είχε επισημανθεί στην Έκθεση για την Ελλάδα. Βλέπε Ιωαννίδης (2004, σ. 17, υπ. 15). Εάν εξαιρεθεί από την ανάλυση η Γαλλία, τότε ο ευρωπαϊκός μέσος όρος προσδιορίζεται σταθερά τόσο το 2003 όσο και το 2004 στο 5,5%.

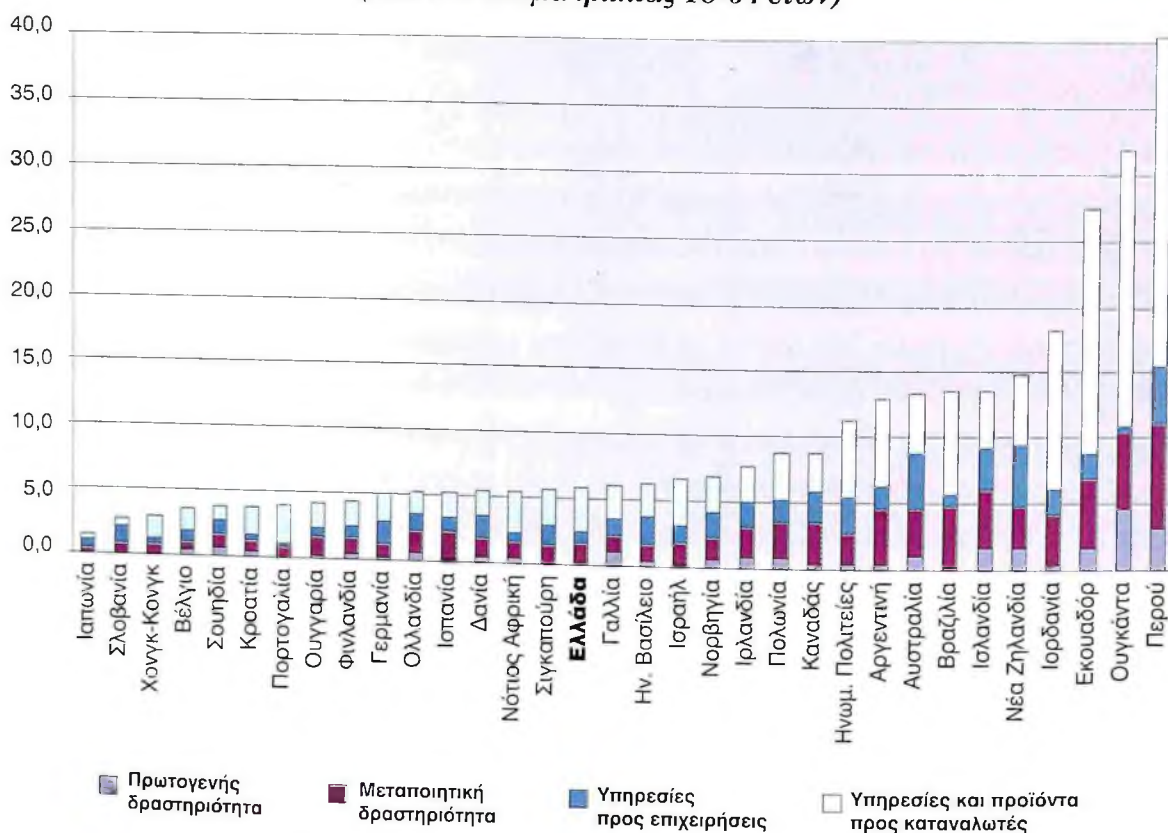
κατηγορία επιχειρηματικότητας, ο Δείκτης εμφανίζει σημαντική αύξηση το 2004 (3,66%) σε σχέση με το 2003 (2,92%). Ωστόσο, στη δεύτερη κατηγορία εμφανίζεται σημαντική μείωση το 2004 (2,16%), έναντι του 2003 (3,85%). Είναι ακριβώς η τελευταία μείωση που οδηγεί στην πτώση του Δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας στη χώρα μας ανάμεσα στα δύο έτη.

Το συμπέρασμα το οποίο μπορεί να εξαχθεί με βάση την επισκόπηση της εξέλιξης των συνιστωσών του δείκτη TEA συνοψίζεται στα ακόλουθα: η πτώση στον αριθμό των νέων επιχειρήσεων το 2004 υπονοεί ότι ένα προηγούμενο κύμα δημιουργίας επιχειρηματικών εγχειρημάτων φαίνεται να εξαντλείται. Τα εγχειρήματα αυτά αρχίζουν να ξεπερνούν την ηλικία των 42 μηνών, και έτσι ο αριθμός που καταγράφει η έρευνα του πληθυσμού μειώνεται. Από την άλλη όμως πλευρά, το 2004 καταγράφεται επίσης άνοδος του αριθμού των εγχειρημάτων που βρίσκονται στη φάση της εκκίνησης. Με δεδομένο ότι παρόμοιες αυξομειώσεις έχουν διαπιστωθεί και σε άλλες χώρες σε προηγούμενες έρευνες του GEM, μπορεί ενδεχομένως να διατυπωθεί η υπόθεση ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα εκδηλώνεται κατά κύματα. Βεβαίως η υπόθεση αυτή δεν είναι δυνατό να ελεγχθεί άμεσα, δεδομένου ότι κάτι τέτοιο θα απαιτούσε πολλές διαχρονικές παρατηρήσεις. Γι' αυτό άλλωστε η επανάληψη της έρευνας στην Ελλάδα και τα επόμενα χρόνια μπορεί να τροφοδοτήσει μία αρτιότερη απεικόνιση του φαινομένου αυτού.

1.2 Η τομεακή διάσταση της επιχειρηματικότητας

Το τομεακό προφίλ της επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι βέβαια σημαντικό, καθώς απεικονίζει το είδος και το περιεχόμενο των δραστηριοτήτων που αφορούν τα νέα εγχειρήματα. Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας κωδικοποιεί τις επιχειρηματικές δραστηριότητες που καταγράφει η έρευνα με βάση την διεθνή ταξινόμηση ISIC (International Standard Industry Codes), των Ηνωμένων Εθνών. Για την ανάπτυξη διεθνικών συγκρίσεων, όλες οι δραστηριότητες ομαδοποιούνται σε 4 μεγάλες κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει Γεωργία, Δάση, Αλιεία και Ορυχεία, η δεύτερη περιλαμβάνει Κατασκευές, Μεταποίηση, Μεταφορές και Διανομή Χονδρικής, η τρίτη περιλαμβάνει Υπηρεσίες προς Επιχειρήσεις, και η τέταρτη όλες τις δραστηριότητες πελάτες των οποίων είναι φυσικά πρόσωπα (λιανική, εστιατόρια, ξενοδοχεία, υπηρεσίες υγείας, υπηρεσίες εκπαίδευσης, κοινωνικές υπηρεσίες, ψυχαγωγία κλπ.). Το Διάγραμμα 1.2 που ακολουθεί παρουσιάζει την τομεακή διάσταση της επιχειρηματικής δραστηριότητας (ως ποσοστό κάθε κατηγορίας επιχειρηματικότητας στο συνολικό δείκτη TEA) για τις 34 χώρες που έλαβαν μέρος στο GEM το 2004.

Διάγραμμα 1.2
Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (ΤΕΑ, 2004) ανά τομέα
(ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Για τα τομεακά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε παγκόσμιο επίπεδο, το συμπέρασμα που προκύπτει αφορά περισσότερο στα δεδομένα σχετικά με την πρωτογενή δραστηριότητα. Όπως είναι βέβαια αναμενόμενο, υψηλό δείκτη εμφανίζουν εδώ χώρες με χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης, όπως η Ουγκάντα (14,35%), η Κροατία (12,73) και η Πολωνία (9,04). Ωστόσο, υπάρχουν αναπτυσσόμενες χώρες με εξαιρετικά χαμηλό δείκτη (π.χ. Βραζιλία: 1,72%, Ιορδανία: 2,25%), αλλά και ανεπτυγμένες με ιδιαίτερα υψηλό δείκτη (π.χ. Βέλγιο: 9,05%, Γαλλία: 17,33%, Ολλανδία: 11,34%). Αυτό εξηγείται από το ότι σε πολλές ανεπτυγμένες χώρες η πρωτογενής δραστηριότητα περιλαμβάνει εγχειρήματα πολύ ευρύτερα των αγροτικών (π.χ. ορυχεία), ενώ ακόμα και στον αγροτικό τομέα εμφανίζονται νέες καινοτομικές δραστηριότητες. Από την άλλη πλευρά, σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες η αγροτική ιδιοκτησία είναι τόσο συγκεντρωμένη, ώστε οι νέες δραστηριότητες στον αγροτικό τομέα δεν μπορεί παρά να είναι περιορισμένες. Στον Πίνακα 1.2 εμφανίζονται τα δεδομένα του 2003 και 2004 μόνο για τις ευρωπαϊκές χώρες.

Πίνακας 1.2

Ποσοστιαία κατανομή της Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας στην Ευρώπη κατά τομέα το 2003 και 2004.

	Πρωτογενής δραστηριότητα		Μεταποιητική δραστηριότητα*		Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις		Προϊόντα / Υπηρεσίες προς καταναλωτές	
	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004
Βέλγιο	2,7	9,1	28,2	19,2	26,3	24,7	42,8	47,0
Κροατία	9,6	12,7	23,2	19,9	24,9	14,1	42,3	53,4
Δανία	9,8	4,7	19,7	31,1	36,7	31,3	33,8	32,9
Φινλανδία	2,2	9,5	60,5	26,5	15,3	21,5	22,0	42,5
Γαλλία	24,1	17,3	13,8	18,7	10,9	24,5	51,2	39,5
Γερμανία	3,0	3,9	27,8	19,8	36,6	35,4	32,6	40,8
Ελλάδα	2,3	2,3	33,1	26,3	8,6	14,6	56,0	56,8
Ουγγαρία	–	5,2	–	30,8	–	14,4	–	49,5
Ισλανδία	14,3	11,0	38,2	34,4	15,3	23,3	32,2	31,3
Ιρλανδία	4,9	10,9	28,9	30,5	27,0	23,0	39,2	35,6
Ολλανδία	12,3	11,3	29,9	30,1	28,9	27,3	28,9	31,3
Νορβηγία	6,7	10,1	20,3	24,0	33,0	25,0	40,0	40,9
Πολωνία	–	9,0	–	31,8	–	17,9	–	41,3
Πορτογαλία	–	0,0	–	18,3	–	11,2	–	70,5
Σλοβενία	14,2	0,0	26,7	31,0	42,5	48,6	16,6	20,4
Ισπανία	2,3	2,3	10,7	44,3	55,3	17,1	31,7	36,4
Σουηδία	10,4	15,3	29,8	30,5	28,7	25,3	31,0	28,9
Ην.Βασίλειο	4,5	4,6	26,0	20,2	29,8	35,3	39,6	39,9

*Με την έννοια που ορίζεται αυτή στο GEM

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Στην πρωτογενή δραστηριότητα η Ελλάδα εμφανίζει ένα από τα χαμηλότερα επίπεδα του δείκτη στον ευρωπαϊκό χώρο. Μάλιστα, φαίνεται ότι η επίδοση της χώρας χαρακτηρίζεται από μεγάλη σταθερότητα, αν συγκριθούν τα δύο έτη (2,3% το 2003 και 2004). Η συρρίκνωση του αγροτικού τομέα τα τελευταία χρόνια είναι βέβαιο ότι σχετίζεται με αυτό το αποτέλεσμα. Ωστόσο, θα περίμενε κανείς ότι, ιδιαίτερα σε μια χώρα με το κλίμα της Ελλάδας, θα μπορούσαν να υπάρξουν καινοτομικές δραστηριότητες που συνδέονται με τον πρωτογενή τομέα (π.χ. βιολογικές καλλιέργειες), και το γεγονός ότι δεν καταγράφονται τέτοιες για δεύτερη συνεχή χρονιά είναι μάλλον απογοητευτικό.

Σοβαρή πτώση εμφανίζει το ποσοστό των νέων εγχειρημάτων στη μεταποιητική δραστηριότητα (από 33,09% το 2003 στο 26,32% το 2004). Μολονότι μεγάλες αυξομειώσεις στα ποσοστά συμμετοχής των τεσσάρων τομέων στην επιχειρηματική δραστηριότητα εμφανίζονται και σε άλλες χώρες, όπως φαίνεται από τα δεδομένα του Πίνακα, η πτώση είναι σημαντική και οι λόγοι που την προκάλεσαν θα πρέπει να διερευνηθούν περισσότερο σε μελλοντικές έρευνες του GEM.

Αντίθετα, σημαντική άνοδο καταγράφει η χώρα μας στον τρίτο τομέα, στις υπηρεσίες δηλαδή προς τις επιχειρήσεις (από 8,62% το 2003 στο 14,55% το 2004). Και εδώ βέβαια, μένει να φανεί στο μέλλον κατά πόσον αυτή η διαφορά από το προηγούμενο έτος συνιστά μια μόνιμη στροφή προς δραστηριότητες αυτού του τύπου, ή αν πρόκειται για τυχαίο εύρημα. Αν δεν πρόκειται όμως για τυχαίο εύρημα, συνιστά μια σημαντική ποιοτική αναβάθμιση της επιχειρηματικής δραστηριότητας, προς δραστηριότητες που απαιτούν ένα μεγαλύτερο βαθμό εξειδίκευσης και ενδεχομένως τεχνογνωσίας.

Τέλος, αξιοσημείωτη σταθερότητα ανάμεσα στα δύο έτη χαρακτηρίζει την επίδοση της χώρας στην τέταρτη περιοχή, τις υπηρεσίες προς τον τελικό καταναλωτή (από 56,03% το 2003 στο 56,8% το 2004). Είναι ακριβώς αυτή η σταθερότητα που υπογραμμίζει ένα σοβαρό πρόβλημα που χαρακτηρίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα. Με την επίδοση αυτή η χώρα κατατάσσεται στη δεύτερη υψηλότερη θέση στην Ευρώπη, μετά την Πορτογαλία⁵. Η προβληματικότητα αυτής της κατάστασης είχε ήδη σχολιαστεί στην Εθνική Έκθεση για το 2003, η οποία υπογράμμιζε τη «ρηχότητα» της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, επειδή ακριβώς είναι προσανατολισμένη σε τόσο μεγάλο βαθμό στον τελικό καταναλωτή.

1.3 Επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας

Τα δεδομένα που παρουσιάστηκαν παραπάνω βασίζονται στον Δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (TEA). Η ανάλυση που ακολουθεί έχει στόχο να διερευνηθεί το φαινόμενο της επιχειρηματικότητας βαθύτερα και να αποκαλύψει, ιδιαίτερα για τη χώρα μας, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά με τα οποία εκδηλώνεται η επιχειρηματική δραστηριότητα. Ένα κεντρικό ζήτημα είναι τα κίνητρα της δραστηριότητας αυτής.

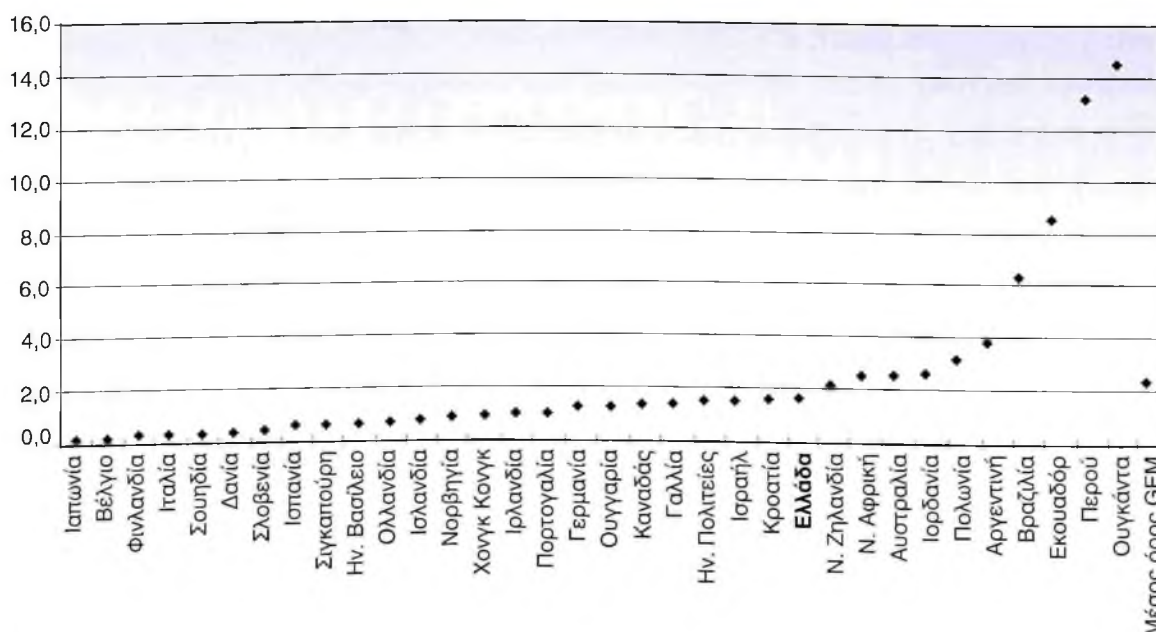
Από τις σημαντικότερες εννοιολογικές διακρίσεις που εισάγει το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM είναι αυτή μεταξύ επιχειρηματικότητας *ανάγκης* και επιχειρηματικότητας *ευκαιρίας*. Το κριτήριο στο οποίο βασίζεται η διάκριση είναι το κατά πόσον ένα άτομο δήλωσε πως ακολουθεί επιχειρηματική δραστηριότητα επειδή δεν βρήκε καλύτερη λύση για την εξασφάλιση του βιοπορισμού του –άρα, το βασικό του κίνητρο είναι η ανάγκη- ή

⁵ Ωστόσο, πρέπει να επισημάνουμε ότι τα δεδομένα της Πορτογαλίας δικαιολογούν κάποια επιφύλαξη, ιδιαίτερα λόγω του χαμηλού ποσοστού της πρωτογενούς δραστηριότητας που εμφανίζουν.

επειδή ανακάλυψε μια ευκαιρία στην αγορά, η οποία πίστευε ότι θα του εξασφαλίσει υψηλότερο εισόδημα από οποιαδήποτε άλλη διαθέσιμη επιλογή. Είναι φανερό ότι η διάκριση δεν μπορεί να γίνει πάντοτε με απόλυτη ακρίβεια⁶. Για παράδειγμα, κάποιος που ακολουθεί μια δραστηριότητα επειδή πιστεύει ότι δεν έχει άλλη επιλογή βιοπορισμού, ενδεχομένως να πιστεύει ταυτόχρονα ότι δρα για να εκμεταλλευτεί μια ευκαιρία, με την έννοια ότι η συγκεκριμένη δραστηριότητα που προτίθεται να ακολουθήσει δεν έχει ακόμα προσελκύσει πολλούς ανταγωνιστές. Παρ' όλη όμως αυτή την εγγενή ασάφεια, θα φανεί στη συνέχεια ότι η διάκριση είναι σημαντική, δεδομένου ότι μπορεί να οδηγήσει σε χρήσιμα συμπεράσματα σχετικά με τον τύπο της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε κάθε χώρα.

Διάγραμμα 1.3

Δείκτης Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας Ανάγκης (2004) ανά χώρα (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Το Διάγραμμα 1.3 κατατάσσει τις χώρες που έλαβαν μέρος στην έρευνα το 2004 ανάλογα με το ύψος της επιχειρηματικότητας «ανάγκης», που αποκάλυψε η έρευνα του πληθυσμού.

Όπως είναι αναμενόμενο, υψηλότερη επιχειρηματικότητα ανάγκης εμφανίζουν χώρες με χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης. Αντίθετα, στις ανεπτυγμένες χώρες ο αντίστοιχος δείκτης βρίσκεται σε πολύ χαμηλά επίπεδα. Όπως είχε διαπιστωθεί και στην έρευνα του 2003, η

⁶ Πράγμα που εξηγεί γιατί το άθροισμα των δεικτών επιχειρηματικότητας ανάγκης και επιχειρηματικότητας ευκαιρίας, που θα εξεταστεί στη συνέχεια, δεν ισούται ακριβώς με το δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας.

Ελλάδα εμφανίζει ιδιαίτερα υψηλό δείκτη επιχειρηματικότητας ανάγκης, με δεδομένο μάλιστα το σχετικά υψηλό επίπεδο ανάπτυξής της. Έτσι, κατατάσσεται στη δεύτερη θέση των ευρωπαϊκών χωρών -μετά την Πολωνία- με δείκτη στο 1,65%.⁷ Αυτό σημαίνει ότι το 28% του συνόλου των νέων εγχειρημάτων που καταγράφηκαν είχαν ως κίνητρο την ανάγκη, όταν στο σύνολο των ευρωπαϊκών χωρών που συμμετείχαν στην έρευνα, το αντίστοιχο ποσοστό δεν ξεπερνά το 18%. Ωστόσο, πρέπει εδώ να επισημανθεί ότι στην Ελλάδα ο δείκτης επιχειρηματικότητας ανάγκης το 2003 είχε καταγραφεί στο 2,6%. Εμφανίζει λοιπόν σοβαρή μείωση ανάμεσα στα δύο χρόνια, η οποία βέβαια μένει να φανεί αν θα σταθεροποιηθεί στο μέλλον.

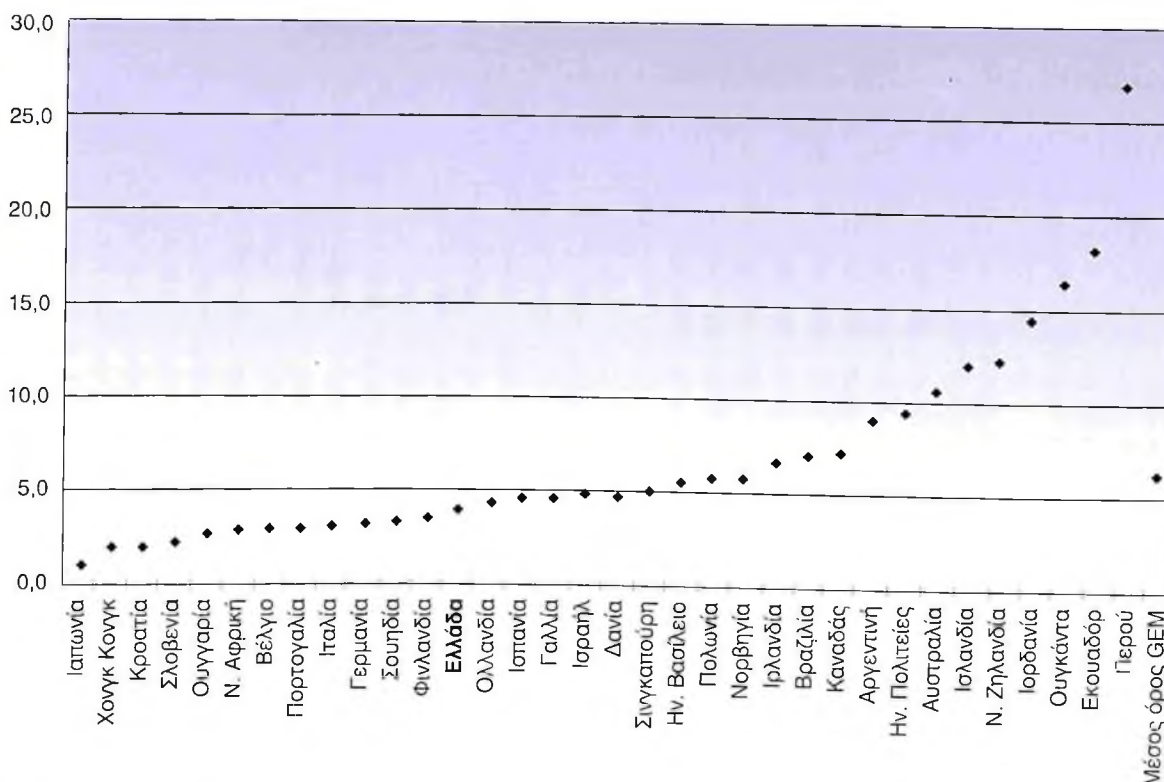
Το Διάγραμμα 1.4 που ακολουθεί καταγράφει τα δεδομένα της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας. Και πάλι, οι χώρες χαμηλού επιπέδου ανάπτυξης εμφανίζονται στις πρώτες θέσεις της παγκόσμιας κατάταξης, γεγονός αναμενόμενο με δεδομένο τον υψηλό δείκτη συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας σε αυτές τις χώρες. Ωστόσο, υψηλές τιμές του δείκτη καταγράφουν επίσης εδώ κάποιες ανεπτυγμένες χώρες, όπως η Αυστραλία, οι ΗΠΑ και ο Καναδάς. Η Ελλάδα παρουσιάζει και πάλι προβληματική εικόνα, αφού κατατάσσεται στις χαμηλές θέσεις της παγκόσμιας κατάταξης με δείκτη 3,82%. Η προβληματικότητα έγκειται στο ότι υποτίθεται πως όσο υψηλότερη είναι η επιχειρηματική δράση που έχει ως κίνητρο την ευκαιρία σε μια χώρα, τόσο περισσότερο η δραστηριότητα αυτή θα έχει θετικές επιπτώσεις στην οικονομική της ανάπτυξη. Το θέμα αυτό εξετάζεται αναλυτικότερα στο επόμενο κεφάλαιο.

Πρόσθετα στοιχεία που προκύπτουν από την έρευνα στον πληθυσμό παρέχουν κάποιες ερμηνευτικές ενδείξεις για την υψηλή τιμή της επιχειρηματικότητας ανάγκης στην Ελλάδα. Τα στοιχεία αυτά αφορούν τους λόγους που ωθούν τα άτομα να αναλάβουν τέτοιας μορφής επιχειρηματική δραστηριότητα και αφορούν: α) την έλλειψη καλύτερων επιλογών εργασίας, β) τον φόβο της ανεργίας, ή γ) και τους δύο λόγους ταυτόχρονα. Το Διάγραμμα 1.5 και ο Πίνακας 1.3 που ακολουθούν παραθέτουν τα σχετικά στοιχεία που προέκυψαν από την έρευνα πληθυσμού, τα οποία εκφράζονται ως ποσοστά της συνολικής επιχειρηματικότητας ανάγκης.

⁷ Αυτό είναι δηλαδή το ποσοστό των ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που δήλωσαν ότι το κίνητρο της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας ήταν η ανάγκη.

Διάγραμμα 1.4

Δείκτης Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας Ευκαιρίας (2004) ανά χώρα (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)

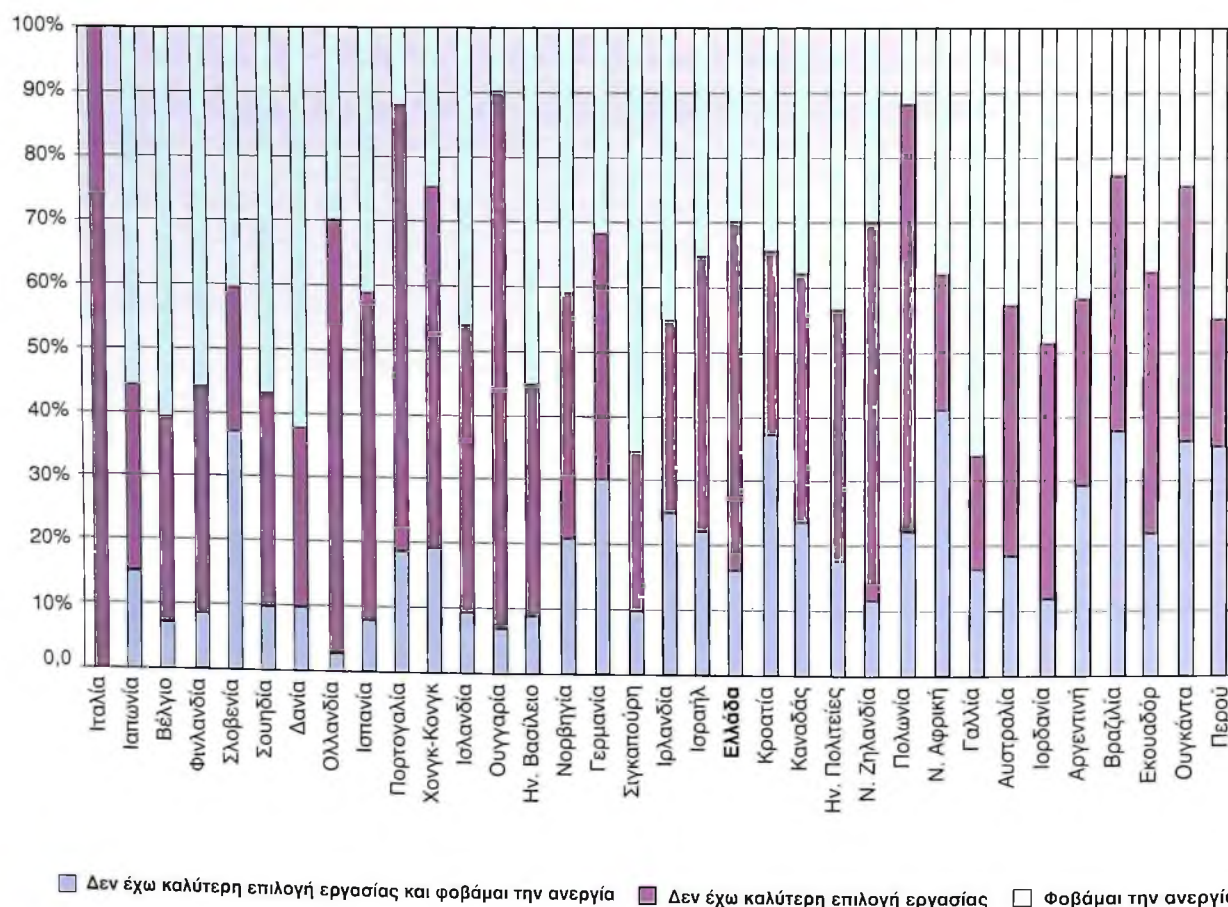


Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Όπως προκύπτει από τα στοιχεία αυτά, σε όλες σχεδόν τις χώρες, το ποσοστό εκείνων που απαντούν ότι ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα και για τους δύο λόγους (έλλειψη καλύτερης επιλογής εργασίας και φόβος ανεργίας) είναι μικρότερο από τα αντίστοιχα ποσοστά εκείνων που επιλέγουν ως κύρια μόνο μία από τις δύο αιτίες. Ασχέτως λοιπόν εθνικού περιβάλλοντος, όσοι ακολουθούν επιχειρηματική δραστηριότητα εξ ανάγκης εμφανίζονται να έχουν αρκετά σαφή εικόνα σχετικά με το ποιο από τα δύο κίνητρα ήταν σημαντικότερο για την απόφασή τους: ο φόβος της ανεργίας ή η έλλειψη καλύτερης επιλογής εργασίας. Πρόκειται για συμπέρασμα με εξαιρετική σημασία για το σχεδιασμό στοχευμένων δράσεων για την ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας, δεδομένου ότι παρέχει μια πρώτη εκτίμηση της σχετικής βαρύτητας των δύο κινήτρων της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε κάθε εθνικό πλαίσιο.

Διάγραμμα 1.5

Ποσοστιαία διάθρωση κινήτρων εκδήλωσης επιχειρηματικότητας ανάγκης (2004)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Το δεύτερο σημαντικό στοιχείο είναι η ανάδειξη δύο ομάδων χωρών: στην πρώτη κυρίαρχο στοιχείο είναι ο φόβος της ανεργίας, στη δεύτερη η έλλειψη καλύτερων επιλογών. Την πρώτη ομάδα αποτελούν χώρες με μεγάλη βιομηχανική παράδοση (Ιαπωνία, Βέλγιο, Φινλανδία, Σουηδία, Η.Β., Καναδάς, ΗΠΑ, Γαλλία, Αυστραλία κλπ.). Αντίθετα, η δεύτερη ομάδα αποτελείται από χώρες στις οποίες η εμπειρία της εκβιομηχάνισης είναι σχετικά πρόσφατη ιστορικά (Ισπανία, Πορτογαλία, Χονγκ Κονγκ, Ουγγαρία, Ισραήλ, Ελλάδα, Ν. Ζηλανδία, Πολωνία κλπ.)⁸. Για τη χώρα μας συγκεκριμένα, πέντε στα 10 άτομα απάντησαν ότι ακολουθούν επιχειρηματική δραστηριότητα επειδή δεν έχουν καλύτερη επιλογή εργασίας, τρεις στους 10 επειδή φοβούνται την ανεργία, ενώ λιγότεροι από δύο στους 10 ανέφεραν και τα δύο ως κίνητρα της απόφασής τους να δράσουν επιχειρηματικά.

⁸ Υπάρχουν βέβαια και οι εξαιρέσεις στον κανόνα, με χαρακτηριστικότερες το Περού στην πρώτη ομάδα και την Ολλανδία στη δεύτερη.

Πίνακας 1.3

Ποσοστιαία διάρθρωση κινήτρων εκδήλωσης επιχειρηματικότητας ανάγκης (2004)

	ΤΕΑ ανάγκης (100%)	Δεν έχω καλύτερη επιλογή εργασίας	Φοβάμαι την ανεργία	Συνδυασμός και των δύο
Αργεντινή	3,72	28,80%	41,90%	29,40%
Αυστραλία	2,48	37,70%	44,40%	17,90%
Βέλγιο	0,19	35,00%	57,50%	7,50%
Βραζιλία	6,22	33,70%	23,70%	42,60%
Γαλλία	1,36	17,50%	65,60%	17,00%
Γερμανία	1,48	35,70%	34,10%	30,30%
Δανία	0,37	27,60%	63,30%	9,20%
Εκουαδór	8,44	40,20%	37,30%	22,50%
Ελλάδα	1,65	53,60%	29,80%	16,60%
Ην. Βασίλειο	0,63	36,60%	54,90%	8,50%
ΗΠΑ	1,51	27,60%	53,70%	18,70%
Ιαπωνία	0,18	34,30%	51,40%	14,30%
Ιορδανία	2,56	40,40%	48,70%	10,90%
Ιρλανδία	0,99	28,60%	46,50%	24,90%
Ισλανδία	0,72	44,40%	45,90%	9,80%
Ισπανία	0,62	51,40%	41,10%	7,50%
Ισραήλ	1,53	43,80%	34,30%	21,90%
Ιταλία	0,33	100,00%	0,00%	0,00%
Καναδάς	1,36	28,20%	47,50%	24,30%
Κροατία	1,57	29,20%	33,50%	37,30%
Ν. Αφρική	2,44	19,10%	37,80%	43,10%
Ν. Ζηλανδία	2,11	48,60%	40,40%	11,00%
Νορβηγία	0,85	37,90%	41,40%	20,70%
Ολλανδία	0,69	67,00%	30,00%	3,00%
Ουγγαρία	1,24	82,50%	9,50%	8,00%
Ουγκάντα	14,40	36,90%	26,70%	36,40%
Περού	13,09	20,60%	44,40%	35,10%
Πολωνία	3,11	64,30%	13,90%	21,90%
Πορτογαλία	0,99	70,50%	11,60%	17,90%
Σιγκαπούρη	0,63	24,90%	65,90%	9,20%
Σλοβενία	0,43	23,60%	40,30%	36,10%
Σουηδία	0,33	34,70%	56,00%	9,30%
Φινλανδία	0,33	36,10%	55,60%	8,30%
Χονγκ -Κονγκ	0,96	57,40%	25,60%	17,10%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Με δεδομένο ότι και οι δύο ομάδες αποτελούνται από ένα σχετικά μεγάλο αριθμό χωρών, δεν μπορεί να υποτεθεί ότι η διαφορά μεταξύ τους είναι απόλυτα εξηγήσιμη από την οικονομική συγκυρία. Αντίθετα, αν η παρατήρηση σχετικά με την σημασία της παράδοσης της εκβιομηχάνισης είναι βάσιμη, τότε φαίνεται ότι ο φόβος της ανεργίας λειτουργεί ως κίνητρο της επιχειρηματικότητας εκεί που οι εργαζόμενοι έχουν μεγάλη εμπειρία με το καθεστώς εξαρτημένης εργασίας. Στις χώρες αυτές τα άτομα στρέφονται στην επιχειρηματική δραστηριότητα επειδή πιστεύουν ότι δεν μπορούν να απασχοληθούν ως εργαζόμενοι, επιλογή η οποία εικάζεται ότι τους είναι προτιμότερη.

Αντίθετα, στις χώρες όπου η βιομηχανική παράδοση είναι μικρότερη – όπως η χώρα μας - δεν είναι ο φόβος της ανεργίας που έχει προτεραιότητα, αλλά η έλλειψη ικανοποιητικών – για το ίδιο το άτομο- εναλλακτικών επιλογών. Αυτή η εξήγηση του φαινομένου της επιχειρηματικότητας ανάγκης ταιριάζει, άλλωστε, με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της ανεργίας στη χώρα μας: το γεγονός δηλαδή ότι το μεγαλύτερο ποσοστό δεν αποτελείται από άτομα που έχασαν τη θέση τους στη βιομηχανία – όπως σε πολλές ανεπτυγμένες χώρες- αλλά από νέους, για τους οποίους είναι πολύ δύσκολη η εύρεση εργασίας.

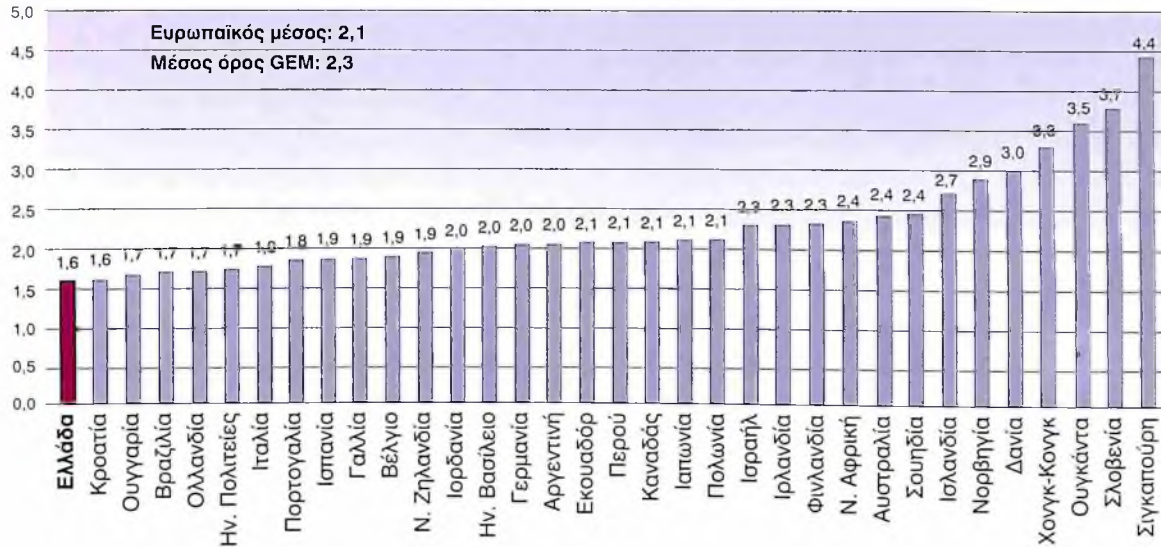
1.4 Τα επιχειρηματικά εγχειρήματα

Στα προηγούμενα, η ανάλυση επικεντρώθηκε στα δεδομένα που αφορούν στον επιχειρηματία ως άτομο. Ωστόσο, η έρευνα του πληθυσμού παρέχει και στοιχεία τα οποία βοηθούν στην εξαγωγή κάποιων σημαντικών συμπερασμάτων, τόσο ποιοτικών όσο και ποσοτικών, σχετικά με τα εγχειρήματα τα οποία δημιούργησαν οι επιχειρηματίες με τη δράση τους.

Το πρώτο ζήτημα αφορά στη διάρκεια της επιχειρηματικής δραστηριότητας και κυρίως στο «θάνατο» εγχειρημάτων. Τα άτομα κλήθηκαν να απαντήσουν κατά πόσο διέκοψαν μια προηγούμενη επιχειρηματική δραστηριότητα κατά το τελευταίο δωδεκάμηνο. Για την Ελλάδα το ποσοστό αυτό είναι 2,60%, το οποίο αν συγκριθεί με το ποσοστό των επίδοξων επιχειρηματιών (2,56%), σημαίνει ότι κατά το 2004 οι γεννήσεις νέων εγχειρημάτων ισούσαν σχεδόν ακριβώς με τους θανάτους. Ας σημειωθεί δε, ότι το ίδιο ακριβώς είχε παρατηρηθεί και το προηγούμενο έτος.

Η καταγραφή του αριθμού των επιχειρηματιών δεν αποκαλύπτει με άμεσο τρόπο και τον αριθμό των εγχειρημάτων που δημιουργήθηκαν, αν δεν γνωρίζουμε το μέσο αριθμό ατόμων που εμπλέκονται σε κάθε εγχείρημα.

Διάγραμμα 1.6
Μέσος Αριθμός Ιδιοκτητών Νεοϊδρυόμενων Επιχειρήσεων (start-ups) το 2004
(ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)

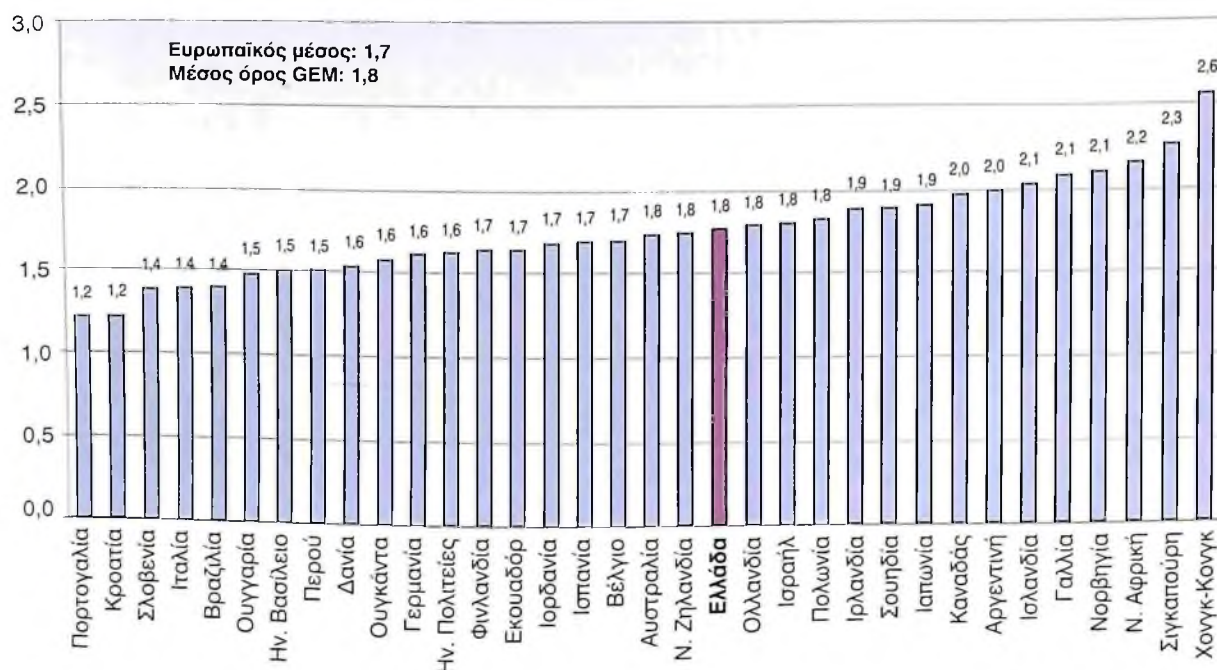


Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Το Διάγραμμα 1.6 εμφανίζει το μέσο αριθμό ιδιοκτητών μιας νέας επιχείρησης και αποκαλύπτει μια πραγματικότητα η οποία είχε διαπιστωθεί και στην έρευνα του 2003: η επιχειρηματική δραστηριότητα στη χώρα μας είναι μια σχετικά μοναχική διαδικασία, αφού η Ελλάδα εμφανίζεται με το χαμηλότερο μέσο όρο ιδιοκτητών (1,6) ανά νέο εγχείρημα. Η προφανής εξήγηση αυτού του φαινομένου θα ήταν βέβαια ότι στη χώρα μας η αυτοαπασχόληση –εγχειρήματα δηλαδή που δεν απασχολούν, ούτε προβλέπεται να απασχολήσουν στο μέλλον, κανέναν εκτός από τον ίδιο τον επιχειρηματία- είναι ιδιαίτερα υψηλή. Ωστόσο, κάτι τέτοιο δεν φαίνεται να επιβεβαιώνεται από τα δεδομένα του GEM, τα οποία δείχνουν ότι τα ποσοστά της αυτοαπασχόλησης στη χώρα μας δεν είναι σημαντικά διαφορετικά από αυτά άλλων ευρωπαϊκών χωρών.

Διάγραμμα 1.7

Μέσος Αριθμός Ιδιοκτητών Νέας Επιχείρησης (*baby business*)
για την οποία έχουν πληρωθεί μισθοί το διάστημα των τελευταίων 3-42 μηνών
(ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Σε αντίθεση με το προηγούμενο, το Διάγραμμα 1.7 αποκαλύπτει ότι, σχετικά με τον αριθμό των ιδιοκτητών νέων επιχειρήσεων, η χώρα μας εμφανίζει μια εικόνα που ταυτίζεται με τον παγκόσμιο μέσο όρο (1,8). Είναι βέβαια φανερό ότι αυτό που έχει σημασία εδώ δεν είναι η διαφορά των δύο μέσων όρων, η οποία είναι ελάχιστη, αλλά η διαφορά στην κατάταξη της χώρας στους δύο προηγούμενους πίνακες. Κατ' αρχάς βέβαια επισημαίνεται ότι για όλες τις χώρες ο μέσος όρος ιδιοκτητών νέων επιχειρήσεων είναι κατά τι χαμηλότερος από τον μέσο όρο των ιδιοκτητών επιχειρήσεων που βρίσκονται στη φάση της εκκίνησης. Με άλλα λόγια, φαίνεται ότι η φάση ίδρυσης μιας επιχείρησης απαιτεί τη συνεργασία περισσότερων ατόμων από όσα χρειάζονται για την μετέπειτα λειτουργία της, κατά τη νηπιακή φάση της ζωής της. Στην Ελλάδα συμβαίνει όμως το αντίθετο: στη φάση της εκκίνησης εμπλέκονται λιγότερα άτομα απ' ό,τι στην πρώτη περίοδο λειτουργίας.

Με βάση τα παραπάνω, δηλαδή το ποσοστό των επίδοξων επιχειρηματιών (2,56%), τον μέσο όρο των ιδιοκτητών μιας νεοϊδρυόμενης επιχείρησης (1,6) και τον ενεργό πληθυσμό της Ελλάδας, **ο συνολικός αριθμός των νέων εγχειρημάτων στη χώρα (πάντα συνυπολογίζοντας και την αυτοαπασχόληση) υπολογίζεται σε περίπου 108 χιλιάδες.**

1.5 Η εταιρική επιχειρηματικότητα

Μέχρι αυτό το σημείο, οι αναφορές στην επιχειρηματική δραστηριότητα αφορούσαν στον βασικό τύπο της επιχειρηματικότητας κατά GEM, τους «επίδοξους» δηλαδή επιχειρηματίες και τις «νέες επιχειρήσεις». Στην ενότητα αυτή θα εξεταστεί ο δεύτερος τύπος: η «εταιρική» επιχειρηματικότητα⁹. Πρόκειται για την επιχειρηματική δραστηριότητα «καθιερωμένων» επιχειρήσεων, εκείνων δηλαδή οι οποίες έχουν καταβάλει μισθούς και κέρδη για διάστημα μεγαλύτερο των 42 μηνών. Μολονότι τα υποκείμενα της επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι διαφορετικά από εκείνα που εξετάστηκαν στο πλαίσιο του βασικού τύπου επιχειρηματικότητας, η καθ' εαυτή επιχειρηματική δραστηριότητα έχει ακριβώς την ίδια έννοια όπως και προηγουμένως, αφορά δηλαδή στη δημιουργία μιας οποιουδήποτε τύπου νέας δραστηριότητας.

Η πρώτη φορά που το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM προσπάθησε να μετρήσει την επιχειρηματικότητα των καθιερωμένων επιχειρήσεων ήταν στην Παγκόσμια Έκθεση για το 2003¹⁰, μέσω του Δείκτη Εταιρικής Επιχειρηματικότητας (Firm Entrepreneurial Activity FEA). Ο ίδιος δείκτης χρησιμοποιήθηκε και στην Εθνική Έκθεση για τη χώρα μας για το 2003, ωστόσο, τα υψηλά επίπεδα στατιστικού σφάλματος που εμπεριείχε μειώνουν την αξία διεθνικών συγκρίσεων και κατάταξης των χωρών.

Για να υπερβεί αυτό το πρόβλημα στη μέτρηση της εταιρικής επιχειρηματικότητας, η ερευνητική ομάδα του IOBE αποφάσισε να χρησιμοποιήσει μια προσεγγιστική μεταβλητή η οποία προέρχεται από την έρευνα πληθυσμού του 2004, και η οποία άρα υπόκειται στο ίδιο επίπεδο στατιστικού σφάλματος με τον δείκτη TEA. Επειδή η έρευνα πληθυσμού απευθύνεται σε άτομα και όχι σε επιχειρήσεις, η εταιρική επιχειρηματικότητα μπορεί να μετρηθεί μόνο έμμεσα, να βρεθούν δηλαδή τα άτομα που επιχειρούν μεν, αλλά για άλλους.

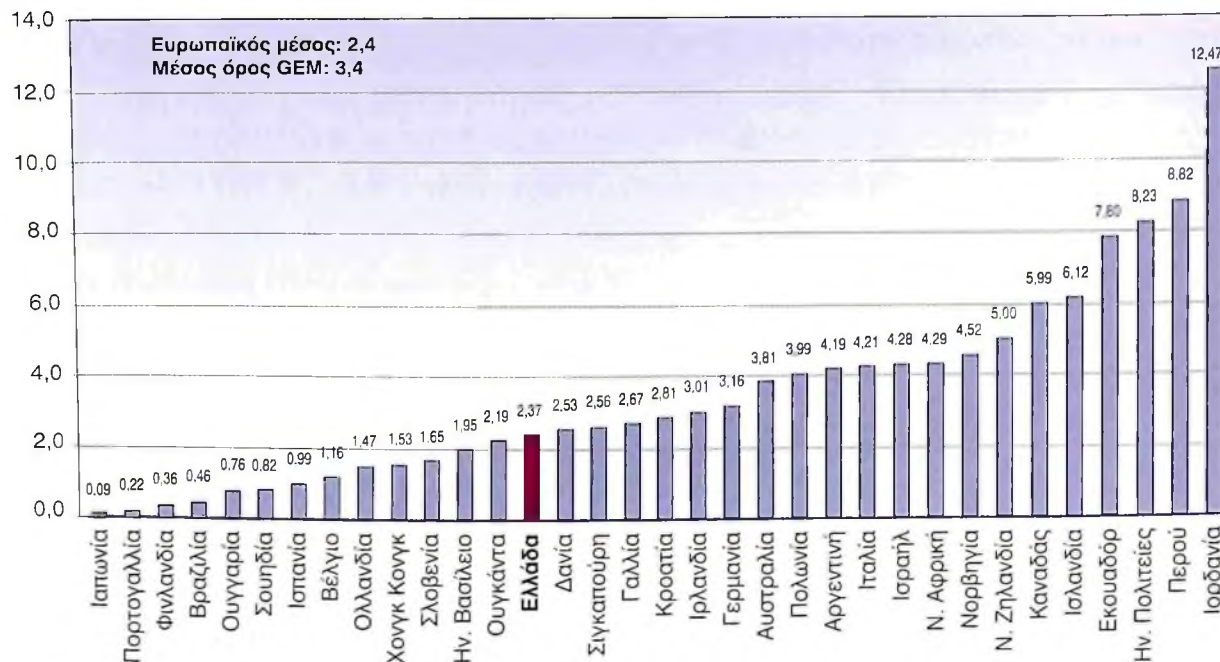
Σε αυτή τη βάση, κατασκευάζεται ο Δείκτης Επιχειρηματικής Δραστηριότητας για λογαριασμό του Εργοδότη, ο οποίος θα αναφέρεται στη συνέχεια για συντομία ως: ΕΔΕ. Η μεταβλητή αυτή αντιπροσωπεύει το ποσοστό του πληθυσμού το οποίο ακολουθεί μεν επιχειρηματική δραστηριότητα, όχι όμως για λογαριασμό του ίδιου, αλλά για λογαριασμό του εργοδότη του. Η χρήση αυτού του Δείκτη ως προσεγγιστικής μεταβλητής της εταιρικής επιχειρηματικότητας βασίζεται στη μάλλον εύλογη υπόθεση ότι όσοι δήλωσαν ότι αναλαμβάνουν επιχειρηματική δραστηριότητα για λογαριασμό του εργοδότη τους, θα απασχολούνται κατά κύριο λόγο σε καθιερωμένες επιχειρήσεις, σε επιχειρήσεις δηλαδή που υπερβαίνουν την ηλικία των 42 μηνών. Τα σχετικά δεδομένα καταγράφονται στο Διάγραμμα που ακολουθεί.

⁹ Βλέπε το Παράρτημα για αναλυτικούς ορισμούς.

¹⁰ Βλέπε Reynolds et al (2004).

Διάγραμμα 1.8

Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που δηλώνουν ότι ξεκινούν μία νέα επιχειρηματική δραστηριότητα για λογαριασμό του εργοδότη τους (2004)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Εκ πρώτης όψεως, η κατάταξη των χωρών στο ανωτέρω Διάγραμμα δεν φαίνεται να αποκαλύπτει κάποια ευδιάκριτη αρχή, η οποία να είναι σε θέση να εξηγήσει τη σχετική θέση των διαφόρων χωρών. Δεν πρέπει βέβαια να παραβλέπεται ότι στο Διάγραμμα εμφανίζεται απλώς μια προσεγγιστική μεταβλητή, η οποία δεν μπορεί παρά να επηρεάζεται καθοριστικά από το μέγεθος των επιχειρήσεων. Έτσι, σε χώρες με πολλές μικρές επιχειρήσεις, είναι αναμενόμενο η έρευνα να ανακαλύπτει σχετικά μεγάλους αριθμούς ατόμων που δηλώνουν ότι ασχολούνται σε μια νέα δραστηριότητα για λογαριασμό του εργοδότη τους. Άρα η μεταβλητή ΕΔΕ που καταγράφεται θα είναι υψηλή (Ιορδανία, Περού κλπ.). Αντίστροφα, όσο λιγότερες είναι οι μικρές επιχειρήσεις σε μια χώρα, τόσο χαμηλότερη θα είναι η καταγραφόμενη μεταβλητή ΕΔΕ (Ιαπωνία, Φινλανδία κλπ.). Με βάση αυτή τη λογική, ενδιαφέρον παρουσιάζουν χώρες που φαίνεται να παραβιάζουν αυτή την αρχή, όπως οι ΗΠΑ και ο Καναδάς με υψηλή θέση στην κατάταξη, και αντίστροφα, η χαμηλή θέση της Πορτογαλίας.

Η χώρα μας βρίσκεται στην 21η θέση της παγκόσμιας κατάταξης, με άλλα λόγια καταγράφει μια σχετικά χαμηλή τιμή της μεταβλητής ΕΔΕ (2,37%). Η θέση κρίνεται μάλιστα χαμηλή αν ληφθεί υπόψη ο μεγάλος αριθμός μικρών επιχειρήσεων στην ελληνική οικονομία.

Με δεδομένο ότι και οι δύο τύποι επιχειρηματικότητας (ο βασικός τύπος και η εταιρική επιχειρηματικότητα) επηρεάζουν θετικά την οικονομική ανάπτυξη (βλέπε το εννοιολογικό μοντέλο του GEM στο Παράρτημα), αξίζει να διερευνηθεί η σχέση ανάμεσα στους αντίστοιχους δείκτες (ΤΕΑ και ΕΔΕ). Ο Πίνακας 1.4 που ακολουθεί παρουσιάζει τα σχετικά δεδομένα. Πρόκειται για πίνακα διπλής εισόδου, με τον Δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (ΤΕΑ) στον οριζόντιο άξονα, και την μεταβλητή ΕΔΕ στον κάθετο. Οι 34 χώρες που έλαβαν μέρος στην έρευνα του GEM κατά το 2004 κατανέμονται σε τρεις ομάδες ανάλογα με το ύψος του καθενός από τους δύο δείκτες (υψηλός-μεσαίος-χαμηλός). Έτσι, κάθε χώρα τοποθετείται σε μια από τις εννέα περιοχές που ορίζονται.

Τα δεδομένα του πίνακα αποκαλύπτουν κατ' αρχάς μια ισχυρή συσχέτιση ανάμεσα στις δύο μεταβλητές. Αυτό είναι βεβαίως αναμενόμενο, δεδομένου ότι όσο ευνοϊκότερο είναι το κλίμα για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας σε μια χώρα, τόσο ισχυρότερη θα είναι η καταγραφόμενη επιχειρηματική δραστηριότητα, και για τις νέες, αλλά και για τις καθιερωμένες επιχειρήσεις. Με αυτή τη λογική, μεγαλύτερο αναλυτικό ενδιαφέρον έχει να εξηγηθεί η θέση των χωρών που βρίσκονται εκτός της διαγωνίου του Πίνακα, όπως η Ελλάδα.

Με Δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (ΤΕΑ) μεσαίου ύψους, και με χαμηλή μεταβλητή ΕΔΕ, η χώρα μας τοποθετείται στο χαμηλότερο τετράγωνο της μεσαίας στήλης. Με όλες τις επιφυλάξεις που έχουν επισημανθεί, όσον αφορά κυρίως την προσέγγιση της εταιρικής επιχειρηματικότητας, η θέση αυτή αποκαλύπτει ένα κεντρικό πρόβλημα για την Ελλάδα: ότι η επιχειρηματικότητα/καινοτομικότητα των καθιερωμένων επιχειρήσεων εμφανίζεται να βρίσκεται σε χαμηλότερο επίπεδο της αντίστοιχης παγκόσμιας κατάταξης, σε σύγκριση με τη θέση στην παγκόσμια κατάταξη που επιτυγχάνει η χώρα στο Δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (ΤΕΑ)¹¹. Το πρόβλημα αυτό συνδέεται άμεσα με ένα δίλημμα στρατηγικής το οποίο αντιμετωπίζει η χώρα μας στο σχεδιασμό πολιτικών για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας.

Το ιδανικό για μια χώρα θα ήταν να επιδιώξει να επιτύχει ταυτόχρονα υψηλή συνολική επιχειρηματικότητα και εταιρική επιχειρηματικότητα (να κινηθεί δηλαδή προς το επάνω δεξιό τετράγωνο του Πίνακα). Ωστόσο, ακόμα και μια επιφανειακή ματιά στη δεξιά στήλη αρκεί για να δημιουργήσει επιφυλακτικότητα σχετικά με τη δυνατότητα της Ελλάδας να

¹¹ Αξίζει εδώ να επισημανθεί ένα σημαντικό εύρημα που είχε επισημάνει το IOBE στην Έκθεση για το 2003: στην Ελλάδα καινοτομική δραστηριότητα εμφανίζουν οι σχετικά μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Δυστυχώς η έρευνα του 2004 δεν παρέχει τα απαραίτητα στοιχεία, βάσει των οποίων θα μπορούσε να διερευνηθεί και πάλι αυτό το ζήτημα.

Πίνακας 1.4

*Συσχέτιση Δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (TEA)
και Δείκτη Επιχειρηματικότητας για λογαριασμό του εργοδότη (EDE)*

Υψηλή EDE	Ιταλία	Νορβηγία Καναδάς ΗΠΑ Ν. Αφρική Ισραήλ	Ισλανδία Ιορδανία Ν. Ζηλανδία Εκουαδόρ Αργεντινή
Μεσαία EDE	Κροατία	Γερμανία Δανία Γαλλία Σιγκαπούρη Ιρλανδία Πολωνία	Αυστραλία
Χαμηλή EDE	Ιαπωνία Σλοβενία Χονγκ-Κονγκ Βέλγιο Σουηδία Πορτογαλία Ουγγαρία Φινλανδία	Ισπανία Ελλάδα Ην. Βασίλειο Ολλανδία	Βραζιλία Ουγκάντα
	Χαμηλή Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (TEA)	Μεσαία Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (TEA)	Υψηλή Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (TEA)
TEA: Χαμηλός: 1 έως 5%, Μεσαίος: 5 έως 12%, Υψηλός: > 12%			
EDE: Χαμηλός: 1 έως 2,5% Μεσαίος: 2,5 έως 4%, Υψηλός: > 4%			

κινηθεί σε αυτή την κατεύθυνση. Με εξαίρεση την Αυστραλία και τη Ν. Ζηλανδία, καμιά από τις χώρες της δεξιάς στήλης δεν μπορεί να θεωρηθεί ως μοντέλο για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, για προφανείς πολιτικούς, πολιτισμικούς και οικονομικούς λόγους. Από την άλλη πλευρά, ακόμα και αν η ποσότητα των νέων εγχειρημάτων αύξανε, δεν είναι καθόλου βέβαιο ότι οι καθιερωμένες επιχειρήσεις που θα προέκυπταν στο μέλλον θα χαρακτηρίζονταν από επιχειρηματικό πνεύμα/καινοτομικότητα.

Άρα, οι πολιτικές ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα πρέπει να έχουν κυρίως «κάθετη» στόχευση, πρέπει δηλαδή να εστιαστούν στην προώθηση της καινοτομικότητας, τόσο των νέων, όσο και των καθιερωμένων επιχειρήσεων, ωθώντας έτσι τη χώρα προς υψηλότερη θέση στον τομέα της Εταιρικής Επιχειρηματικότητας. Με άλλα λόγια, μια πολιτική ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας στη χώρα μας πρέπει να στοχεύσει πολύ περισσότερο στη βελτίωση της «ποιότητας» της επιχειρηματικής δραστηριότητας, παρά στην ποσότητα των επιχειρηματικών εγχειρημάτων που εκδηλώνονται σε ετήσια βάση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Βάση του ενδιαφέροντος για την επιχειρηματικότητα είναι βέβαια η πεποίθηση ότι υπάρχει θετική σχέση ανάμεσα στην επιχειρηματική δραστηριότητα και την οικονομική ανάπτυξη. Ωστόσο, η ακριβής μέτρηση αυτής της σχέσης έχει αποδειχτεί ιδιαίτερα δύσκολη. Ένας λόγος που εξηγεί τη δυσκολία είναι ότι, όπως είναι αναμενόμενο, η επίδραση της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην ανάπτυξη είναι λογικό να εκδηλώνεται με κάποια χρονική υστέρηση. Η υπόθεση αυτή επιβάλλει και την ανάγκη συγκέντρωσης δεδομένων για μεγάλο χρονικό διάστημα, έτσι ώστε να γίνει δυνατή η κατασκευή στατιστικά αξιοποιήσιμων χρονοσειρών¹². Αυτό βέβαια δεν σημαίνει ότι δεν είναι δυνατή η εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων με τα δεδομένα που ήδη υπάρχουν.

2.1 Επιχειρηματικότητα και ανάπτυξη

Η Παγκόσμια Έκθεση του GEM για το 2004¹³ παρουσιάζει αναλυτικά τη σχέση ανάμεσα στον Δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (TEA) και στο κατά κεφαλή ΑΕΠ για όλες τις χώρες που έλαβαν μέρος στην έρευνα του GEM το 2004. Το Διάγραμμα 2.1 παραθέτει τα σχετικά δεδομένα.

Το εξαιρετικά ενδιαφέρον εύρημα είναι εδώ το σχήμα της καμπύλης που συσχετίζει τις δύο μεταβλητές (Δείκτης TEA και κατά κεφαλή ΑΕΠ), από την οποία προκύπτουν τα ακόλουθα: 1) υψηλές τιμές του Δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας αντιστοιχούν σε πολύ χαμηλές τιμές κατά κεφαλήν εισοδήματος. 2) Η επιχειρηματικότητα μειώνεται όσο το εισόδημα μεγαλώνει και φθάνει στο κατώτατο σημείο σε ένα ύψος εισοδήματος γύρω στα \$ 30.000. 3) Όταν το εισόδημα αυξάνει πάνω από αυτό το επίπεδο, ο Δείκτης ακολουθεί και πάλι ανοδική πορεία.

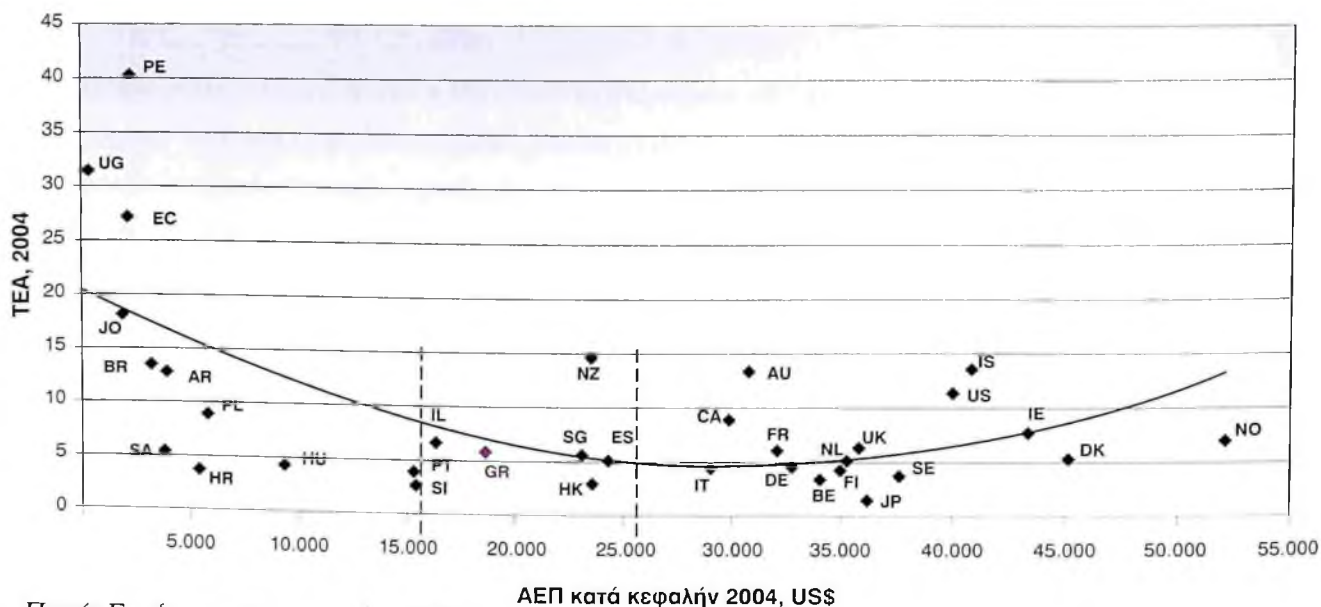
Η ερμηνεία του φαινομένου θα πρέπει να αναζητηθεί στις έννοιες της επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας. Οι κοινωνίες που καταγράφουν χαμηλά επίπεδα κατά κεφαλή ΑΕΠ εμφανίζουν, όπως είναι αναμενόμενο, υψηλή επιχειρηματικότητα ανάγκης, πράγμα που εξηγεί τις αντίστοιχες υψηλές τιμές του Δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας. Ωστόσο, η επιχειρηματικότητα ανάγκης μειώνεται με την αύξηση του εισοδήματος, καθώς το υψηλότερο εισόδημα σημαίνει ότι η «ανάγκη» γίνεται λιγότερο πιεστική, ή ότι οι χώρες αποκτούν θεσμούς πρόνοιας που μετριάζουν τους κινδύνους της προ-

¹² Στο σημείο όμως αυτό αξίζει να σημειωθεί ότι προηγούμενες έρευνες του GEM έχουν αποδείξει την ύπαρξη θετικής συσχέτισης ανάμεσα στην οικονομική ανάπτυξη και την επιχειρηματικότητα ανάγκης. Βλέπε Reynolds et al (2002).

¹³ Βλέπε Acs et al (2005, σ. 38).

Διάγραμμα 2.1

Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (TEA 2004, % ατόμων ηλικίας 18-64 ετών)
και οικονομική ανάπτυξη (ΑΕΠ κατά κεφαλήν)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

σωπικής και οικογενειακής επιβίωσης που σχετίζονται με το πρόβλημα της ανεργίας. Ακόμα, οι χώρες υψηλού εισοδήματος χαρακτηρίζονται και από την ύπαρξη και λειτουργία μεγάλων επιχειρήσεων, που μεταφράζεται τόσο σε ευκαιρίες απασχόλησης, όσο και στο γεγονός ότι μεγάλο μέρος της επιχειρηματικής δραστηριότητας πραγματοποιείται πλέον από καθιερωμένες επιχειρήσεις. Τέλος, η άνοδος του Δείκτη που καταγράφεται, καθώς το επίπεδο του εισοδήματος αυξάνει πέρα από τα \$ 30.000, συνδέεται ασφαλώς με την άνοδο της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας, μια πλευρά δηλαδή του φαινομένου της επιχειρηματικότητας η οποία ευνοείται από την υψηλή ανάπτυξη, την ευκολία πρόσβασης στη νέα τεχνολογία, την αποτελεσματικότητα των εκπαιδευτικών θεσμών, και πολλά άλλα θεσμικά και όχι μόνο ζητήματα που βεβαίως βρίσκονται σε υψηλότερα επίπεδα ποιότητας και αποδοτικότητας σε χώρες υψηλού εισοδήματος.

Τα ανωτέρω δεδομένα βοηθούν επίσης την συνειδητοποίηση του γεγονότος ότι η «ποσότητα» της επιχειρηματικής δραστηριότητας από μόνη της δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι αναπόφευκτα συμβαδίζει με την οικονομική ανάπτυξη. Είναι φανερό ότι υψηλές τιμές του Δείκτη TEA μπορεί να είναι συμβατές τόσο με χαμηλά επίπεδα εισοδήματος, όσο και με υψηλά. Το βασικό ζήτημα λοιπόν δεν είναι η ποσότητα των επιχειρηματικών εγχειρημάτων που εκδηλώνονται σε μια χώρα, αλλά η ποιότητά τους. Με άλλα λόγια, αυτό που ενδιαφέρει κυρίως είναι οι δυνατότητες αυτών των εγχειρημάτων να μεταβάλλουν μακροπρόθεσμα τα χαρακτηριστικά μιας οικονομίας προς δραστηριότητες υψηλότερης αξίας.

Είναι βέβαια προφανές το ενδιαφέρον αυτού του ζητήματος για την περίπτωση της Ελλάδας. Η χώρα μας βρίσκεται σε φάση που χρειάζεται να δώσει προτεραιότητα στο πρόβλημα της ποιοτικής επιχειρηματικότητας. Με άλλα λόγια, η συνέχιση της οικονομικής ανάπτυξης και της ανόδου του κατά κεφαλήν εισοδήματος φαίνεται ότι θα εξαρτηθεί αποφασιστικά από εδώ κι εμπρός από τις δυνατότητες των επιχειρηματικών εγχειρημάτων να παράγουν καινοτομίες και απασχόληση.

2.2 Επιχειρηματικότητα υψηλών δυνατοτήτων

Η διάκριση επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας και οι διαφορετικές επιπτώσεις τους στην οικονομική ανάπτυξη επιβάλλουν περαιτέρω διερεύνηση των παραγόντων που ενισχύουν το «αναπτυξιακό περιεχόμενο» της επιχειρηματικότητας. Για το λόγο αυτό εισάγεται μια νέα μεταβλητή, ο Δείκτης Επιχειρηματικότητας Υψηλών Δυνατοτήτων, ο οποίος αποτελεί τη σύνθεση τριών κριτηρίων. Μια επιχειρηματική δραστηριότητα χαρακτηρίζεται ως υψηλών δυνατοτήτων αν:

- α1)** Ο επιχειρηματίας προσδοκά ότι θα δημιουργήσει
πάνω από 19 θέσεις απασχόλησης μέσα στην επόμενη πενταετία, ή
- α2)** Θα οδηγήσει σε οποιαδήποτε επέκταση της αγοράς¹⁴
- β)** Θα διαθέτει άνω του 10% των προϊόντων ή των υπηρεσιών
που παράγει σε πελάτες που ζουν μόνιμα στο εξωτερικό της χώρας

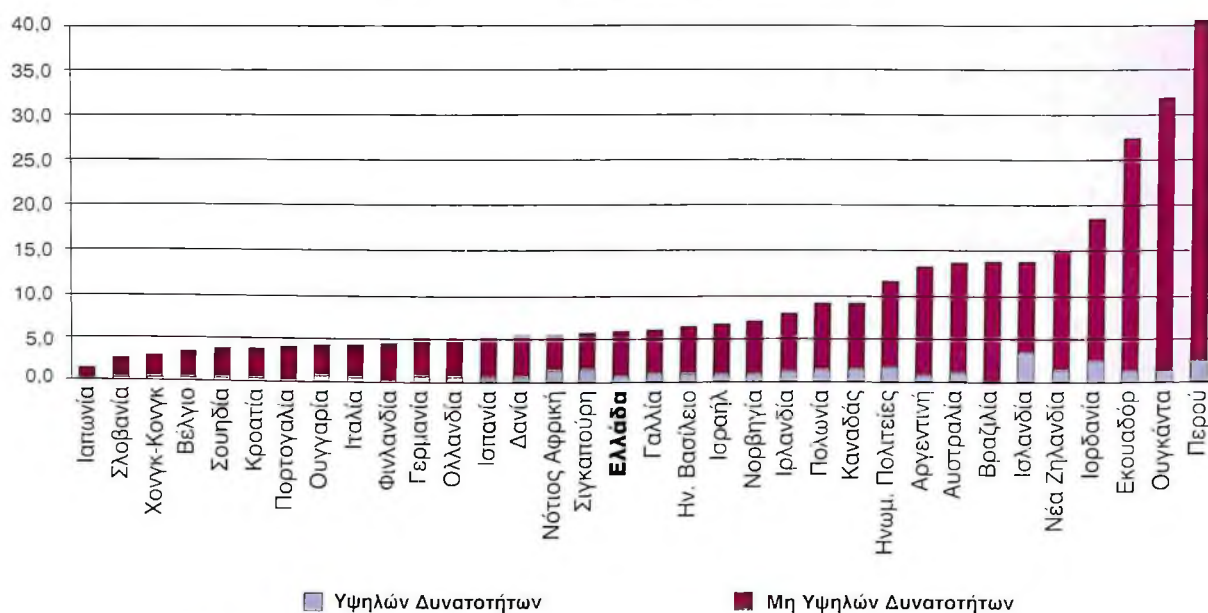
Ένα νέο εγχείρημα μπορεί να χαρακτηριστεί ως Υψηλών Δυνατοτήτων αν ικανοποιεί ταυτόχρονα είτε τα κριτήρια α1 και β, είτε τα α2 και β. Στο Διάγραμμα 2.2 που ακολουθεί παρουσιάζεται ο Δείκτης για όλες τις χώρες που έλαβαν μέρος στην έρευνα το 2004.

Η χώρα μας εμφανίζει ένα σχετικά χαμηλό επίπεδο επιχειρηματικότητας υψηλών δυνατοτήτων. Πρόκειται βέβαια για εύρημα αναμενόμενο, με δεδομένη την υψηλή επιχειρηματικότητα ανάγκης και την «ρηχή» τομεακή διάσταση της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα, τα οποία έχουν ήδη αναφερθεί.

¹⁴ Όπως παρατηρούσαμε και στην Έκθεση για το 2003, μέσω της έννοιας της επέκτασης της αγοράς, το αναλυτικό πλαίσιο του GEM προσπαθεί να ξεχωρίσει τις περιπτώσεις όπου η επιχειρηματική δραστηριότητα οδηγεί σε ένα προϊόν ή υπηρεσία που αντιμετωπίζει «νέα» ζήτηση στην αγορά –ζήτηση δηλαδή που δεν θα εκδηλωνόταν αν δεν υπήρχε το συγκεκριμένο αγαθό ή υπηρεσία- από τις περιπτώσεις όπου η επιχειρηματική προσπάθεια αποσκοπεί στην απλή αντιγραφή μιας δραστηριότητας η οποία ήδη υπάρχει στην αγορά. Είναι λοιπόν προφανές ότι η έννοια της επέκτασης της αγοράς είναι σκόπιμα λιγότερο ισχυρή από την έννοια της «καινοτομίας».

Διάγραμμα 2.2

Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα Υψηλών και Μη Δυνατοτήτων το 2004
(ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Σε σύγκριση εξάλλου με τις 16 ευρωπαϊκές χώρες στις οποίες πραγματοποιήθηκε η έρευνα του GEM το 2003 και 2004, η Ελλάδα κατατάσσεται μόλις στην 13η θέση ως προς την επιχειρηματικότητα υψηλών δυνατοτήτων, όπως φαίνεται στον Πίνακα 2.1 που ακολουθεί¹⁵.

Πίνακας 2.1

Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα Υψηλών Δυνατοτήτων
(% συμμετοχής στη συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα, μέσος όρος 2003-2004)

	% Υψηλών Δυνατοτήτων (μέσος όρος διετίας 2003-2004)		% Υψηλών Δυνατοτήτων (μέσος όρος διετίας 2003-2004)
Ισπανία	3,8%	Δανία	14,9%
Κροατία	7,6%	Σουηδία	14,9%
Γαλλία	9,1%	Ολλανδία	16,1%
Ελλάδα	12,5%	Γερμανία	16,8%
Σλοβενία	12,7%	Φινλανδία	17,0%
Ιταλία	12,9%	Ιρλανδία	17,2%
Βέλγιο	13,9%	Ην.Βασίλειο	17,5%
Νορβηγία	14,5%	Ισλανδία	20,4%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

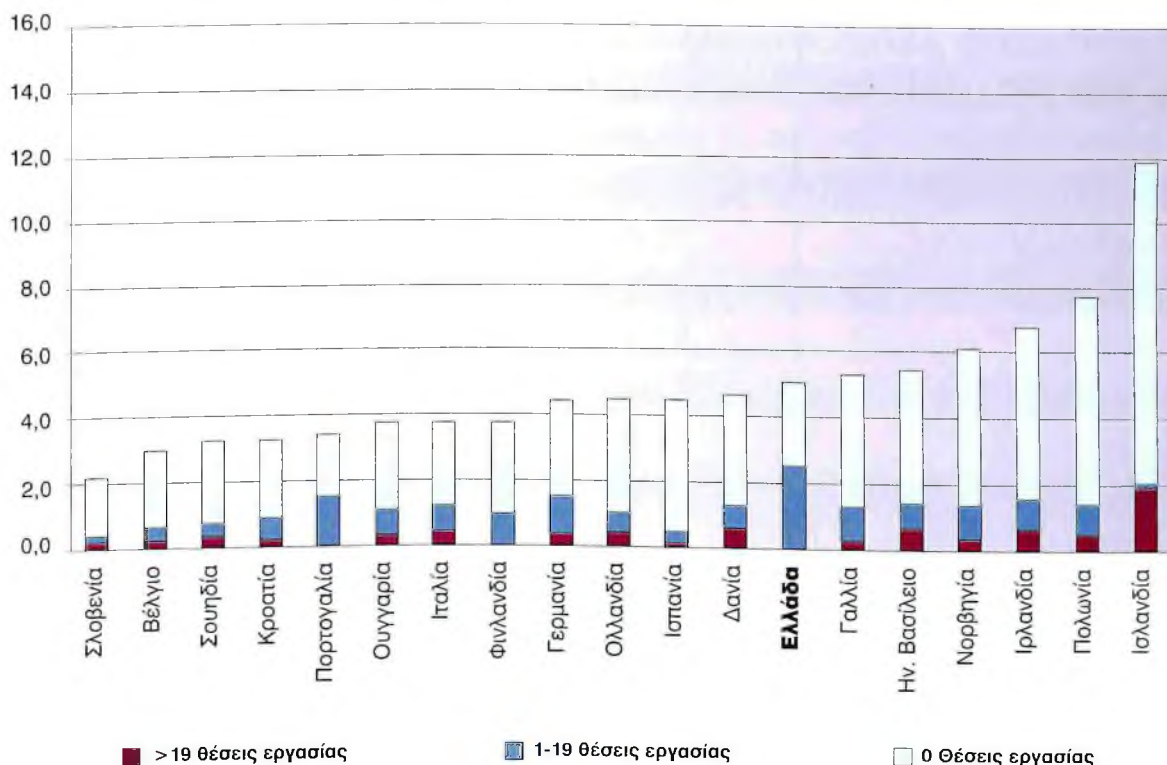
¹⁵ Ο Πίνακας καταγράφει τον Δείκτη Επιχειρηματικότητας Υψηλών Δυνατοτήτων ως ποσοστό του Δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (TEA), αποκλειστικά για τις χώρες της Ευρώπης. Επειδή θέλουμε να μειώσουμε, κατά το δυνατό, την εξάρτηση του Δείκτη από τυχαία προβλήματα κατά τη δειγματοληψία μιας συγκεκριμένης χρονικής στιγμής, ο Δείκτης που καταγράφεται αποτελεί τον μέσο όρο των δύο τελευταίων ετών (2003 και 2004).

Μολονότι η θέση της χώρας μας είναι ευεξήγητη με βάση τα γενικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, τα οποία έχουν ήδη συζητηθεί, πρόσθετες ερμηνευτικές ενδείξεις προκύπτουν από την ανάλυση των επιμέρους συνιστωσών της επιχειρηματικότητας υψηλών δυνατοτήτων.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η πρώτη συνιστώσα του Δείκτη Επιχειρηματικότητας Υψηλών Δυνατοτήτων είναι η προοπτική **δημιουργίας απασχόλησης** μέσα στην επόμενη πενταετία. Το κριτήριο απαιτεί την προοπτική δημιουργίας πάνω από 19 θέσεις απασχόλησης, αλλά η έρευνα του πληθυσμού συγκεντρώνει πιο αναλυτικά στοιχεία, τα οποία καταγράφονται στον Διάγραμμα 2.3.

Διάγραμμα 2.3

Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (ΤΕΑ, 2004) και Δημιουργία Απασχόλησης στην επόμενη πενταετία (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Σε σχέση με τις οικονομίες της Ευρώπης, στην Ελλάδα καταγράφεται ένα ελάχιστο ποσοστό εγχειρημάτων με προοπτική δημιουργίας άνω των 19 θέσεων εργασίας. Ταυτόχρονα, εμφανίζεται ένα πολύ υψηλό επίπεδο εγχειρημάτων που δεν έχουν προοπτική δημιουργίας οποιασδήποτε απασχόλησης (πέρα απ' αυτή του ίδιου του επιχειρηματία βεβαίως).

Πίνακας 2.2

Ποσοστιαία διάθροωση της Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (ΤΕΑ, 2004) και της δημιουργίας απασχόλησης στην επόμενη πενταετία

	Θέσεις εργασίας		
	Καμία	1 έως 19	Πάνω από 19
Βέλγιο	76,6%	13,7%	9,7%
Κροατία	70,8%	22,3%	6,9%
Δανία	70,6%	14,4%	15,0%
Φινλανδία	73,1%	26,9%	0,0%
Γαλλία	74,7%	19,6%	5,7%
Γερμανία	64,5%	26,8%	8,7%
Ελλάδα	48,5%	50,5%	1,0%
Ουγγαρία	69,8%	20,3%	10,0%
Ισλανδία	82,0%	1,4%	16,6%
Ιρλανδία	75,9%	13,5%	10,6%
Ιταλία	65,1%	21,2%	13,7%
Ολλανδία	75,7%	13,3%	11,0%
Νορβηγία	77,1%	16,8%	6,1%
Πολωνία	81,3%	11,7%	7,0%
Πορτογαλία	53,9%	46,1%	0,0%
Σλοβενία	81,6%	7,3%	11,1%
Ισπανία	89,2%	7,3%	3,5%
Σουηδία	75,2%	13,3%	11,5%
Ην.Βασίλειο	73,3%	13,5%	13,2%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Αναλυτικότερα, πρώτον, ανάμεσα στις χώρες της Ευρώπης, η Ελλάδα εμφανίζεται με το χαμηλότερο ποσοστό (48,5%) επιχειρηματικών πρωτοβουλιών οι οποίες δεν σκοπεύουν να δημιουργήσουν καμία νέα θέση απασχόλησης. Δεύτερον, το 50,5% των νέων εγχειρημάτων προσδοκούν μία μέτρια αύξηση της απασχόλησης (1 – 19 νέες θέσεις εργασίας), κάτι που σημαίνει ότι οι νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες θα έχουν κάποια, έστω και μικρή, επίπτωση στη δημιουργία νέας απασχόλησης, τουλάχιστον για τα ελληνικά δεδομένα. Τρίτον, μόλις το 1% αυτών των πρωτοβουλιών αναμένεται να δημιουργήσει «σημαντι-

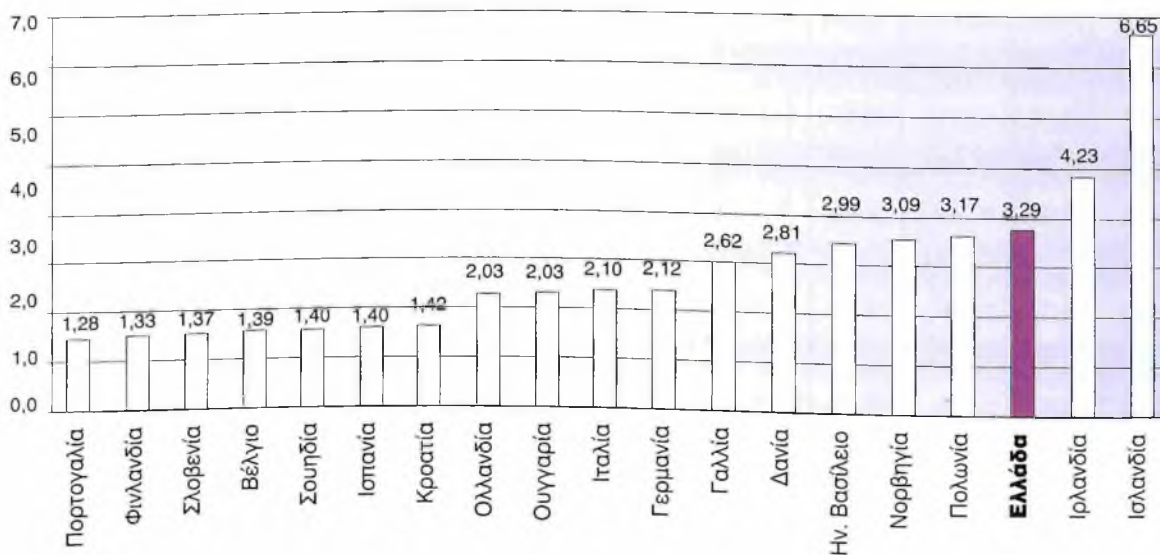
κή» νέα απασχόληση (πάνω δηλαδή από 19 νέες θέσεις εργασίας) σε βάθος πενταετίας. Ο ορίζοντας λοιπόν προς τον οποίο προσβλέπει η επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα φαίνεται να περιλαμβάνει επιχειρήσεις μικρού έως πολύ μικρού μεγέθους.

Το δεύτερο κριτήριο που καθορίζει το επίπεδο του Δείκτη Επιχειρηματικότητας Υψηλών Δυνατοτήτων είναι ο βαθμός **επέκτασης της αγοράς** που προκαλείται από μια συγκεκριμένη δραστηριότητα. Όπως έχει ήδη αναφερθεί, μολονότι η ερμηνεία αυτού του κριτηρίου ως περιγράφοντος την έννοια της «καινοτομίας» θα ήταν μάλλον υπερβολική, ωστόσο βοηθάει να εισαχθεί στον προβληματισμό μια σημαντική παράμετρος: το κατά πόσον δηλαδή η συγκεκριμένη δραστηριότητα συνιστά απλώς μίαν επανάληψη δραστηριοτήτων που ήδη λαμβάνουν χώρα ή οδηγεί στην παρουσίαση στην αγορά ενός αγαθού ή υπηρεσίας που δεν ήταν διαθέσιμο προηγουμένως. Είναι βέβαια φανερό ότι το πλαίσιο αναφοράς είναι η αγορά στην οποία απευθύνεται το συγκεκριμένο εγχείρημα και όχι κάποια ιδεατή «παγκόσμια» αγορά, πράγμα που σημαίνει ότι η διάσταση της καινοτομικότητας είναι εξαιρετικά σχετική.

Ακριβώς επειδή η έννοια της επέκτασης της αγοράς είναι σχετική, η πραγματοποίηση διεθνικών συγκρίσεων πρέπει να βασίζεται σε μια σχετικά ομοιογενή ομάδα χωρών, με συγκρίσιμα επίπεδα ανάπτυξης και ανοιχτές αγορές. Γι' αυτό και η ανάλυση εστιάζει στη συνέχεια στις χώρες της Ευρώπης.

Διάγραμμα 2.4

*Επιχειρηματική δραστηριότητα με οποιοδήποτε βαθμού επέκταση της αγοράς, 2004
(ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)*



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Τα δεδομένα του Διαγράμματος 2.4 έχουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τη χώρα μας, αφού την κατατάσσουν στην τρίτη θέση στην Ευρώπη, μετά την Ισλανδία και την Ιρλανδία. Στην Ελλάδα, 3,29% του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών δήλωσαν ότι η επιχειρηματική τους δραστηριότητα έχει ως αποτέλεσμα κάποια –έστω και μικρή– επέκταση της αγοράς στην οποία απευθύνονται. Το εύρημα αυτό είναι σημαντικό, ιδιαίτερα αν συνδυαστεί με ένα άλλο που αφορά το **τεχνολογικό επίπεδο** της επιχειρηματικής δραστηριότητας στη χώρα μας: ένα υψηλό ποσοστό (25%) όσων δήλωσαν ότι είχαν κάποια επιχειρηματική δραστηριότητα ανέφεραν επίσης ότι η τεχνολογία που χρησιμοποιούν δεν ήταν διαθέσιμη για διάστημα μεγαλύτερο του έτους. Και πάλι, ακόμα και αν το πλαίσιο αναφοράς είναι η εγχώρια αγορά, η οποία βεβαίως δεν είναι ιδιαίτερα προηγμένη τεχνολογικά, το γεγονός ότι ένα σοβαρό ποσοστό των επιχειρηματικών εγχειρημάτων στρέφεται στη νέα τεχνολογία δεν μπορεί παρά να θεωρηθεί ελπιδοφόρο¹⁶.

Ο Πίνακας 2.3 που ακολουθεί εμφανίζει πιο αναλυτικά στοιχεία όσον αφορά στην προσδοκώμενη επέκταση της αγοράς, η οποία διαιρείται σε τέσσερις κατηγορίες: σε μηδενική, οριακή, μέση και μέγιστη επέκταση. Είμαστε έτσι σε θέση να διακρίνουμε ανάμεσα σε τέσσερις βαθμούς “καινοτομικότητας” των νέων εγχειρημάτων. Για κάθε ένα από αυτά τα επίπεδα επέκτασης της αγοράς καταγράφονται τα εγχειρήματα που εμπίπτουν σε αυτό, ως ποσοστό της Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας.

Πίνακας 2.3

*Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα και βαθμός επέκτασης της αγοράς
(% συμμετοχής στη συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα, ΤΕΑ 2004)*

	ΤΕΑ04	Μηδενική	Οριακή	Μεση	Μέγιστη		ΤΕΑ04	Μηδενική	Οριακή	Μεση	Μέγιστη
Βέλγιο	3,47	60,0%	22,4%	13,5%	4,3%	Ιταλία	4,32	47,7%	47,8%	3,4%	1,0%
Κροατία	3,73	62,1%	20,4%	14,5%	3,0%	Ολλανδία	5,11	60,2%	29,8%	6,3%	3,6%
Δανία	5,31	47,1%	39,3%	8,9%	4,8%	Νορβηγία	6,98	55,7%	30,7%	9,8%	3,8%
Φινλανδία	4,39	69,8%	23,9%	6,4%	0,0%	Πολωνία	8,83	64,1%	21,8%	10,7%	3,4%
Γαλλία	6,03	56,6%	22,9%	16,2%	4,4%	Πορτογαλία	3,95	67,7%	26,8%	5,6%	0,0%
Γερμανία	5,07	58,3%	23,9%	14,9%	2,9%	Σλοβενία	2,6	47,2%	38,1%	9,9%	4,7%
Ελλάδα	5,77	43,0%	30,2%	18,0%	8,8%	Ισπανία	5,15	72,8%	19,5%	5,6%	2,1%
Ουγγαρία	4,29	52,8%	18,2%	28,5%	0,7%	Σουηδία	3,71	61,4%	23,2%	7,5%	6,9%
Ισλανδία	13,57	50,9%	25,3%	14,7%	9,0%	Ην.Βασίλειο	6,25	52,1%	28,4%	14,1%	5,4%
Ιρλανδία	7,7	45,1%	40,8%	10,8%	3,3%						

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

¹⁶ Δυστυχώς το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM δεν παρέχει διεθνικά συγκριτικά στοιχεία σε αυτό το ζήτημα, άρα δεν είναι δυνατή η εξαγωγή συμπερασμάτων για την σχετική θέση της Ελλάδας στην υιοθέτηση από τους νέους επιχειρηματίες των νέων τεχνολογιών.

Τα δεδομένα αυτά αντανakλούν μιαν ακόμα ενθαρρυντικότερη εικόνα για την επιχειρηματική δραστηριότητα στη χώρα μας. Ανάμεσα σε 19 ευρωπαϊκές χώρες, η Ελλάδα εμφανίζει το μικρότερο ποσοστό (43%) μηδενικής επέκτασης της αγοράς. Με άλλα λόγια, μόνο το 43% των επίδοξων επιχειρηματιών και των ιδιοκτητών νέων επιχειρήσεων δήλωσαν ότι η δραστηριότητά τους δεν συμβάλλει στην επέκταση της αντίστοιχης αγοράς. Μάλιστα, η επέκταση της αγοράς που επιτυγχάνεται δεν είναι απλώς οριακή αλλά σημαντική, όπως φαίνεται από την επίδοση της χώρας στις κατηγορίες της μέσης και της μέγιστης επέκτασης. Και στις δύο κατηγορίες η Ελλάδα καταλαμβάνει τη δεύτερη θέση στην Ευρώπη (18%, μετά την Ουγγαρία που είναι στην πρώτη θέση με 28,5% στην κατηγορία της μέσης επέκτασης και 8,8% έναντι της Ισλανδίας που είναι πρώτη με 9% στην κατηγορία της μέγιστης επέκτασης).

Το τρίτο κριτήριο του Δείκτη Επιχειρηματικότητας Υψηλών Δυνατοτήτων αφορά στον εξαγωγικό προσανατολισμό των νέων εγχειρημάτων και πιο συγκεκριμένα, αφορά στο ποσοστό των πελατών τους που βρίσκονται εκτός των συνόρων κάθε συγκεκριμένης χώρας.

Πίνακας 2.4

Εξαγωγικός προσανατολισμός της Συνολικής Επιχειρηματικής δραστηριότητας (TEA 2004)

	TEA 04	TEA 04 με >10% εξαγωγές (TEA-EXP)	TEA-EXP / TEA 04		TEA 04	TEA 04 με >10% εξαγωγές (TEA-EXP)	TEA-EXP / TEA 04
Βέλγιο	3,47	0,60	17,4%	Ιταλία	4,32	0,91	21,1%
Κροατία	3,73	0,25	6,8%	Ολλανδία	5,11	0,55	10,7%
Δανία	5,31	0,35	6,6%	Νορβηγία	6,98	0,29	4,2%
Φινλανδία	4,39	0,44	10,0%	Πολωνία	8,83	0,42	4,7%
Γαλλία	6,03	0,39	6,5%	Πορτογαλία	3,95	0,21	5,3%
Γερμανία	5,07	0,22	4,4%	Σλοβενία	2,6	0,32	12,2%
Ελλάδα	5,77	0,61	10,6%	Ισπανία	5,15	0,31	6,1%
Ουγγαρία	4,29	0,30	6,9%	Σουηδία	3,71	0,31	8,3%
Ισλανδία	13,57	1,79	13,2%	Ην.Βασίλειο	6,25	0,75	12,0%
Ιρλανδία	7,7	1,08	14,0%				

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Όπως φαίνεται στον Πίνακα 2.4, το ποσοστό της συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα που αφορά εγχειρήματα με εξαγωγικό προσανατολισμό φτάνει το 10,6% και η χώρα κατατάσσεται στην 8η θέση (σε 19 χώρες) ξεπερνώντας ελαφρά τον ευρωπαϊκό μέσο (9,5%). Αυτό σημαίνει ότι μία στις δέκα ελληνικές επιχειρηματικές πρωτοβουλίες που βρίσκονται στη φάση της έναρξης (θα) κατευθύνει πάνω από το 10% των πωλήσεών της στη διεθνή αγορά.

Συνοψίζοντας: από τα τρία κριτήρια, τα οποία συνθέτουν τον Δείκτη Επιχειρηματικότητας Υψηλών Δυνατοτήτων, η χώρα μας εμφανίζει πολύ καλή επίδοση στο ένα (επέκταση της αγοράς), μεσαία στο δεύτερο (εξαγωγικός προσανατολισμός) και χαμηλή στο τρίτο (δημιουργία απασχόλησης). Ωστόσο, πρέπει να επισημανθεί ότι η χαμηλή επίδοση στο τελευταίο κριτήριο οφείλεται στο «κατώφλι» το οποίο έχει θέσει αυθαίρετα το ερευνητικό πρόγραμμα. Η ανάλυση έδειξε ότι, για τα ελληνικά δεδομένα, οι νέοι επιχειρηματίες προσδοκούν σημαντική αύξηση της απασχόλησης στο κλιμάκιο 1-19 θέσεων εργασίας, ενώ είναι χαμηλό (για τα ευρωπαϊκά δεδομένα) το ποσοστό εκείνων που δεν προσδοκούν τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Με άλλα λόγια, ίσως το ύψος του Δείκτη Επιχειρηματικότητας Υψηλών Δυνατοτήτων να περιγράφει μια περισσότερο αρνητική εικόνα στην περίπτωση της Ελλάδας, από αυτήν που μπορεί να εξηγηθεί από την αναλυτικότερη εξέταση των δεδομένων.

2.3 Υψηλές δυνατότητες και τομεακή διάσταση της επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα υψηλών δυνατοτήτων διαφοροποιείται σημαντικά στους τομείς όπου εκδηλώνεται η επιχειρηματική δραστηριότητα. Συγκεκριμένα, τα τρία κριτήρια με τα οποία ορίζεται αυτή αναλύονται ως εξής:

Πρώτον, όσον αφορά την **επέκταση της αγοράς**, τα σχετικά δεδομένα παρουσιάζονται στον Πίνακα 2.5 ο οποίος καταγράφει τον βαθμό επέκτασης αγοράς που αναμένεται να επιτύχουν τα εγχειρήματα που εκδηλώνονται σε κάθε τομέα. Από τα δεδομένα αυτά προκύπτουν τα ακόλουθα:

1) Λιγότερα από τα μισά εγχειρήματα (47,5%) οδηγούν σε μηδενική επέκταση της αγοράς. Αντίστροφα, πάνω από τα μισά εγχειρήματα –πάντα βέβαια κατά την προσωπική άποψη των ίδιων των επιχειρηματιών- πρόκειται να περιέχουν, έστω και μικρές, καινοτομίες. 2) Το ένα τέταρτο περίπου των εγχειρημάτων, ανεξαρτήτως τομέα δραστηριότητας, εκτιμάται ότι οδηγούν σε μέτρια (18,3%) ή / και σημαντική (5,8%) επέκταση της αγοράς. Ωστόσο, εστιάζοντας στην τομεακή διάσταση του ζητήματος, διαπιστώνεται η μικρή καινοτομική δραστηριότητα στην Πρωτογενή Δραστηριότητα. Το γεγονός αυτό είναι βέβαια αναμενόμενο, με δεδομένη τη συζήτηση για την τομεακή διάσταση της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην περίπτωση της χώρας μας. 3) Τόσο στον κλάδο της μεταποίησης, όσο και των αγαθών και υπηρεσιών προς τους καταναλωτές, περίπου τα μισά εγχειρήματα δεν δημιουργούν οποιαδήποτε επέκταση της αγοράς. Αντίθετα, στον κλάδο των υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις, πάνω από το 80% των εγχειρημάτων έχουν κάποια, έστω και μικρή, καινοτομική επίπτωση στην επέκταση της αγοράς.

¹⁷ Με δεδομένο ότι τα δεδομένα προέρχονται από την έρευνα του πληθυσμού, αξίζει να υπενθυμίσουμε ότι πρόκειται για τις υποκειμενικές εκτιμήσεις των επιχειρηματιών σχετικά με την καινοτομικότητα των εγχειρημάτων τους.

Πίνακας 2.5

Ποσοστιαία διάρθρωση Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας
ανά κλάδο και βαθμό επέκτασης αγοράς¹⁷. (TEA, 2004)

Επέκταση αγοράς	Πρωτογενής δραστηριότητα	Μεταποιητική δραστηριότητα*	Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις	Προϊόντα / Υπηρεσίες προς καταναλωτές	Σύνολο
Καμία	1,7	15,0	2,5	28,3	47,5
Μικρή	1,7	6,7	8,3	11,7	28,3
Μέτρια		5,8	5,0	7,5	18,3
Μεγάλη		1,7	1,7	3,4	5,8
Σύνολο	3,4	28,3	17,5	50,8	100,0

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Δεύτερον, όσον αφορά τη δεύτερη συνιστώσα του Δείκτη επιχειρηματικότητας υψηλών δυνατοτήτων, την αναμενόμενη (μετά από μια πενταετία) επίπτωση στην απασχόληση, τα δεδομένα παρουσιάζονται στον Πίνακα 2.6.

Πίνακας 2.6

Ποσοστιαία διάρθρωση Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (TEA 2004)
ανά κλάδο και βαθμό δημιουργίας απασχόλησης σε πέντε χρόνια

Θέσεις εργασίας	Πρωτογενής δραστηριότητα	Μεταποιητική δραστηριότητα*	Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις	Προϊόντα / Υπηρεσίες προς καταναλωτές	Σύνολο
Καμία		8,9	1,8	14,3	25,0
1 έως 5	1,8	16,0	10,7	32,1	60,7
6 έως 19		5,3	3,6	1,8	10,7
20 και πάνω		1,9	1,8		3,6
Σύνολο	1,8	32,1	18,0	48,2	100,0

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Τα βασικά συμπεράσματα που προκύπτουν είναι τα ακόλουθα: 1) Στο 75% των επιχειρημάτων αναμένεται να υπάρξει κάποια θετική επίπτωση στην απασχόληση κατά την επόμενη πενταετία. Βεβαίως, σχεδόν 61% των επιχειρηματιών προβλέπουν μικρή αύξηση της απασχόλησης, μεταξύ δηλαδή μιας και πέντε θέσεων. 2) Στον πρωτογενή τομέα, οι αναμενόμενες νέες θέσεις εργασίας που θα προκύψουν από επιχειρηματική δραστηριότητα είναι αμελητέες, πράγμα αναμενόμενο με βάση τη διαρκή συρρίκνωση του αγροτικού

τομέα στην χώρα μας κατά την τελευταία δεκαετία. 3) Χαμηλά είναι τα ποσοστά εγχειρημάτων που προβλέπουν αύξηση της απασχόλησης και στον τομέα της μεταποίησης, και μάλιστα με τη μεγάλη πλειοψηφία να καταγράφεται στο κλιμάκιο των 1-5 θέσεων. 4) Στις υπηρεσίες προς τον τελικό καταναλωτή, το ένα τρίτο των εγχειρημάτων προβλέπουν δημιουργία απασχόλησης κυρίως στην περιοχή 1-5 ατόμων. 4) Στον τομέα των υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις, καταγράφεται το μικρότερο ποσοστό εγχειρημάτων που προβλέπουν μηδενική δημιουργία απασχόλησης.

Τρίτον, σχετικά με το τρίτο κριτήριο του Δείκτη επιχειρηματικότητας υψηλών δυνατοτήτων που αφορά στον **εξαγωγικό προσανατολισμό** των νέων εγχειρημάτων (Πίνακας 2.7), παρατηρούνται τα ακόλουθα.

Πίνακας 2.7

*Ποσοστιαία διάθρωση Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (ΤΕΑ, 2004)
ανά κλάδο και εξαγωγικό προσανατολισμό*

Ποσοστό εξαγωγών	Πρωτογενής δραστηριότητα	Μεταποιητική δραστηριότητα*	Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις	Προϊόντα / Υπηρεσίες προς καταναλωτές	Σύνολο
Μηδέν	0,9	17,6	8,3	24,1	50,9
1 έως 24%	0,9	8,3	7,4	17,6	34,3
25 έως 74%	0,9	1,8	2,7	4,6	10,1
75 έως 100%		0,9	0,9	2,7	4,6
Σύνολο	2,7	28,7	19,4	49,1	100,0

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

1) Το 50% των νέων εγχειρημάτων έχουν κάποιον, έστω μικρό, εξαγωγικό προσανατολισμό. 2) Στον τομέα των υπηρεσιών προς επιχειρήσεις τα εγχειρήματα με εξαγωγικό προσανατολισμό είναι υπερδιπλάσια εκείνων που απευθύνονται αποκλειστικά στην εσωτερική αγορά. Για άλλη μια φορά δε η σχέση είναι υψηλότερη σε αυτό τον τομέα σε σύγκριση με τους άλλους δύο (μεταποίηση και υπηρεσίες προς καταναλωτές).

Ένα πρόσθετο στοιχείο που καθορίζει την ποιότητα των εγχειρημάτων είναι κατά πόσο ενσωματώνουν ή σχεδιάζουν να ενσωματώσουν **νέες τεχνολογίες**. Για να εντοπιστεί το δεδομένο αυτό, οι συμμετέχοντες στην έρευνα πληθυσμού ερωτώνται αν η τεχνολογία που χρησιμοποιείται στο επιχειρηματικό τους εγχείρημα ήταν διαθέσιμη για διάστημα μεγαλύτερο του έτους πριν από τη διενέργεια της έρευνας. Οι απαντήσεις, παρ' όλο που

Πίνακας 2.8
Κλάδος και τεχνολογικό επίπεδο (2003-2004)

Τεχνολογία προ ενός έτους	Πρωτογενής δραστηριότητα	Μεταποιητική δραστηριότητα*	Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις	Προϊόντα/ Υπηρεσίες προς καταναλωτές
Διαθέσιμη	71%	81%	62%	80%
Μη διαθέσιμη	29%	19%	38%	20%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

αντιπροσωπεύουν τις προσωπικές απόψεις των ερωτώμενων, εν τούτοις αποδίδουν μια αίσθηση της τεχνολογικής καινοτομικότητας των συγκεκριμένων επιχειρηματικών δράσεων, καθώς αποκαλύπτουν τη συγκεκριμένη ηλικία της τεχνολογίας που χρησιμοποιείται.

Καταρχάς καταγράφεται ένα σημαντικό ποσοστό (29%) τεχνολογικά προηγμένων εγχειρημάτων που αφορούν τον πρωτογενή τομέα, το οποίο αποτελεί ένδειξη ότι ο τομέας αυτός είναι αναβαθμίσιμος τεχνολογικά, πράγμα που σημαίνει ότι παρ' όλη τη μικρή σημασία του ως χώρου εκδήλωσης επιχειρηματικότητας, θα ήταν λάθος να θεωρηθεί ότι δεν είναι σε θέση να προσελκύσει καινοτομικά εγχειρήματα¹⁸. Επιπροσθέτως, και στο ζήτημα της τεχνολογίας καταγράφεται η υπεροχή του τομέα των υπηρεσιών προς επιχειρήσεις. Στον τομέα αυτό εμφανίζεται το υψηλότερο ποσοστό (38%) προηγμένων τεχνολογικά εγχειρημάτων. Η σημασία της ενίσχυσης των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στο συγκεκριμένο τομέα, στο πλαίσιο μιας πολιτικής ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, έχει επανειλημμένα αναφερθεί. Το τελευταίο συμπέρασμα ενισχύει την άποψη αυτή και καταδεικνύει την κατεύθυνση της τεχνολογικής αναβάθμισης που πρέπει να έχει η πολιτική αυτή.

¹⁸ Στην Εθνική Έκθεση για το 2003, επισημαίναμε τη σημασία π.χ. των βιολογικών καλλιεργειών για την περίπτωση της Ελλάδας. Βλέπε Ιωαννίδης (2004).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Η αποτελεσματικότητα της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε μια χώρα, και άρα οι επιπτώσεις της στην οικονομική ανάπτυξη, εξαρτάται από την δυνατότητα των επίδοξων επιχειρηματιών να συγκεντρώνουν τους πόρους που απαιτούνται για την υλοποίηση των σχεδίων τους. Επιχειρηματικότητα σημαίνει βέβαια πάνω απ' όλα πειραματισμό και ανάληψη κινδύνων. Είναι λοιπόν αναμενόμενο ότι το κύριο βάρος των πόρων που απαιτούνται για την υλοποίηση ενός επιχειρηματικού σχεδίου θα το φέρει ο ίδιος ο επίδοξος επιχειρηματίας. Ωστόσο, η σύγχρονη έρευνα για την επιχειρηματικότητα έχει υποστηρίξει πειστικά ότι η επιχειρηματική ικανότητα δεν ταυτίζεται απαραίτητα με την ιδιοκτησία πόρων¹⁹. Άρα, οι επιπτώσεις της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην οικονομική ανάπτυξη θα είναι πολύ θετικότερες, όσο ευκολότερη είναι η πρόσβαση των επίδοξων επιχειρηματιών στην χρηματοδότηση.

Το ζήτημα της χρηματοδότησης είχε απασχολήσει την ερευνητική ομάδα του IOBE ήδη από το 2003, την πρώτη δηλαδή χρονιά ελληνικής συμμετοχής στο GEM. Έτσι, το πέμπτο Κεφάλαιο της Εθνικής Έκθεσης για το 2003 αφορούσε ειδικά το ζήτημα της χρηματοδότησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας στη χώρα μας. Το γεγονός ότι το 2004 ήταν το δεύτερο έτος ελληνικής συμμετοχής στο GEM δίνει τη δυνατότητα να διερευνηθεί το ζήτημα πολύ αναλυτικότερα, για δυο λόγους. Ο πρώτος είναι ότι υπάρχει τώρα η δυνατότητα διεθνικών συγκρίσεων, τουλάχιστον σχετικά με κάποιες μεταβλητές κεντρικής σημασίας για το θέμα της χρηματοδότησης. Ο δεύτερος λόγος είναι ότι, ενοποιώντας τα δεδομένα για τα δύο έτη (2003 και 2004), τουλάχιστον για κάποιες μεταβλητές για τις οποίες δεν είναι λογικό να αναμένουμε σοβαρές διαχρονικές διαφορές, η ανάλυση μπορεί να βασιστεί σε ένα πολύ πιο αξιόπιστο σύνολο δεδομένων, πράγμα που επιτρέπει υψηλότερο βαθμό ανάλυσης συγκριτικά με το προηγούμενο έτος.

Το παρόν κεφάλαιο, το οποίο βασίζεται σε αυτή τη μεγαλύτερη αναλυτική δυνατότητα, περιλαμβάνει: α) τη διερεύνηση των χρηματοδοτικών αναγκών των νέων εγχειρημάτων στη χώρα μας, β) τις πηγές χρηματοδότησης και γ) ανάλυση των χαρακτηριστικών των λεγόμενων «άτυπων» επενδυτών.

3.1 Οι κεφαλαιακές ανάγκες των νέων εγχειρημάτων

Το ύψος των κεφαλαίων που απαιτούνται για την έναρξη κάποιου είδους επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα διαφοροποιείται ανάλογα με τα κίνητρα, τις αναπτυξιακές προοπτικές των εγχειρημάτων και τον κλάδο στον οποίο εκδηλώνονται. Στον Πίνακα

¹⁹ Βλέπε Kirzner (1997).

3.1 που ακολουθεί εμφανίζεται η κατανομή των επενδυτικών δαπανών των νέων εγχειρημάτων ανάλογα με το προσδοκώμενο ύψος της επένδυσης, το οποίο έχει κατανεμηθεί σε τρία κλιμάκια: κάτω των 20.000 €, μεταξύ 20.000 και 100.000 € και άνω των 100.000 €.

Πίνακας 3.1
*Επενδύσεις σε επιχειρήσεις που βρίσκονταν στην φάση της ίδρυσης
κατά την περίοδο 2003 – 2004 στην Ελλάδα*

Κλιμάκιο Επένδυσης (σε €)	Ποσοστιαία κατανομή αριθμού επιχειρήσεων	Μέσος Όρος Επένδυσης (σε €)	Εκτιμώμενο Σύνολο Επένδυσης Κλιμακίου (σε εκατ. €)
≥20.000	31,6%	11 458	782,67
20.000-100.000	50,6%	45 150	4998,31
>100.000	17,7%	330 077	12066,78
Σύνολο	100%	83 260	17847,76

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Από τα δεδομένα αυτά προκύπτουν τα ακόλουθα: πρώτον, παρατηρείται ότι πάνω από τα μισά από τα νέα εγχειρήματα απαιτούν μια σχετικά μικρή επένδυση (2ο κλιμάκιο), παρατήρηση σημαντική για το σχεδιασμό πολιτικών ενίσχυσης της επιχειρηματικής δραστηριότητας, δεδομένου ότι περιγράφει τις κεφαλαιακές ανάγκες της μεγάλης πλειοψηφίας των νέων εγχειρημάτων. Δεύτερον, σχεδόν το 20% των νέων εγχειρημάτων απαιτούν μια «μεγάλη» επένδυση, για τα ελληνικά δεδομένα. Μάλιστα, αν ληφθεί υπόψη ότι καταγράφονται εδώ εγχειρήματα που είτε έχουν μόλις ξεκινήσει, είτε βρίσκονται ακόμα σε εξαιρετικά νεαρή ηλικία, το γεγονός ότι απαιτούν κατά μέσο όρο επένδυση 330.000 € σημαίνει ότι αντιπροσωπεύουν σημαντικότερες εισροές στην παραγωγική διαδικασία. Τρίτον, η σημασία αυτών των εισροών (και για τα τρία κλιμάκια) φαίνεται από το άθροισμα της τρίτης στήλης του Πίνακα. Το σύνολο των επενδύσεων σε νέα εγχειρήματα ανέρχεται στα 17,85 δισ. € για τα δύο χρόνια (2003 και 2004). Άρα, σε ετήσια βάση, το σύνολο αυτών των επενδύσεων κινείται γύρω στο 5% του ΑΕΠ τη χώρας.

Το ύψος της αρχικής επένδυσης διαφοροποιείται βέβαια σε σημαντικό βαθμό ανάλογα με τις προοπτικές κάθε νέου εγχειρήματος. Για παράδειγμα, εγχειρήματα που έχουν ως κίνητρο την ευκαιρία θα έχουν υψηλότερη επένδυση εκκίνησης από εγχειρήματα με κίνητρο την ανάγκη. Η επιχειρηματικότητα με κίνητρο την ευκαιρία έχει μοναδικό περιορισμό το μέγεθος της αγοράς στην οποία απευθύνεται, άρα οι κεφαλαιακές της ανάγκες θα είναι μεγαλύτερες εκεί όπου οι προοπτικές ανάπτυξης είναι υψηλές. Αντίθετα, τα εγχειρή-

ματα που έχουν κίνητρο την ανάγκη στοχεύουν κυρίως στον ατομικό –και οικογενειακό βέβαια- βιοπορισμό του ιδρυτή τους, πράγμα που σημαίνει ότι οι κεφαλαιακές ανάγκες τους θα είναι μικρότερες. Η διαφοροποίηση ανάμεσα στα κίνητρα των νέων εγχειρημάτων αποδίδεται ποσοτικά στον Πίνακα 3.2, τα δεδομένα του οποίου δείχνουν ότι οι επιχειρηματίες που δήλωσαν ως βασικό τους κίνητρο την εκμετάλλευση μιας ευκαιρίας χρειάστηκαν περίπου 50% μεγαλύτερη αρχική επένδυση από εκείνους που είχαν ως βασικό κίνητρο την ανάγκη.

Πίνακας 3.2

*Μέσο ύψος πραγματοποιούμενης επένδυσης σε νέες επιχειρήσεις (2003-2004)
ανάλογα με τα κίνητρα του επίδοξου επιχειρηματία*

Κίνητρο έναρξης νέας επιχείρησης	Μέσος Όρος Επένδυσης (σε €)
Εκμετάλλευση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας	92. 714
Δεν υπάρχουν καλύτερες επιλογές για εργασία	65. 222

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

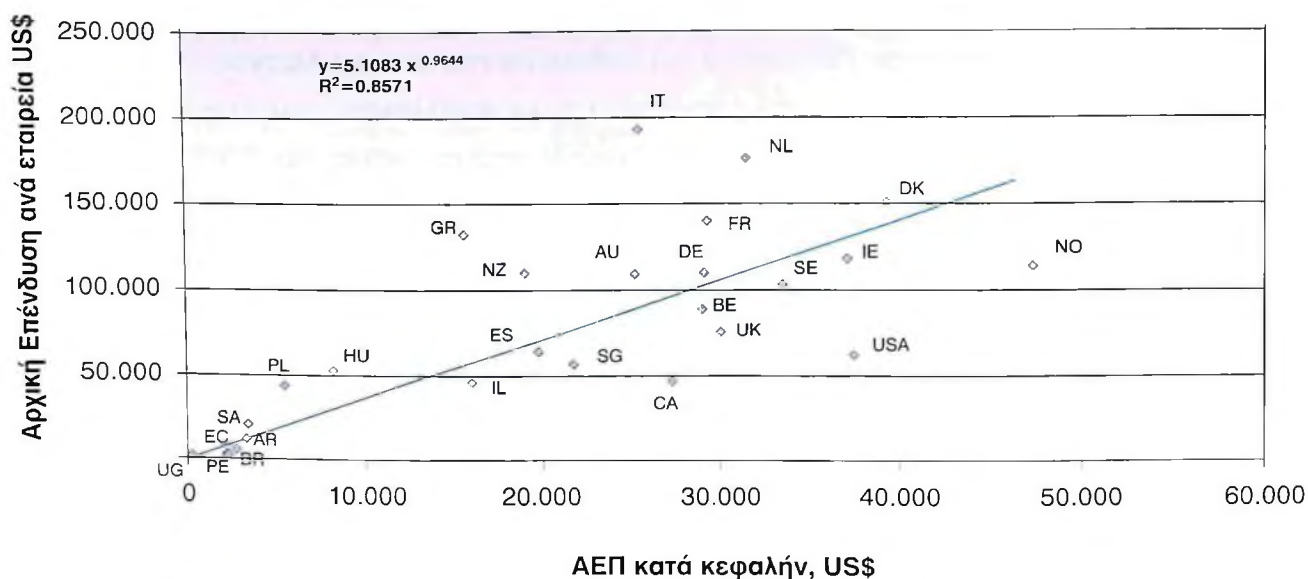
Τα παραπάνω συμπεράσματα προκύπτουν από την επεξεργασία αποκλειστικά των ελληνικών δεδομένων όπως προέκυψαν από την έρευνα του πληθυσμού. Υπάρχει όμως η δυνατότητα να συγκριθούν κάποια από αυτά τα δεδομένα με τα αντίστοιχα διεθνή. Έτσι, αν συγκριθεί ο μέσος όρος της επένδυσης σε νέα εγχειρήματα στη χώρα μας με τον γενικό μέσο όρο των χωρών του GEM για το 2004, προκύπτει ότι η μέση επένδυση που απαιτείται για την εκκίνηση μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα είναι διπλάσια του παγκόσμιου μέσου όρου (€ 108.729 το 2004 στη Ελλάδα, \$ 53.673 στον κόσμο)²⁰.

Η επένδυση που απαιτείται για την εκκίνηση ενός νέου εγχειρήματος είναι λογικό να εξαρτάται από μια σειρά εθνικούς παράγοντες όπως το επίπεδο ανάπτυξης μιας χώρας, το γενικό επίπεδο των τιμών, το επίπεδο των μισθών κ.α. Για μια πιο αξιόπιστη διεθνική σύγκριση, συσχετίζεται το ύψος της αρχικής επένδυσης σε κάθε χώρα με το αντίστοιχο κατά κεφαλήν ΑΕΠ. Τα σχετικά δεδομένα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 3.1, στον κάθετο άξονα του οποίου καταγράφεται το ύψος της μέσης αρχικής επένδυσης, ενώ στον οριζόντιο το κατά κεφαλή ΑΕΠ. Ας σημειωθεί ότι το Διάγραμμα αυτό έχει βασιστεί στα δεδομένα μόνο του 2004.

²⁰ Βλέπε Bygrave and Hunt (2005, σ. 16).

Διάγραμμα 3.1

Σχέση αρχικής επένδυσης ανά εταιρεία και κατά κεφαλήν ΑΕΠ (2004)



R2 είναι το τμήμα της διακύμανσης της εξαρτημένης που εξηγείται από την ανεξάρτητη μεταβλητή στην προτεινόμενη σχέση. Η τιμή 0.8571 του R2 φανερώνει ότι 85.71% της διακύμανσης της αρχικής επένδυσης εξηγείται από το κατά κεφαλήν ΑΕΠ.

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Η Ελλάδα βρίσκεται αρκετά υψηλότερα από την ευθεία της παλινδρόμησης που προκύπτει από τα δεδομένα. Αυτό σημαίνει ότι η εκκίνηση ενός νέου εγχειρήματος είναι μια σχετικά «ακριβότερη» υπόθεση στη χώρα μας, σε σχέση με το κατά κεφαλήν ΑΕΠ. Η κατάσταση βέβαια είναι αντίθετη για τις χώρες που βρίσκονται χαμηλότερα από την ευθεία της παλινδρόμησης. Για αυτές τις χώρες η εκκίνηση ενός νέου εγχειρήματος είναι μια υπόθεση πιο «φτηνή», άρα ένα άτομο πιο εύκολα μπορεί να προσανατολιστεί στην επιχειρηματική δραστηριότητα, τουλάχιστον σε σύγκριση με την πρώτη ομάδα χωρών.

Η εικόνα που προκύπτει για τη σχέση μεταξύ αρχικής επένδυσης και κατά κεφαλήν ΑΕΠ στην Ελλάδα είναι βέβαια αποτέλεσμα πολλών παραγόντων, οι οποίοι συζητούνται σταθερά στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια και σχετίζονται με τα υψηλά κόστη που δημιουργούνται από το κανονιστικό πλαίσιο της επιχειρηματικής δραστηριότητας στη χώρα μας. Τέτοιοι παράγοντες επισημαίνονται επίσης από τους ειδικούς σε θέματα επιχειρηματικότητας που πήραν μέρος στην έρευνα του GEM.

Ωστόσο, πέρα από την εξήγηση της εικόνας της χώρας μας, το εύρημα ότι η εκκίνηση ενός νέου εγχειρήματος στην Ελλάδα είναι σχετικώς υψηλή έχει ιδιαίτερη αξία, δεδομένου ότι προσανατολίζει τον σχεδιασμό πολιτικών ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας προς ένα σημαντικό αρνητικό παράγοντα που πρέπει να αντιμετωπιστεί.

3.2 Χρηματοδότηση και μορφές της επιχειρηματικότητας

Οι κεφαλαιακές ανάγκες των νέων εγχειρημάτων διαφοροποιούνται ανάλογα με τα χαρακτηριστικά κάθε συγκεκριμένου εγχειρήματος, αλλά και τον τομέα στον οποίο εκδηλώνεται. Σε αυτή την ενότητα θα διερευνηθεί η συσχέτιση μεταξύ του ύψους των επενδύσεων σε νέα εγχειρήματα με δύο από τα πιο σημαντικά (τεχνολογία, απασχόληση) από τα κριτήρια της επιχειρηματικότητας υψηλών δυνατοτήτων που χρησιμοποιήθηκαν στο Κεφάλαιο 2, καθώς και με τον τομέα οικονομικής δραστηριότητας στον οποίο δραστηριοποιούνται.

Χρηματοδότηση, τεχνολογία και απασχόληση

Ένας πρώτος παράγοντας που προσδιορίζει το αναπτυξιακό αποτέλεσμα της επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι βέβαια η τεχνολογική αναβάθμιση. Όπως έχει ήδη συζητηθεί στο Κεφάλαιο 2, κατά την έρευνα του πληθυσμού οι επιχειρηματίες του δείγματος ρωτήθηκαν κατά πόσο η τεχνολογία/διαδικασίες που χρησιμοποιούν στο εγχείρημά τους ήταν ήδη διαθέσιμη ένα χρόνο πριν από τη διεξαγωγή της έρευνας. Αυτό που ενδιαφέρει εδώ είναι η συσχέτιση των απαντήσεων με το ύψος της αρχικής επένδυσης του αντίστοιχου εγχειρήματος. Με άλλα λόγια, θα πρέπει να διερευνηθεί αν η τεχνολογική αναβάθμιση είναι μια διαδικασία «ακριβή» ή, αντίθετα, αν πρόκειται για διαδικασία προσβάσιμη ακόμα και για εγχειρήματα με σχετικά χαμηλή αρχική επένδυση. Τα σχετικά δεδομένα παρουσιάζονται στον Πίνακα 3.3 που ακολουθεί.

Πίνακας 3.3

*Ποσοστό επιχειρηματικής δραστηριότητας (2003-2004)
που χρησιμοποιεί τεχνολογία / διαδικασίες που δεν ήταν διαθέσιμες ένα χρόνο πριν
από τη στιγμή της έρευνας ανά κλιμάκιο ύψους επένδυσης*

Κλιμάκιο επένδυσης	Ποσοστό επιχειρηματικών περιπτώσεων με νέα τεχνολογία / διαδικασίες
≤ 20.000 €	32,0%
20.001-100.000 €	27,5%
> 100.000 €	28,6%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Η σχεδόν ισομερής ποσοστιαία κατανομή των περιπτώσεων στα τρία χρησιμοποιούμενα κλιμάκια επένδυσης είναι ενδιαφέρουσα και οδηγεί σε δύο σκέψεις. Από τη μια πλευρά, πρόκειται για αποτέλεσμα που έχει σχέση με τον γενικό χαρακτήρα των ραγδαίων τεχνολογικών εξελίξεων των τελευταίων δύο δεκαετιών, ιδιαίτερα στον τομέα των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών. Πράγματι, οι τεχνολογίες αυτές είναι τεχνολογίες υποδομής, διέπουν οριζόντια διάφορους κλάδους επιχειρηματικής δραστηριοποίησης, ενώ η ενσωμάτωσή τους στις επιχειρηματικές λειτουργίες επιφέρει σημαντικά αποτελέσματα σε επίπεδο παραγωγικότητας και ανταγωνιστικότητας. Παράλληλα, έχει σταδιακά επέλθει μία σημαντική μείωση των τιμών απόκτησης και χρήσης αυτών των τεχνολογιών με αποτέλεσμα να δημιουργείται ένα κατώφλι πρόσβασης, προσιτό ακόμα και για πολύ μικρές επιχειρήσεις.

Από την άλλη πλευρά, το γεγονός ότι ακόμα και πολύ μικρές επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να ξεκινήσουν τη λειτουργία τους χρησιμοποιώντας σχετικά προηγμένες τεχνολογικές λύσεις δεν μπορεί παρά να καταγραφεί στα θετικά της επιχειρηματικής δραστηριότητας στη χώρα μας.

Μία από τις σημαντικότερες επιπτώσεις της επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι βέβαια η αύξηση της απασχόλησης. Οι επιχειρηματίες του δείγματος ρωτήθηκαν σχετικά με τις προσδοκίες τους για τη δημιουργία νέας απασχόλησης πέντε χρόνια μετά την εκκίνηση του εγχειρήματός τους. Το ερώτημα που ενδιαφέρει να διερευνηθεί εδώ είναι η σχέση ανάμεσα στις προσδοκίες για τη δημιουργία απασχόλησης και το ύψος της αρχικής επένδυσης.

Πίνακας 3.4

Ποσοστιαία διάρθρωση επιχειρηματικής δραστηριότητας (2003-2004) με βάση τις προοπτικές απασχόλησης σε πέντε χρόνια από τη στιγμή της έρευνας, ανά κλιμάκιο ύψους επένδυσης

Κλιμάκιο επένδυσης	Καμία θέση εργασίας*	Μία με πέντε θέσεις εργασίας	Έξι με 19 θέσεις εργασίας	Πάνω από 19 θέσεις εργασίας	Σύνολο
≤ 20.000 €	18,1	54,5	18,1	9	100%
20.001-100.000 €	17,8	50	25	7,1	100%
> 100.000 €	0	40	30	30	100%

* εκτός δηλαδή από τον ίδιο τον επενδυτή / απασχολούμενο

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Όπως προκύπτει από τα δεδομένα του Πίνακα 3.4, οι διαφορές φαίνεται να είναι ασήμαντες ανάμεσα στα δύο πρώτα κλιμάκια, και για όλα τα επίπεδα της προσδοκώμενης αύξησης της απασχόλησης. Με άλλα λόγια, περίπου εννιά στα δέκα νέα εγχειρήματα με

αρχική επένδυση μέχρι 100.000 € δεν προσδοκούν ότι θα δημιουργήσουν πάνω από 19 νέες θέσεις εργασίας σε βάθος πενταετίας. Η κατάσταση δεν εμφανίζεται δραματικά καλύτερη για εγχειρήματα αρχικής επένδυσης άνω των 100.000 €, όπου η προσδοκία για 20 και πλέον νέες θέσεις εργασίας ανεβαίνει μόλις στο 30%. Ωστόσο, μολονότι αυτό το εύρημα θα ήταν απόλυτα αναμενόμενο αν η ερώτηση αφορούσε την άμεση δημιουργία απασχόλησης, δημιουργεί ερωτηματικά το γεγονός ότι πολύ λίγα εγχειρήματα, και μάλιστα ακόμα και εκείνα που ξεκινούν με υψηλές αρχικές επενδύσεις, προσδοκούν μεγέθυνση τέτοια που να οδηγεί σε σημαντική αύξηση της απασχόλησης σε βάθος πενταετίας.

Από την άλλη πλευρά, το μεγαλύτερο ποσοστό των εγχειρημάτων και των τριών κλιμακίων προσδοκά αύξηση της απασχόλησης μεταξύ μόλις μιας και πέντε θέσεων εργασίας σε βάθος πενταετίας. Η σχέση μεταξύ του ύψους της επένδυσης και των θέσεων εργασίας επιβεβαιώνει τη διαπίστωση για το χαμηλό «περιεχόμενο απασχόλησης» της ελληνικής ανάπτυξης, και μάλλον ενισχύει την άποψη που υποστηρίζει την αποσύνδεση των επενδυτικών κινήτρων από τις θέσεις εργασίας.

Χρηματοδότηση και τομέας επιχειρηματικής δραστηριότητας

Το ύψος της αρχικής επένδυσης θα εξαρτάται επίσης από τον τύπο του εγχειρήματος, τουλάχιστον ως προς τον τομέα στον οποίο δραστηριοποιείται. Ο Πίνακας 3.5 που ακολουθεί καταγράφει τα σχετικά δεδομένα, τα οποία βασίζονται στην τομεακή κατανομή που έχει ήδη συζητηθεί αναλυτικά, και αποδίδει τον μέσο όρο της επένδυσης ανά τομέα. Όπως είναι λογικά αναμενόμενο, ο υψηλότερος μέσος όρος επένδυσης καταγράφεται στον τομέα της μεταποίησης με περίπου 77,5 χιλ. €, ενώ στους υπόλοιπους τομείς οι μέσοι όροι εκτιμώνται κάτω από τα 40 χιλ. €.

Πίνακας 3.5

*Ύψος επένδυσης ανά τομέα δραστηριοποίησης (2003-2004)**

Τομέας δραστηριοποίησης	Μέσος Όρος Επένδυσης (σε €)
Μεταποίηση	77428,57
Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις	34571,43
Προϊόντα / Υπηρεσίες προς καταναλωτές	39143,64

*Για τις περιπτώσεις των επιχειρήσεων στον πρωτογενή τομέα δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Στον Πίνακα 3.6 εμφανίζεται η κατανομή του ύψους της αρχικής επένδυσης τόσο σε σχέση με τους τρεις κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, όσο και με τα τρία κλιμάκια κεφαλαίου.

Πίνακας 3.6

Ποσοστιαία κατανομή επενδύσεων ανά τομέα σε επιχειρήσεις που βρίσκονταν στη φάση της ίδρυσης την περίοδο 2003-2004

Κλιμάκιο Επένδυσης	Μεταποίηση	Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις	Προϊόντα/Υπηρεσίες προς καταναλωτές
≤20.000 €	47,6%	50,0%	45,5%
20.000 €-100.000 €	33,3%	42,9%	45,5%
> 100.000 €	19,0%	7,1%	9,1%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Όπως είναι αναμενόμενο, το υψηλότερο ποσοστό εγχειρημάτων με αρχική επένδυση άνω των 100.000 € καταγράφεται στον τομέα της μεταποίησης, όπου σχεδόν μία στις πέντε αντίστοιχες επιχειρήσεις απαιτήσε επένδυση άνω των 100 χιλ €. Ενδιαφέρον όμως παρουσιάζει επίσης το υψηλό ποσοστό που καταγράφει ο ίδιος τομέας στο πρώτο κλιμάκιο. Στους άλλους δύο τομείς παρατηρούνται σχεδόν ίδια ποσοστά στα δύο πρώτα κλιμάκια, αλλά απότομη πτώση στο τρίτο. Έτσι, φαίνεται ότι μόλις ένα στα δέκα νέα εγχειρήματα απαιτούν αρχική επένδυση που υπερβαίνει τα 100.000 €.

3.3 Πηγές χρηματοδότησης

Το δεύτερο σημαντικό ζήτημα, μετά το ύψος των απαιτούμενων κεφαλαίων που καλύπτουν την αρχική επένδυση σε νέα εγχειρήματα, αφορά την προέλευσή τους. Σε αυτό το μέρος η ανάλυση εστιάζει: α) στις επενδύσεις των ίδιων των επιχειρηματιών και β) στην προέλευση των υπολοίπων κεφαλαίων για την κάλυψη της αρχικής επένδυσης.

Η επένδυση των ίδιων των επιχειρηματιών

Στην Παγκόσμια Έκθεση για την Επιχειρηματική Χρηματοδότηση για το 2004 εκτιμάται ότι το 65,8% του αρχικού κεφαλαίου προέρχεται από τους ίδιους τους επιχειρηματίες. Όμως το ποσοστό αυτό παρουσιάζει σημαντικότερες διακυμάνσεις ανάλογα με τη χώρα, τον τύπο του εγχειρήματος και το απαιτούμενο ύψος της αρχικής επένδυσης, ενώ στην Ελλάδα το ποσοστό περιορίζεται στο 52,7% κατά μέσο όρο τη διετία 2003-2004. Αναλυτικότερα, ο Πίνακας 3.7 που ακολουθεί, παρουσιάζει το ποσοστό της ίδιας συμμετοχής στην αρχική επένδυση στην Ελλάδα, για κάθε ένα από τα τρία κλιμάκια κεφαλαίου τα οποία έχουν ήδη οριστεί.

Πίνακας 3.7*Ποσοστό ίδιας συμμετοχής ανά κλιμάκιο επένδυσης (2003-2004)*

Κλιμάκιο επένδυσης	Ποσοστό ίδιας συμμετοχής*
≤20.000 €	72,1%
20.001 € - 100.000 €	69,6%
> 100.000 €	41,7%
Σύνολο	52,7%

* Ο λόγος του συνολικού ποσού της ίδιας συμμετοχής προς το σύνολο της επένδυσης

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Δύο είναι οι ενδιαφέρουσες διαπιστώσεις που προκύπτουν από τα ανωτέρω δεδομένα. Η πρώτη είναι η αντίστροφη σχέση ανάμεσα στο ύψος της αρχικής επένδυσης και το ποσοστό της ίδιας συμμετοχής. Όσο μικρότερη λοιπόν η αρχική επένδυση, τόσο περισσότερο ο επιχειρηματίας είναι υποχρεωμένος να βασιστεί αποκλειστικά στις δικές του δυνάμεις για τη χρηματοδότηση της προσπάθειάς του. Μάλιστα, αυτό το υψηλό ποσοστό είναι ουσιαστικά κοινό για τα δύο πρώτα κλιμάκια, για αρχική επένδυση δηλαδή μέχρι το ποσό των 100.000 €. Και πάλι όμως, ένα 30% της αρχικής επένδυσης φαίνεται να προέρχεται από άλλες πηγές, πέρα δηλαδή από τη συσσωρευμένη αποταμίευση του ίδιου του επιχειρηματία.

Η δεύτερη διαπίστωση έχει σχέση με τον γενικό μέσο όρο. Με 52,7% ίδιας συμμετοχής στο σύνολο της αρχικής επένδυσης, η Ελλάδα βρίσκεται σημαντικά χαμηλότερα από τον παγκόσμιο μέσο όρο (το 65,8% δηλαδή). Ένας λόγος που πιθανά εξηγεί αυτό το γεγονός είναι ο αυξημένος ρόλος στη χώρα μας των «άτυπων» επενδυτών, όπως θα διαπιστωθεί αναλυτικά στη συνέχεια. Σε οποιαδήποτε περίπτωση, το γεγονός ότι περίπου το μισό ποσό που απαιτείται για την εκκίνηση νέων εγχειρημάτων στη χώρα μας προέρχεται από την τσέπη των ίδιων των επιχειρηματιών σημαίνει ότι οι Έλληνες επίδοξοι επιχειρηματίες επενδύουν σε ετήσια βάση περίπου ένα 2,5% του ΑΕΠ για να ξεκινήσουν νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες.

Αξίζει ακόμα να διερευνηθεί το πώς η ίδια συμμετοχή στην αρχική επένδυση διαφοροποιείται ανάλογα με το κίνητρο της επιχειρηματικής δραστηριότητας (ευκαιρία ή ανάγκη). Τα σχετικά δεδομένα για το 2003 και το 2004 παρουσιάζονται στον Πίνακα 3.8 που ακολουθεί.

Πίνακας 3.8

Επιχειρηματικότητα Ανάγκης και ίδια συμμετοχή σε επενδύσεις σε επιχειρήσεις που βρίσκονταν στη φάση της ίδρυσης την περίοδο 2003-2004

Κλιμάκιο επένδυσης	Ποσοστό περιπτώσεων με κίνητρο αποκλειστικά την ανάγκη	Ποσοστό του συνόλου της ίδιας συμμετοχής που μπορεί να αποδοθεί αποκλειστικά σε ανάγκη
≤20000 €	16,2%	17,2%
20001 € - 100000 €	22,6%	26,6%
> 100000 €	12,5%	6,2%
Σύνολο	18,4%	16,6%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Από τον Πίνακα 3.2 που παρατέθηκε προηγουμένως διαπιστώθηκε ότι τα εγχειρήματα με κίνητρο την ανάγκη απαιτούν γενικά χαμηλότερο ύψος αρχικής επένδυσης από εκείνα που έχουν ως κίνητρο την ευκαιρία. Ο Πίνακας 3.8 δείχνει τώρα κάτι σημαντικότερο: τα εγχειρήματα που έχουν ως κίνητρο την ανάγκη συγκεντρώνονται στα δύο χαμηλότερα κλιμάκια, όπου το ποσοστό της ίδιας συμμετοχής είναι περίπου ίσο με το ποσοστό των περιπτώσεων που δήλωσαν ως κίνητρο την ανάγκη. Αντίθετα, στο υψηλότερο κλιμάκιο η σχέση αυτή μειώνεται στο μισό. Με άλλα λόγια, τα εγχειρήματα με κίνητρο την ανάγκη δύσκολα ξεπερνούν μία αρχική επένδυση της τάξης των 100.000 €.

Άλλες πηγές χρηματοδότησης

Ο Πίνακας 3.9 που ακολουθεί συγκεντρώνει τα δεδομένα που αφορούν τις άλλες πηγές χρηματοδότησης –πέρα δηλαδή από την επένδυση των ίδιων των επιχειρηματιών– για το 2003 και το 2004.

Πίνακας 3.9

Άλλες πηγές χρηματοδότησης (2003-2004)

Μέλη της στενής οικογένειας	33,0%
Άλλοι συγγενείς	16,2%
Φίλοι ή γείτονες	4,2%
Τράπεζες	33,7%
Κρατικά προγράμματα	14,5%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Επειδή κάποιοι επίδοξοι επιχειρηματίες μπορεί να έχουν χρηματοδοτηθεί από περισσότερες από μία πηγές, ή να μην έχουν πάρει καμία χρηματοδότηση πέρα από την προσωπική τους επένδυση, τα ποσοστά δεν αθροίζονται ακριβώς στο 100%. Όσον αφορά τις τρεις πρώτες πηγές πρόσθετης χρηματοδότησης, αξίζει να σημειωθεί η μείωση του ποσοστού, καθώς ο χρηματοδότης απομακρύνεται από το στενό οικογενειακό περιβάλλον του επιχειρηματία. Η εικόνα εμφανίζεται ίδια με αυτήν που η ερευνητική ομάδα του IOBE είχε επισημάνει και στην Έκθεση για το 2003, παρατηρώντας ότι η οικογένεια αποτελεί τον στυλοβάτη της μικρής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Με δεδομένο ότι το μέσο ύψος αρχικής επένδυσης, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, αυξήθηκε σημαντικά ανάμεσα στα δύο χρόνια (από τα 55.500 € το 2003 στα 83.260 € και για τα δύο χρόνια μαζί), φαίνεται ότι η οικογενειακή χρηματοδότηση αυξήθηκε και αυτή ραγδαία τη χρονιά που πέρασε.

Από την άλλη πλευρά, τα ανωτέρω δεδομένα αποδεικνύουν ότι περίπου το 50% της πρόσθετης χρηματοδότησης προέρχεται από τραπεζικό δανεισμό και κρατικά προγράμματα. Το ποσοστό του τραπεζικού δανεισμού (33,7%) είναι σχεδόν ταυτόσημο με εκείνο του 2003 (31,8%). Ωστόσο, αν ληφθεί υπόψη η σημαντική αύξηση της μέσης επένδυσης, διαπιστώνεται σημαντικότερη αύξηση και στην περίπτωση του τραπεζικού δανεισμού. Όσον αφορά τα κρατικά προγράμματα, παρατηρείται μεν ποσοστιαία μείωση, και πάλι όμως με το δεδομένο της αύξησης της μέσης επένδυσης, αυτό δεν φαίνεται να μεταφράζεται απαραίτητα σε πτώση του απόλυτου ύψους των χρηματοδοτήσεων.

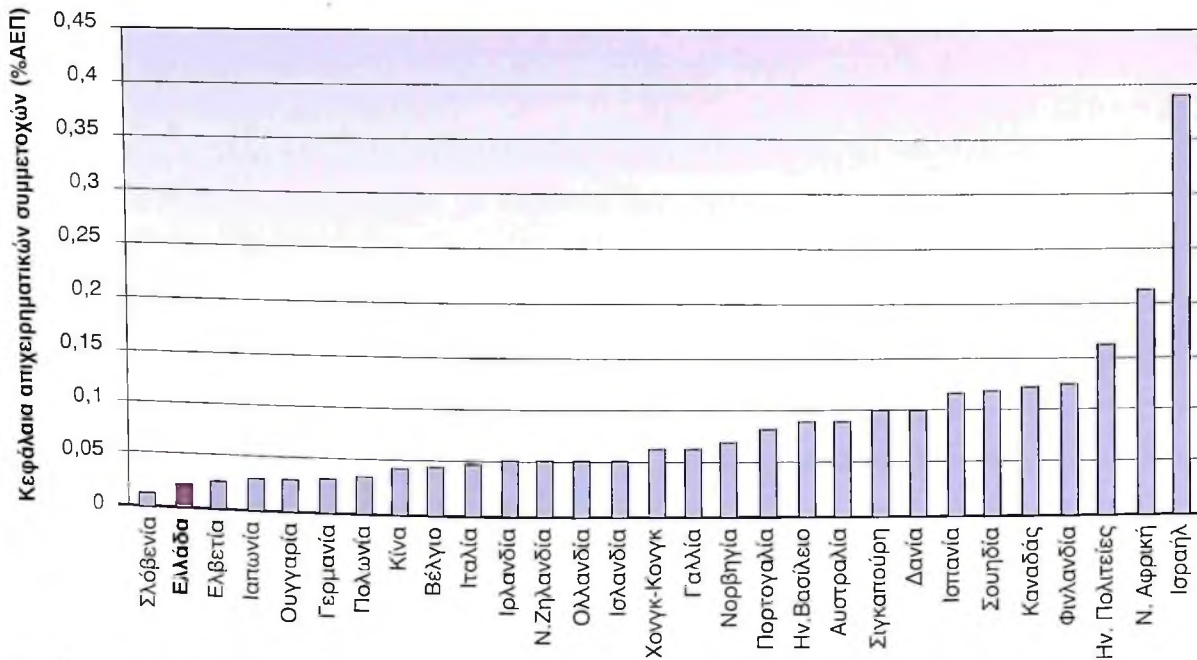
Κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών

Από τον προηγούμενο Πίνακα λείπει βέβαια μία σημαντική πηγή χρηματοδότησης, η οποία μάλιστα καθ' όλη τη διάρκεια της προηγούμενης δεκαετίας είχε θεωρηθεί ως η πιο καθαρή μορφή επιχειρηματικής χρηματοδότησης: τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (venture capital). Η απουσία αυτή εξηγείται από τα δεδομένα που παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 3.2 που ακολουθεί, τα οποία περιγράφουν την επένδυση των κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών σε διάφορες χώρες κατά το 2003, ως ποσοστό του αντίστοιχου ΑΕΠ.

Με επενδύσεις των κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών κοντά στο 0,01% του ΑΕΠ, η Ελλάδα καταλαμβάνει τη δεύτερη χαμηλότερη θέση στην κατάταξη για το 2003. Το Ισραήλ καταγράφει μια επίδοση 34 περίπου φορές καλύτερη από την ελληνική (ως ποσοστό βέβαια του ΑΕΠ αυτής της χώρας), ωστόσο ακόμα και στο Ισραήλ αυτές οι επενδύσεις φτάνουν μόλις στο 0,35% του αντίστοιχου ΑΕΠ. Παρ' όλη λοιπόν τη μεγάλη σημασία της συγκεκριμένης πηγής χρηματοδότησης για την ενίσχυση ταχέως αναπτυσσόμενων εταιρειών που βασίζονται στην τεχνολογία, ως ποσοστό των συνολικών επενδύσεων σε νέα εγχειρήματα οι επενδύσεις αυτές είναι ελάχιστες σε παγκόσμιο επίπεδο.

Διάγραμμα 3.2

Επενδύσεις κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών ως ποσοστό του ΑΕΠ κατά το 2003



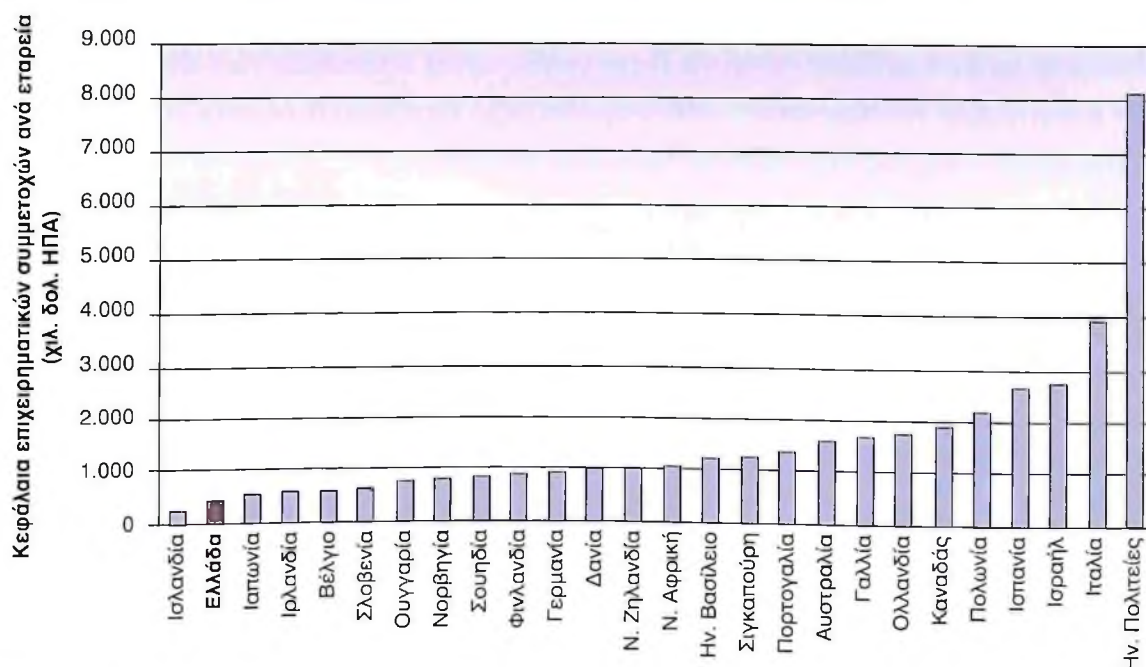
Πηγή: GEM, Financing report

Πέρα όμως από το ύψος των συνολικών επενδύσεων των κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών, πρέπει να διερευνηθεί το μέσο ποσό της επένδυσης ανά επιχείρηση, έτσι ώστε να διαφανεί η σημασία της στο επίπεδο της επιχείρησης. Για παράδειγμα, το 2003, το 74% των κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών των χωρών G7 κατευθύνθηκε σε επιχειρήσεις των ΗΠΑ. Ωστόσο, μόνο το 29% του συνολικού αριθμού των επιχειρήσεων που έλαβαν τέτοια χρηματοδότηση ήταν αμερικανικές, άρα η μέση επένδυση που έλαβε μια επιχείρηση στις ΗΠΑ ήταν πολύ υψηλότερη από τις άλλες χώρες. Το Διάγραμμα 3.3 παραθέτει στοιχεία για αυτό το ζήτημα από 26 χώρες που έλαβαν μέρος στην έρευνα του GEM το 2003.

Με 410.000 \$ ανά επιχείρηση, η Ελλάδα κατατάσσεται στη δεύτερη χαμηλότερη θέση της κατάταξης. Αξίζει βέβαια να επισημανθεί ότι η κατάσταση δεν είναι σημαντικά διαφορετική στις περισσότερες άλλες χώρες της Ευρώπης.

Διάγραμμα 3.3

Μέση επένδυση κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών ανά επιχείρηση κατά το 2003



Πηγή: GEM, Financing report

Οι ανωτέρω διαπιστώσεις θα ήταν λάθος να οδηγήσουν στο συμπέρασμα ότι ο ρόλος των κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών για την ενίσχυση της επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι αμελητέος. Το 2003 ήταν το έτος με τις χαμηλότερες επενδύσεις σε επιχειρηματικές συμμετοχές όλης της προηγούμενης πενταετίας, πράγμα φυσικό μετά την πτώση που ακολούθησε τη χρηματιστηριακή κρίση του 2001. Αυτή η πορεία όμως έχει ήδη αρχίσει να αντιστρέφεται παγκοσμίως από το 2004. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία για την Ελλάδα: το γεγονός ότι η βάση από την οποία ξεκινούν οι επιχειρηματικές συμμετοχές είναι τόσο χαμηλή, σημαίνει ότι τα περιθώρια ανάπτυξης αυτού του χρηματοδοτικού μηχανισμού είναι σημαντικά για τη χώρα μας.

3.4 Οι «άτυποι» επενδυτές

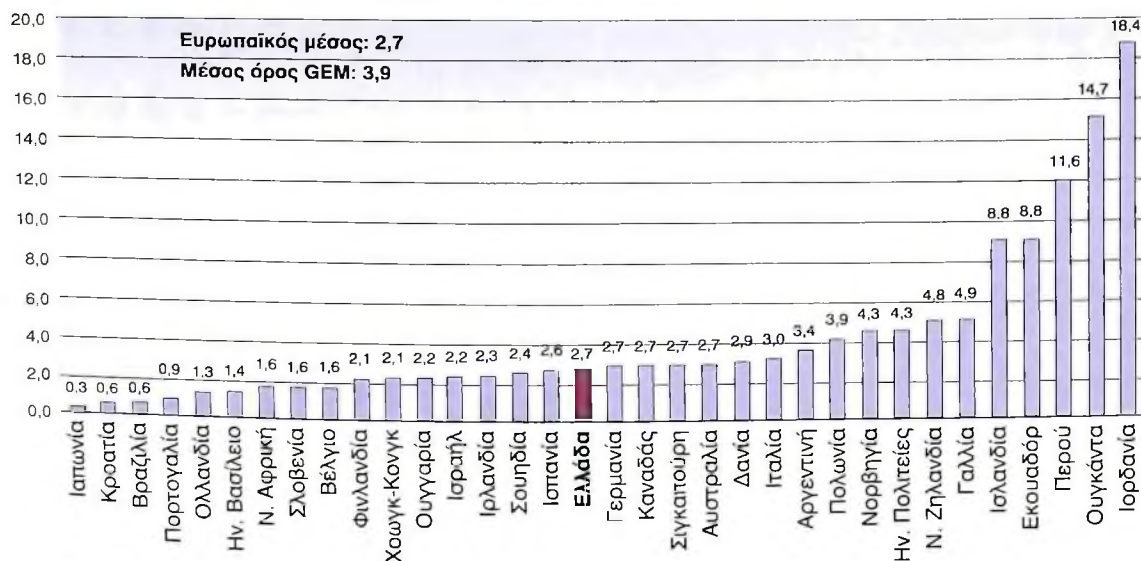
Οι διαπιστώσεις σχετικά με τη σημασία ιδιωτικών πηγών χρηματοδότησης για την εκκίνηση νέων εγχειρημάτων κάνουν αναγκαία την αναλυτικότερη διερεύνηση του φαινομένου των «άτυπων» επενδύσεων. Σύμφωνα με τη μεθοδολογία του GEM, ως «άτυπος επενδυτής» ορίζεται ένα άτομο το οποίο, κατά την έρευνα του πληθυσμού, δήλωσε ότι έχει χρηματοδοτήσει κατά την τελευταία τριετία την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας από κάποιον άλλον, χωρίς ο ίδιος να γίνεται ιδιοκτήτης μεριδίου, ή να ασκεί διευθυ-

ντικά καθήκοντα στο νέο εγχείρημα²¹. Σε αυτή την ενότητα θα διερευνηθεί το ύψος της χρηματοδότησης που προέρχεται από τους άτυπους επενδυτές, καθώς και η σχέση που τους συνδέει με τους επιχειρηματίες.

Το πρώτο ερώτημα που πρέπει να διερευνηθεί είναι ο αριθμός των άτυπων επενδυτών. Το Διάγραμμα 3.4 που ακολουθεί παρουσιάζει τα σχετικά δεδομένα για όλες τις χώρες που έλαβαν μέρος στην έρευνα του GEM το 2004.

Διάγραμμα 3.4

Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που χρηματοδότησαν με προσωπικά κεφάλαια μία νέα επιχείρηση που ξεκίνησε κάποιος άλλος* το 2004



* όχι αγορές μετοχών ή αμοιβαίων

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Στην Ελλάδα, 2,7% των ατόμων ηλικίας 18-64 ετών –περίπου δηλαδή 180 χιλιάδες άτομα- δήλωσε ότι έχει χρηματοδοτήσει με προσωπικούς του πόρους ένα νέο εγχείρημα που ξεκίνησε κάποιος άλλος. Με την επίδοση αυτή –που αποτελεί άλλωστε και τον ευρωπαϊκό μέσο όρο- η χώρα μας κατατάσσεται περίπου στη μέση της παγκόσμιας κατάταξης.

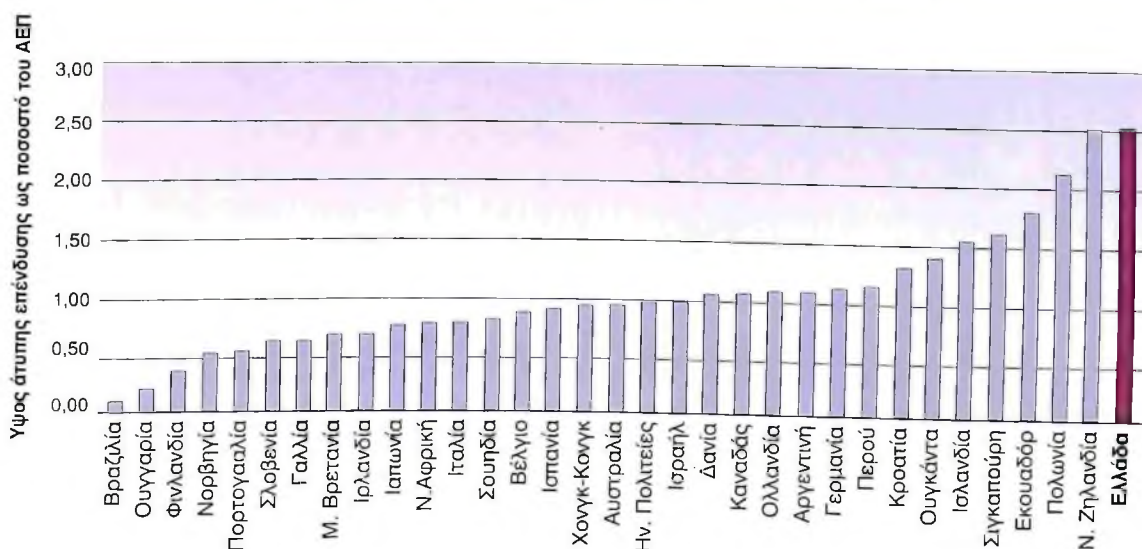
Σε αντίθεση με την κατάταξη σε άλλες πλευρές του φαινομένου της επιχειρηματικότητας, που παρουσιάστηκαν και προηγούμενα, υψηλό ποσοστό άτυπων επενδυτών εμφανίζουν τόσο χώρες με υψηλά επίπεδα ανάπτυξης (Γαλλία, ΗΠΑ, Νορβηγία κλπ.), όσο και με χαμηλά (Ιορδανία, Ουγκάντα, Περού κλπ.). Η αντίθετη εικόνα εμφανίζεται στα χαμηλά κλιμάκια της κατάταξης, όπου συνυπάρχουν χώρες υψηλού (Ιαπωνία, Ολλανδία, Η.Β.) με χώρες χαμηλού επιπέδου ανάπτυξης (Βραζιλία, Ν. Αφρική). Το συμπέρασμα που προκύ-

²¹ Στην σχετική ορολογία της αγγλικής γλώσσας, η έννοια του άτυπου επενδυτή συνήθως αποδίδεται με τον όρο "informal investor"

ππει από τη διαπίστωση αυτή είναι ότι η ροπή προς άτυπες επενδύσεις φαίνεται ότι έχει περισσότερο σχέση με το πολιτισμικό προφίλ μιας κοινωνίας, παρά με τα καθαρά οικονομικά δεδομένα.

Για να διερευνηθεί το ύψος των κεφαλαίων που συνεισφέρουν οι άτυποι επενδυτές στην εκκίνηση νέων εγχειρημάτων, και μάλιστα για να έχει νόημα η σύγκριση μεταξύ χωρών, στο Διάγραμμα 3.5 που ακολουθεί οι άτυπες επενδύσεις εκφράζονται ως ποσοστό του ΑΕΠ κάθε χώρας.

Διάγραμμα 3.5
Ύψος άτυπης επένδυσης ως ποσοστό του ΑΕΠ (2004)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

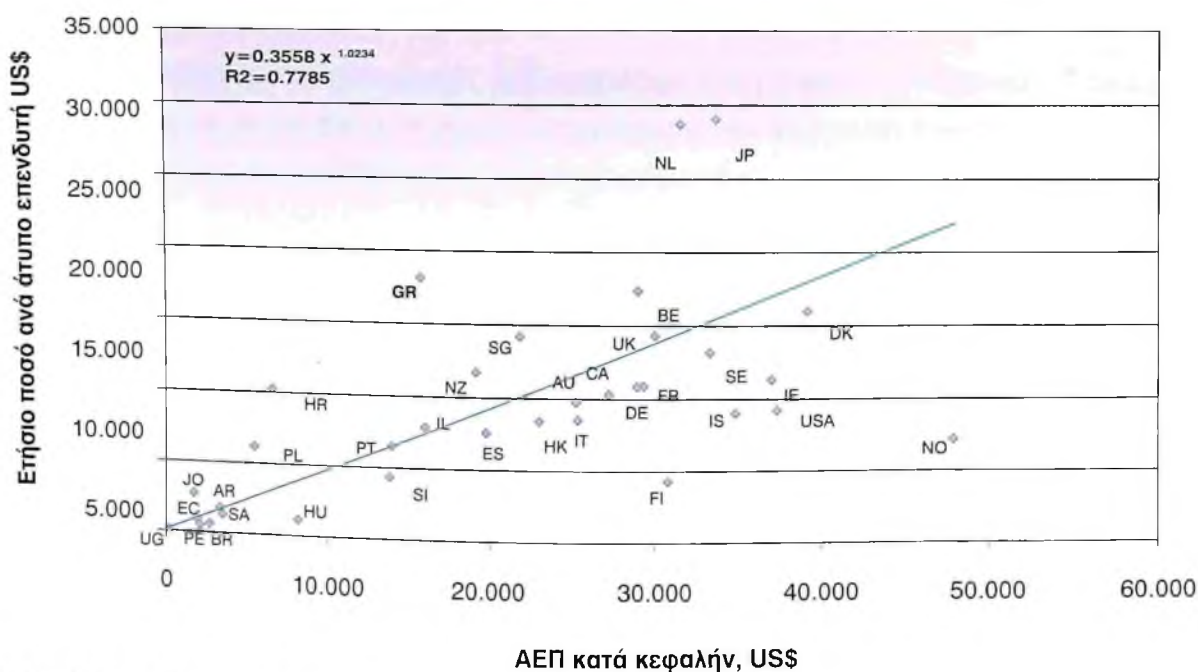
Και εδώ, δεν φαίνεται να υπάρχει κάποια αρχή η οποία να μπορεί να εξηγήσει την κατάταξη των χωρών. Το μεγάλο ενδιαφέρον βέβαια αφορά τη χώρα μας, που κατατάσσεται στην πρώτη θέση των 34 χωρών που έλαβαν μέρος στην έρευνα του GEM το 2004. Το ποσοστό των άτυπων επενδύσεων στην Ελλάδα ισούται με το 2,5% του ΑΕΠ.

Εκ πρώτης όψεως, το γεγονός ότι στην Ελλάδα διατίθεται ένα τόσο μεγάλο ποσοστό του ΑΕΠ με την μορφή άτυπων επενδύσεων σε νέα εγχειρήματα πρέπει να κριθεί ως θετικό. Σημαίνει ότι οι επίδοξοι επιχειρηματίες²² μπορούν να έχουν πρόσβαση σε ένα σημαντικό όγκο χρηματοδότησης, άρα μπορούν να έχουν ένα πλεονέκτημα σε σχέση με τους επίδοξους επιχειρηματίες άλλων χωρών. Ωστόσο, ακριβέστερα συμπεράσματα είναι δυνατό να εξαχθούν αν τα δεδομένα των ανωτέρω δύο διαγραμμάτων συνδυαστούν. Το Διάγραμμα 3.6 στη συνέχεια, καταγράφει την επένδυση ανά άτυπο επενδυτή σε σχέση με το κατά κεφαλήν ΑΕΠ των χωρών του GEM. Συσχετίζεται έτσι το ύψος της ατομικής επένδυσης με το ύψος του ατομικού εισοδήματος.

²² Η σχέση αυτών με τους άτυπους επενδυτές θα εξεταστεί στη συνέχεια αυτής της ενότητας

Διάγραμμα 3.6

Σχέση κατά κεφαλήν ΑΕΠ και ετήσιου ποσού συνεισφοράς άτυπου επενδυτή (2004)



R2 είναι το τμήμα της διακύμανσης της εξαρτημένης που εξηγείται από την ανεξάρτητη μεταβλητή στην προτεινόμενη σχέση. Η τιμή 0.7785 του R2 φανερώνει ότι 77.85% της διακύμανσης του ετήσιου ποσού ανά επενδυτή εξηγείται από το κατά κεφαλήν ΑΕΠ.

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

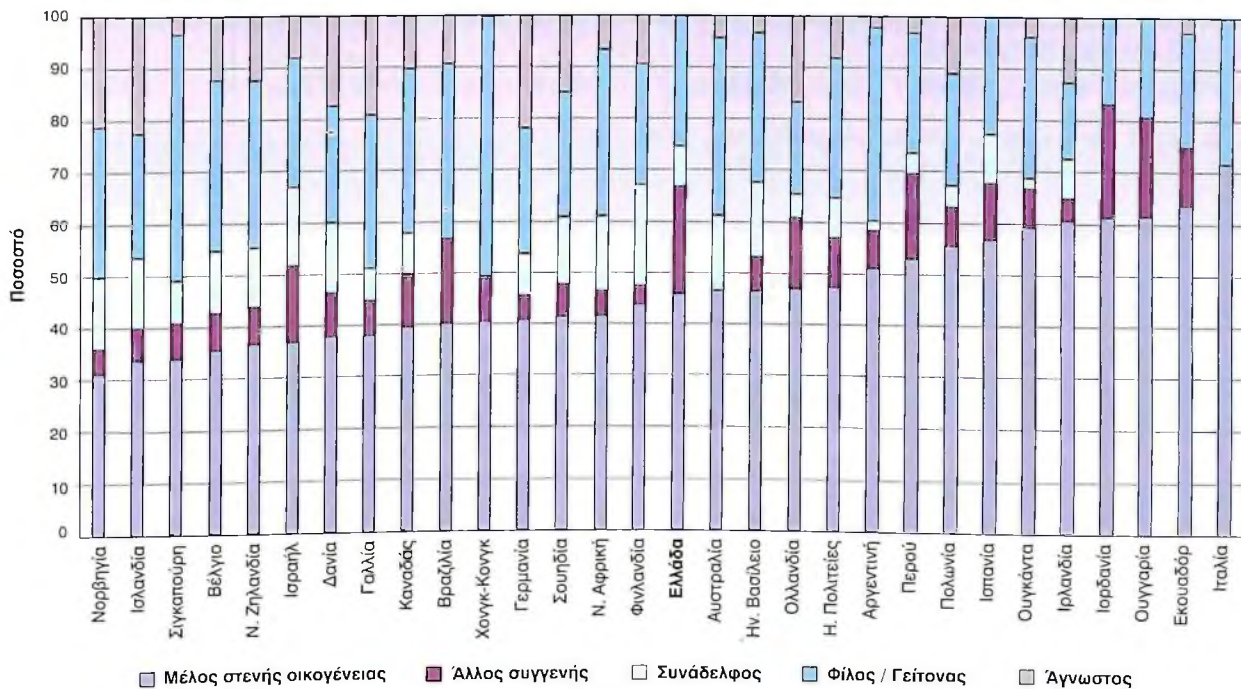
Η Ελλάδα τοποθετείται αρκετά υψηλότερα από την ευθεία της παλινδρόμησης, κάτι που σημαίνει ότι η άτυπη επένδυση σε νέα εγχειρήματα είναι πολύ υψηλή σε σχέση με το κατά κεφαλήν ΑΕΠ. Οι Έλληνες λοιπόν τείνουν να επενδύουν μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματός τους σε νέα εγχειρήματα τα οποία ξεκινούν κάποιιοι άλλοι. Η θετική εικόνα της κατάστασης φαίνεται έτσι να επιβεβαιώνεται. Η θετική εικόνα σχετικοποιείται όμως αν αναλογιστεί κανείς ότι η αρχική επένδυση σε νέα εγχειρήματα είναι δυσανάλογα υψηλή, όπως διαπιστώθηκε στην ενότητα 3.1. Άρα, οι υψηλές άτυπες επενδύσεις αντανακλούν μάλλον τις υψηλές κεφαλαιακές απαιτήσεις για την εκκίνηση νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα, παρά την φαινομενική αφθονία κεφαλαίων διαθέσιμων για τη χρηματοδότηση της επιχειρηματικότητας.

Οι άτυπες επενδύσεις δεν είναι δυνατό βέβαια να επαρκούν για τη χρηματοδότηση όλων των νέων εγχειρημάτων. Άρα, οι επίδοξοι επιχειρηματίες είναι αναγκασμένοι να ανταγωνίζονται μεταξύ τους για να εξασφαλίσουν πρόσβαση σε αυτά τα κεφάλαια. Μία από τις δυνατές προσεγγίσεις αυτού του ζητήματος βασίζεται στη διερεύνηση της σχέσης των άτυπων επενδυτών με εκείνους τους επιχειρηματίες οι οποίοι κατάφεραν να εξα-

σφαλίσουν χρηματοδότηση από τους πρώτους. Το Διάγραμμα 3.7 περιγράφει τη σχέση ανάμεσα στον άτυπο επενδυτή και τον επιχειρηματία-αποδέκτη της χρηματοδότησης συγκριτικά για όλες τις χώρες του GEM.

Διάγραμμα 3.7

Ποσοστιαία διάρθρωση της σχέσης του άτυπου επενδυτή με τον επιχειρηματία (2004)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Ο Πίνακας 3.10 που ακολουθεί παρουσιάζει τα σχετικά ποσοτικά δεδομένα αναλυτικότερα. Η πρώτη στήλη περιλαμβάνει πέντε πιθανές σχέσεις του επιχειρηματία με τον άτυπο επενδυτή (μέλος στενής οικογένειας, άλλος συγγενής, συνάδελφος, φίλος ή γείτονας, ξένος²³). Η δεύτερη στήλη παραθέτει τα στοιχεία για την Ελλάδα που προέκυψαν από την έρευνα του πληθυσμού (μέσοι όροι των ετών 2003 και 2004). Η τρίτη στήλη περιλαμβάνει τα αντίστοιχα δεδομένα για όλες τις χώρες που έλαβαν μέρος στην έρευνα του GEM το 2004. Η τέταρτη στήλη καταγράφει το μέσο ύψος της επένδυσης για κάθε τύπου σχέση ανάμεσα στον επιχειρηματία και τον άτυπο επενδυτή. Τέλος, η πέμπτη στήλη παραθέτει το μέσο ύψος της επένδυσης για όλες τις χώρες του GEM.

²³ Μεταφράζουμε με τη λέξη «ξένος» τον όρο «stranger». Αυτό δεν υπονοεί βέβαια ότι ο επιχειρηματίας και ο άτυπος επενδυτής δεν γνωρίζονται μεταξύ τους αλλά απλώς ότι δεν συνδέονταν με κανενός τύπου σχέση (από αυτές που περιγράφονται στα προηγούμενα κλιμάκια) πριν από την απόφαση πραγματοποίησης της επένδυσης.

Πίνακας 3.10

Άτυποι χρηματοδότες και ύψος χρηματοδότησης την περίοδο 2003-2004

	Ποσοστιαία διάρθρωση στην Ελλάδα	Ποσοστιαία διάρθρωση στο σύνολο των χωρών GEM	Μέσο ύψος επένδυσης στην Ελλάδα (σε €)	Μέσο ύψος επένδυσης στις χώρες GEM (σε €)
Μέλος στενής οικογένειας (σύζυγος, αδελφός, τέκνο γονιός, εγγόνι)	58,1%	49,4	29175	18550
Άλλος συγγενής (εξ' αίματος / εξ αγχιστείας)	14,9%	9,4	18000	9880
Συναδέλφος	6,8%	7,9	32600	31230
Φίλος ή γείτονας	18,9%	26,4	9000	12440
Ξένος αλλά με καλή ιδέα	1,4%	6,9	6000	54140
Σύνολο	100,0%	100,0%	19000	19360

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Το συμπέρασμα που προκύπτει από τα παραπάνω που προηγήθηκαν, είναι ότι στην Ελλάδα οι άτυπες επενδύσεις είναι μια έντονα οικογενειακή υπόθεση. Τα ποσά που χρηματοδότησαν εγχειρήματα άλλων μελών της στενής οικογένειας του άτυπου επενδυτή ήταν ποσοστιαία 10 μονάδες υψηλότερα από τον μέσο όρο των χωρών του GEM. Αντίθετα, τα ποσοστά είναι συντριπτικά χαμηλότερα όταν αποδέκτες της άτυπης επένδυσης είναι πρόσωπα που δεν συνδέονται με συγγενική σχέση με τον άτυπο επενδυτή (φίλοι, ξένοι). Η διαφορά ανάμεσα σε συγγενική και μη σχέση γίνεται ακόμα μεγαλύτερη όταν συγκρίνουμε τη μέση επένδυση ως ποσό. Παρατηρείται εδώ ότι ο μέσος όρος του ποσού της άτυπης επένδυσης είναι σχεδόν διπλάσιος όταν αποδέκτης της χρηματοδότησης είναι μέλος της οικογένειας, ενώ μειώνεται σημαντικά όταν απουσιάζει οποιαδήποτε συγγενική σχέση.

Ωστόσο, αξίζει να παρατηρηθεί ότι στη χώρα μας το υψηλότερο ποσό επένδυσης κατευθύνεται στην κατηγορία των συναδέλφων. Προφανώς η γνώση για τον συναδέλφο, που ο άτυπος επενδυτής αποκτά από την κοινή τους θητεία στο ίδιο περιβάλλον εργασίας, επιτρέπει την αντικειμενικότερη εκτίμηση των ικανοτήτων και της φερεγγυότητάς του, και άρα ενθαρρύνει υψηλότερα ποσά επενδύσεων. Το ενδιαφέρον εύρημα είναι εδώ ότι στην Ελλάδα οι συναδέλφοι συνιστούν την κατηγορία που αποδέχεται υψηλότερη χρηματοδότηση από τους άτυπους επενδυτές, σε αντίθεση με τον μέσο όρο των χωρών του GEM, όπου η αντίστοιχη κατηγορία είναι εκείνη των ξένων. Στη χώρα μας λοιπόν, φαίνεται ότι η προσωπική σχέση του άτυπου επενδυτή με τον επιχειρηματία-αποδέκτη της επένδυσης έχει αποφασιστική σημασία για την πραγματοποίηση άτυπων επενδύσεων.

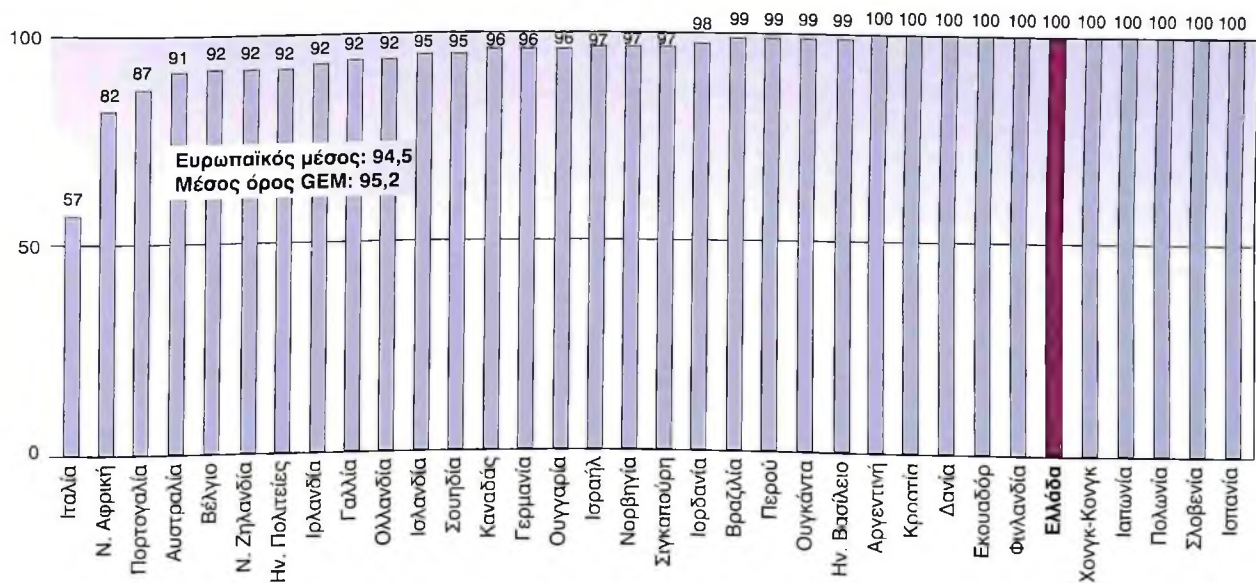
3.5 Οι προσδοκώμενες αποδόσεις της επιχειρηματικής επένδυσης

Τα δεδομένα που προέκυψαν από την έρευνα πληθυσμού του GEM επιτρέπουν τη διερεύνηση των προσδοκιών των επενδυτών –τόσο των ίδιων των επιχειρηματιών, όσο και εκείνων που περιγράφονται ως «άτυποι»- σχετικά με την απόδοση των επενδύσεών τους. Επιτρέπουν ακόμα τη συσχέτιση των προσδοκιών με τον τομέα της πραγματικής οικονομίας στον οποίο εκδηλώνεται κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα.

Το πρώτο ζήτημα που θα διερευνηθεί είναι οι προσδοκίες των ίδιων των επιχειρηματιών σχετικά με το κατά πόσο το εγχείρημα που ξεκινούν θα είναι σε θέση να τους εξασφαλίσει τουλάχιστον την απόσβεση της επένδυσής τους.

Διάγραμμα 3.8

Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που ξεκίνησαν προσωπικά μία νέα επιχείρηση και οι οποίοι αναμένουν ότι τουλάχιστον θα αποσβέσουν την επένδυσή τους (2004)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Τα δεδομένα του Διαγράμματος 3.8 αντανακλούν βεβαίως την αισιοδοξία των επίδοξων επιχειρηματιών, όσον αφορά στις προοπτικές το εγχείρημα που ξεκινούν να επιτρέψει την ανάκτηση της αρχικής τους επένδυσης. Σε αυτή τη βάση, το περίεργο στα ανωτέρω δεδομένα δεν είναι τα ποσοστά 100% που καταγράφουν αρκετές χώρες, αλλά το αντίθετο: το γεγονός δηλαδή ότι υπάρχουν επιχειρηματίες οι οποίοι ξεκινούν ένα νέο εγχείρημα πιστεύοντας ότι δεν θα κατορθώσουν να ανακτήσουν ούτε την αρχική τους επένδυση²⁴. Μία πιθανή εξήγηση για αυτό το παράδοξο είναι ότι δεν βρίσκονται όλοι οι επιχειρηματίες

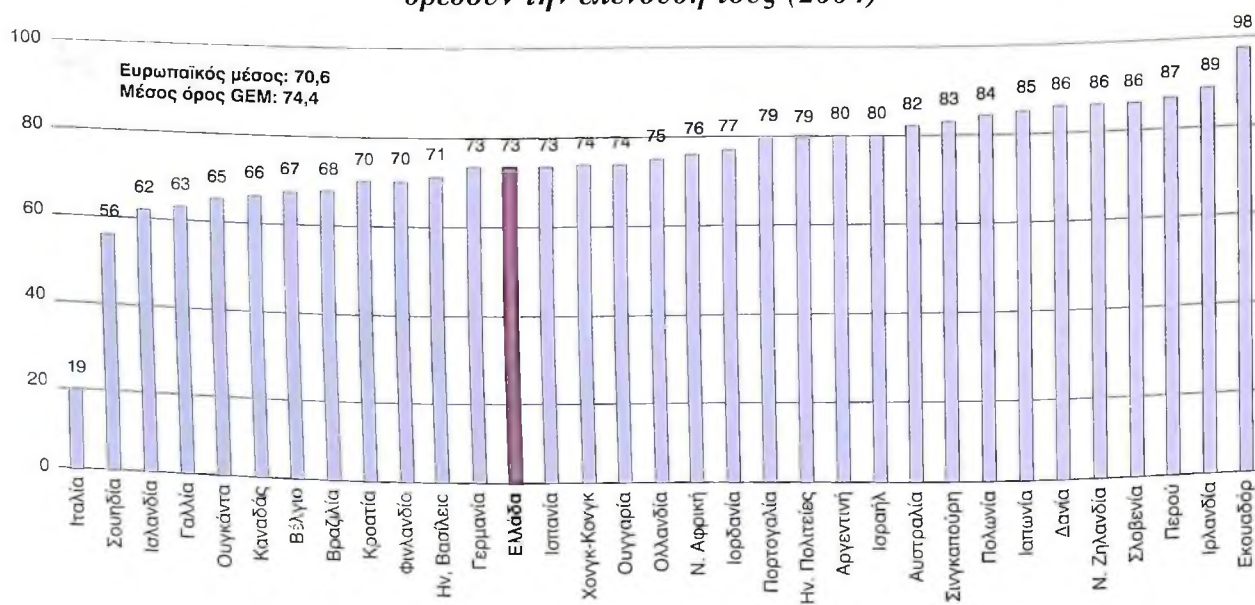
²⁴ Η τιμή που καταγράφεται για την Ιταλία πρέπει βέβαια να αντιμετωπιστεί με επιφύλαξη.

που ξεκινούν νέα εγχειρήματα στην ίδια ακριβώς φάση της επιχειρηματικής τους διαδικασίας κατά τη στιγμή της διεξαγωγής της έρευνας του πληθυσμού. Για παράδειγμα, κάποιος μπορεί να έχουν ήδη πραγματοποιήσει την επένδυση, αλλά τα πρώτα βήματα της νέας τους δραστηριότητας να τους δημιουργούν τον φόβο ότι οι προοπτικές δεν θα είναι τόσο θετικές όσο τις φαντάζονταν πριν από την εκκίνηση της διαδικασίας.

Ενδιαφέροντα συμπεράσματα μπορούν επίσης να εξαχθούν από τη σύγκριση των προσδοκιών των επίδοξων επιχειρηματιών με τις προσδοκίες των άτυπων επενδυτών. Και εδώ, οι προσδοκίες αφορούν το κατά πόσον το νέο εγχείρημα θα επιτύχει τουλάχιστον την απόσβεση της αρχικής «άτυπης» επένδυσης.

Διάγραμμα 3.9

Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που χρηματοδότησαν με προσωπικά κεφάλαια μία νέα επιχείρηση χωρίς άλλη συμμετοχή σε αυτήν και οι οποίοι αναμένουν ότι τουλάχιστον θα αποσβέσουν την επένδυσή τους (2004)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

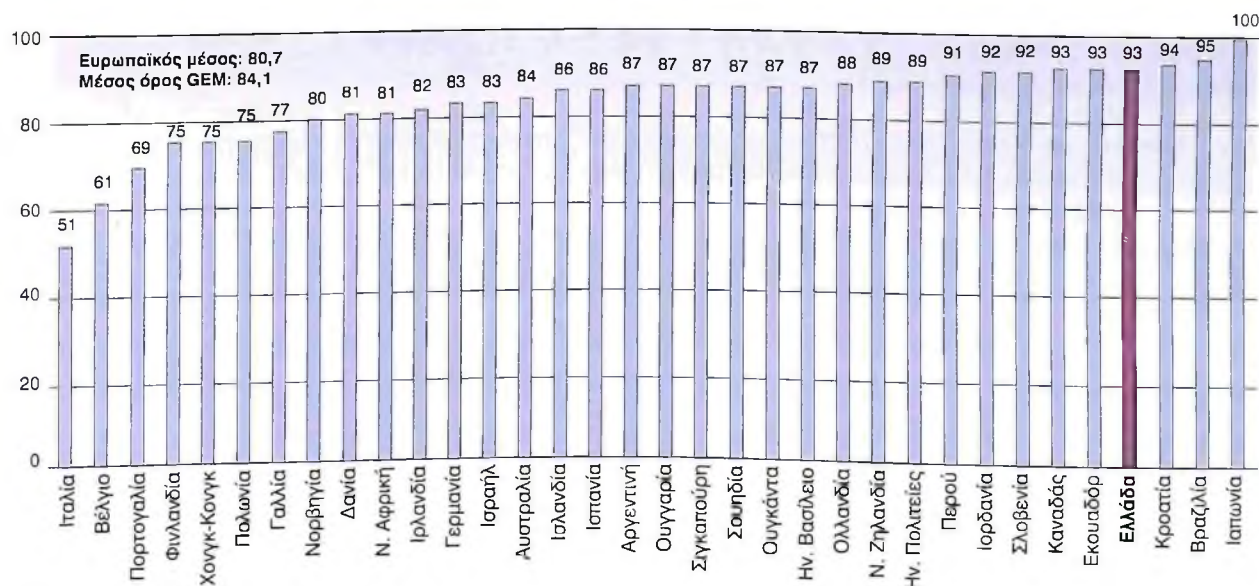
Όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 3.9, τα ποσοστά των άτυπων επενδυτών που αναμένουν ότι τουλάχιστον θα ανακτήσουν την αρχική τους επένδυση είναι σημαντικά χαμηλότερα από εκείνα των επίδοξων επιχειρηματιών. Στην ουσία, το πραγματικά ενδιαφέρον εύρημα εδώ βασίζεται ακριβώς στην αντιστροφή της ανωτέρω εικόνας: στα ποσοστά δηλαδή των άτυπων επενδυτών που προσδοκούν ότι δεν θα κατορθώσουν καν να αποσβέσουν την επένδυσή τους. Στην Ελλάδα, σχεδόν ένα στους τέσσερις -27% για την ακρίβεια- άτυπους επενδυτές αναμένει ότι δεν θα κατορθώσει να ανακτήσει την επένδυσή

του. Πρόκειται προφανώς για εύρημα το οποίο φαίνεται να παραβιάζει οποιαδήποτε έννοια οικονομικού ορθολογισμού. Η μόνη δυνατή εξήγηση είναι το γεγονός ότι, όπως διαπιστώθηκε στην προηγούμενη ενότητα, ένα μεγάλο μερίδιο της άτυπης επένδυσης κατευθύνεται σε επιχειρηματίες-μέλη της οικογένειας του επενδυτή, πράγμα που σημαίνει ότι ενδεχομένως τα κίνητρα τέτοιων επενδύσεων είναι περισσότερο κοινωνικά παρά στενά οικονομικά.

Η ίδια γενική εικόνα όσον αφορά στις διαφορές ανάμεσα σε επίδοξους επιχειρηματίες και άτυπους επενδυτές επαναλαμβάνεται και όταν το ερώτημα δεν αφορά απλώς την ανάκτηση της επένδυσης, αλλά το κατά πόσον το νέο εγχείρημα θα οδηγήσει στην δημιουργία καθαρού κέρδους (Διάγραμμα 3.10).

Διάγραμμα 3.10

Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που ξεκίνησαν προσωπικά μία νέα επιχείρηση και οι οποίοι αναμένουν να αποκομίσουν καθαρό κέρδος από την επένδυσή τους (2004)



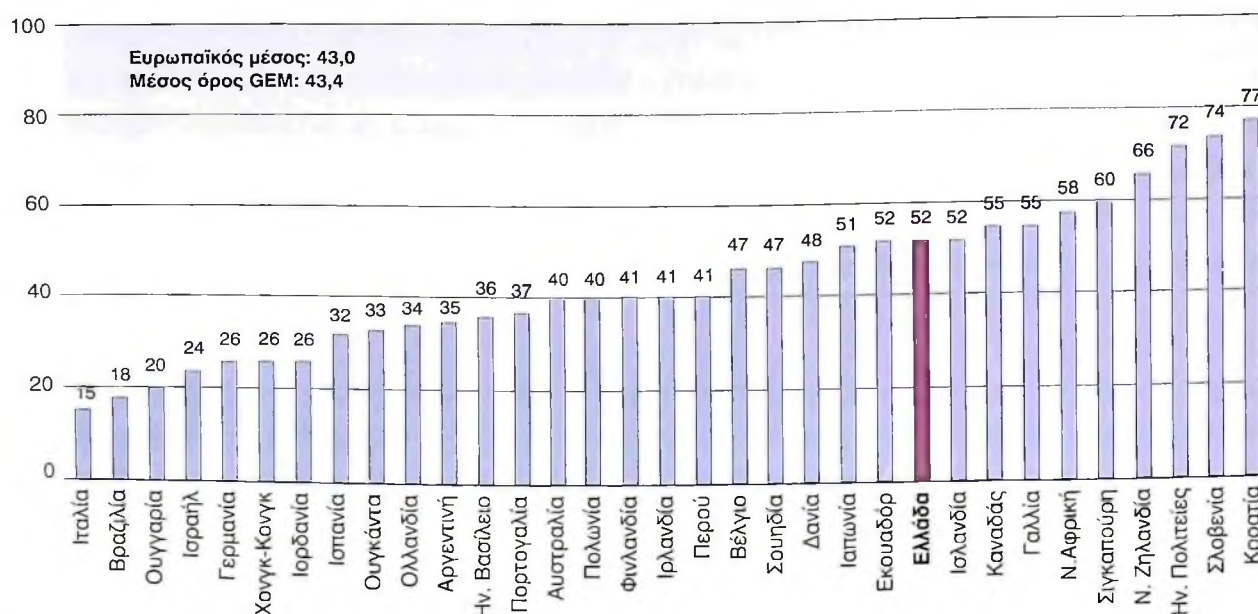
Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Διαπιστώνεται λοιπόν και πάλι ότι η αισιοδοξία των επίδοξων επιχειρηματιών, αν και οριακά μετριασμένη σε σχέση με το Διάγραμμα 3.7. Αυτό είναι φυσικό, δεδομένου ότι το ερώτημα τώρα δεν είναι αν θα αποσβεστεί απλώς η επένδυση, αλλά αν θα υπάρξει και καθαρό κέρδος. Οι Έλληνες επίδοξοι επιχειρηματίες και πάλι φαίνεται να συγκαταλέγονται στους πιο αισιόδοξους παγκοσμίως.

Αντίστοιχη είναι η εικόνα των άτυπων επενδυτών, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 3.11 που ακολουθεί.

Διάγραμμα 3.11

Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που χρηματοδότησαν με προσωπικά κεφάλαια μία νέα επιχείρηση και οι οποίοι αναμένουν ότι θα αποκομίσουν καθαρό κέρδος από την επένδυσή τους (2004)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Και εδώ, θα μπορούσε κανείς να εστιάσει στην αντίστροφη εικόνα, στα ποσοστά δηλαδή των άτυπων επενδυτών οι οποίοι δεν αναμένουν να αποκομίσουν καθαρό κέρδος από την επένδυσή τους. Και πάλι, το φαινόμενο αυτό φαίνεται να παραβιάζει την αρχή του ορθολογισμού, εκτός βέβαια αν συνδυαστεί με το γεγονός της συγγενικής σχέσης ανάμεσα σε επιχειρηματίες και άτυπους επενδυτές, που ήδη αναφέρθηκε.

Πέρα από τη διάκριση μεταξύ απόσβεσης και κερδοφορίας, ως προς τις προσδοκίες των επίδοξων επιχειρηματιών και των άτυπων επενδυτών, μπορεί ακόμα να διερευνηθεί βαθύτερα η επιχειρηματική επένδυση ως προς το χρόνο που κρίνεται ότι θα χρειαστεί η απόσβεση. Μπορεί ακόμα να διερευνηθεί η εκτιμώμενη απόδοση σε ορίζοντα δεκαετίας, ανάλογα με τον τομέα δραστηριότητας στον οποίο εκδηλώνεται το νέο εγχείρημα.

Το πρώτο ζήτημα που εξετάζεται είναι ο προσδοκώμενος χρόνος ανάκτησης της επένδυσης ανά τομέα επιχειρηματικής δραστηριότητας. Τα σχετικά δεδομένα που αφορούν την Ελλάδα παρουσιάζονται στον Πίνακα 3.11, με τον πρωτογενή τομέα να παραλείπεται, καθώς δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία.

Οι περισσότεροι επίδοξοι επιχειρηματίες στην Ελλάδα προσδοκούν ανάκτηση της επένδυσής τους σε περίπου μία διετία, κάτι το οποίο διαπιστώνεται και στην Παγκόσμια Έκθεση για τον Χρηματοδότηση το 2004²⁵ για όλες τις χώρες του GEM. Ωστόσο, το ιδιαίτερο ενδιαφέρον εύρημα που προκύπτει για τη χώρα μας είναι η υπεροχή αυτής της προσδοκίας και στους τρεις τομείς επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Πίνακας 3.11

Εκτιμώμενος χρόνος επιστροφής της επένδυσης για επιχειρήσεις που βρίσκονταν στη φάση της ίδρυσης την περίοδο 2004 ανά τομέα δραστηριοποίησης

Χρόνος απόσβεσης	Μεταποίηση	Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις	Προϊόντα / Υπηρεσίες προς καταναλωτές
Σε περίπου 6 μήνες	6%	17%	0%
Σε περίπου ένα χρόνο	13%	17%	19%
Σε περίπου δύο χρόνια	38%	42%	33%
Σε περίπου πέντε χρόνια	13%	17%	10%
Σε περίπου 10 χρόνια	6%	0%	10%
Ποτέ	6%	0%	0%
Δεν ξέρω / Δε γνωρίζω	19%	8%	29%
Σύνολο	100%	100%	100%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Ένα δεύτερο ερώτημα που μπορεί να διερευνηθεί είναι οι προσδοκίες των επίδοξων επιχειρηματιών ως προς την απόδοση της επένδυσής τους με ορίζοντα δεκαετίας. Τα δεδομένα για τη χώρα μας καταγράφονται στον Πίνακα 3.12.

Σε αντίθεση με τον προηγούμενο Πίνακα, αυτό που προκαλεί εντύπωση εδώ είναι η άνιση κατανομή των τριών τομέων ως προς το ύψος των προσδοκώμενων αποδόσεων. Στον τομέα της Μεταποίησης, το 25% των επιχειρηματιών αναμένουν να ανακτήσουν μία-μια φορά την επένδυσή τους σε βάθος δεκαετίας, ενώ τα ποσοστά που επιτυγχάνουν τα άλλα επίπεδα αποδόσεων είναι και μικρά και ίσα κατανομημένα. Στον τομέα των Προϊόντων και Υπηρεσιών προς Καταναλωτές, ένα σοβαρό ποσοστό 24% των επιχειρηματιών αναμένει απόδοση δεκαπλάσια της αρχικής επένδυσης σε ορίζοντα δεκαετίας. Τέλος, στον

²⁵ Βλέπε Bygiave και Hunt (2005)

Πίνακας 3.12

Εκτιμώμενη απόδοση της επένδυσης σε οριζόντια δεκαετία για επιχειρήσεις που βρίσκονταν στη φάση της ίδρυσης το 2004, ανά τομέα δραστηριοποίησης

Απόδοση επένδυσης	Μεταποίηση	Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις	Προϊόντα / Υπηρεσίες προς καταναλωτές
Τα μισά από όσα έβαλα	0%	0%	5%
Περίπου όσα έβαλα	6%	0%	0%
Μιάμιση φορά την επένδυσή μου	25%	8%	0%
Δύο φορές την επένδυσή μου	6%	25%	10%
Πέντε φορές την επένδυσή μου	6%	8%	10%
Δέκα φορές την επένδυσή μου	6%	8%	24%
Είκοσι φορές την επένδυσή μου	6%	25%	0%
Δε ξέρω / Δε γνωρίζω	44%	25%	52%
Σύνολο	100%	100%	100%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

τομέα των Υπηρεσιών προς Επιχειρήσεις παρατηρείται το πιο ενδιαφέρον εύρημα αυτής της ανάλυσης. Καταγράφεται υψηλό ποσοστό (25%) για το μεγαλύτερο ύψος απόδοσης (είκοσι φορές το ύψος της αρχικής επένδυσης). Αν το εύρημα αυτό ερμηνευθεί ως ένδειξη του τομέα επιχειρηματικής δραστηριότητας στον οποίο εκδηλώνεται ο μεγαλύτερος δυναμισμός της επιχειρηματικότητας στη χώρα μας, τότε η παραπάνω ανάλυση μπορεί να οδηγήσει σε σημαντικά συμπεράσματα για την πολιτική ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Η ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΝΕΟΥ & ΕΠΙΔΟΞΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ: ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

4.1 Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του Έλληνα επιχειρηματία

Γενικά

Από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων στην έρευνα του GEM μπορεί να σκιαγραφηθεί η ταυτότητα (προφίλ) του Έλληνα νέου ή επίδοξου (όπως έχει οριστεί προηγούμενα) επιχειρηματία: πρόκειται για έναν άνδρα ηλικίας 25-44 ετών που είναι απόφοιτος Λυκείου και ο οποίος ήδη εργάζεται, σε καθεστώς πλήρους ή μερικής απασχόλησης.

Πίνακας 4.1

*Δημογραφικά χαρακτηριστικά των νέων και επίδοξων επιχειρηματιών 18-64 ετών
(ποσοστά επί της συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας TEA)*

		2003*	2004*
Φύλο	Άνδρες	70,6%	75,0%
	Γυναίκες	29,4%	25,0%
Ηλικιακές Κατηγορίες	18-24 ετών	12,6%	14,7%
	25-34 ετών	40,0%	36,2%
	35-44 ετών	30,4%	31,9%
	45-54 ετών	10,4%	12,1%
	55-64 ετών	6,7%	5,2%
	Εκπαιδευτικό Επίπεδο	Μερική Δευτεροβάθμια	17,2%
	Δευτεροβάθμια (Απόφοιτος Λυκείου)	44,0%	50,0%
	Ανώτερη/Ανώτατη Εκπαίδευση	38,8%	43,0%
Εργασιακή Κατάσταση	Ολικής ή Μερικής Απασχόλησης	96,0%	82,0%
	Άνεργοι	2,0%	14,0%
	Συνταξιούχοι, Φοιτητές, Οικιακά	2,0%	4,0%

*Σταθμισμένα αποτελέσματα ως προς τον ελληνικό πληθυσμό 18-64 ετών

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Αναλυτικότερα, οι τρεις στους τέσσερις Έλληνες, που βρίσκονται στο στάδιο της έναρξης μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας ή συμμετέχουν ως ιδιοκτήτες με κάποιο ποσοστό σε μία νέα επιχείρηση είναι άνδρες. Σχεδόν δύο στους τρεις είναι ηλικίας 25-44 ετών και τρεις στους επτά έχουν ανώτερη / ανώτατη εκπαίδευση, ενώ μόνο ένας στους επτά είναι άνεργος. Όπως αποκαλύπτει και ο Πίνακας 1, τα κύρια χαρακτηριστικά του νέου επιχειρηματία δεν έχουν μεταβληθεί σε σχέση με τη προηγούμενη χρονιά, εκτός

ίσως από μία εντονότερη δραστηριοποίηση των ανέργων, όχι όμως σε σημαντικό βαθμό ώστε να επηρεάζει αυξητικά την επιχειρηματικότητα ανάγκης, ενώ έχει περιοριστεί η ήδη χαμηλή συμμετοχή των γυναικών.

Σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη, η Ελλάδα διατηρεί χαμηλότερα ποσοστά γυναικείας επιχειρηματικότητας, όπως θα φανεί και στη συνέχεια (25% οι γυναίκες επιχειρηματίες έναντι 31% στο σύνολο του GEM), ενώ δεν διαφοροποιείται σε επίπεδο ηλικιακής κατανομής. Σε όλες τις χώρες, ανεξαρτήτως μάλιστα από το επίπεδο του κατά κεφαλήν ΑΕΠ τους, είναι οι νέοι ηλικίας 25-34 ετών που συνήθως εμπλέκονται σε επιχειρηματική δραστηριότητα, με τον αντίστοιχο δείκτη (TEA) να φτάνει το 8,7% σε αυτήν την κατηγορία πληθυσμού. Πάντως, στις χώρες αντίστοιχου οικονομικού επιπέδου με την Ελλάδα, δηλαδή αυτές που χαρακτηρίζονται ως μεσαίου κατά κεφαλήν ΑΕΠ (10.000-25.000\$ ετησίως), η Ελλάδα υπερτερεί στα περισσότερα ηλικιακά κλιμάκια (Πίνακας 4.2), κάτι που φανερώνει την εντονότερη δραστηριοποίηση σε όλες τις κατηγορίες πληθυσμού. Μόνο στα άτομα ηλικίας 55-64 ετών, ο δείκτης συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας (TEA) υστερεί από το μέσο όρο του συνόλου. Στις ηλικίες μάλιστα 35-44 ετών η Ελλάδα εμφανίζει επίπεδο επιχειρηματικότητας αντίστοιχο με τις χώρες υψηλότερου εισοδήματος, με το 7,9% αυτών να βρίσκεται σε φάση εκκίνησης ενός νέου εγχειρήματος.

Πίνακας 4.2

Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (TEA) ανά ηλικία και επίπεδο του ΑΕΠ (ποσοστά ατόμων ηλικίας 18-64 ετών ανά ηλικιακή κατηγορία)

Κατά κεφαλήν ΑΕΠ 2004	Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (TEA) ανά ηλικία				
	18-24 ετών	25-34 ετών	35-44 ετών	45-54 ετών	55-64 ετών
Χώρες χαμηλού εισοδήματος (<10.000 \$)	15,69	19,77	16,54	12,75	9,53
Χώρες μεσαίου εισοδήματος (10.000-25.000 \$)	5,39	8,07	5,91	3,14	2,76
ΕΛΛΑΔΑ	5,99	8,71	7,89	3,35	1,69
Χώρες υψηλού εισοδήματος (>25.000 \$)	6,41	12,45	7,90	6,93	4,40

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

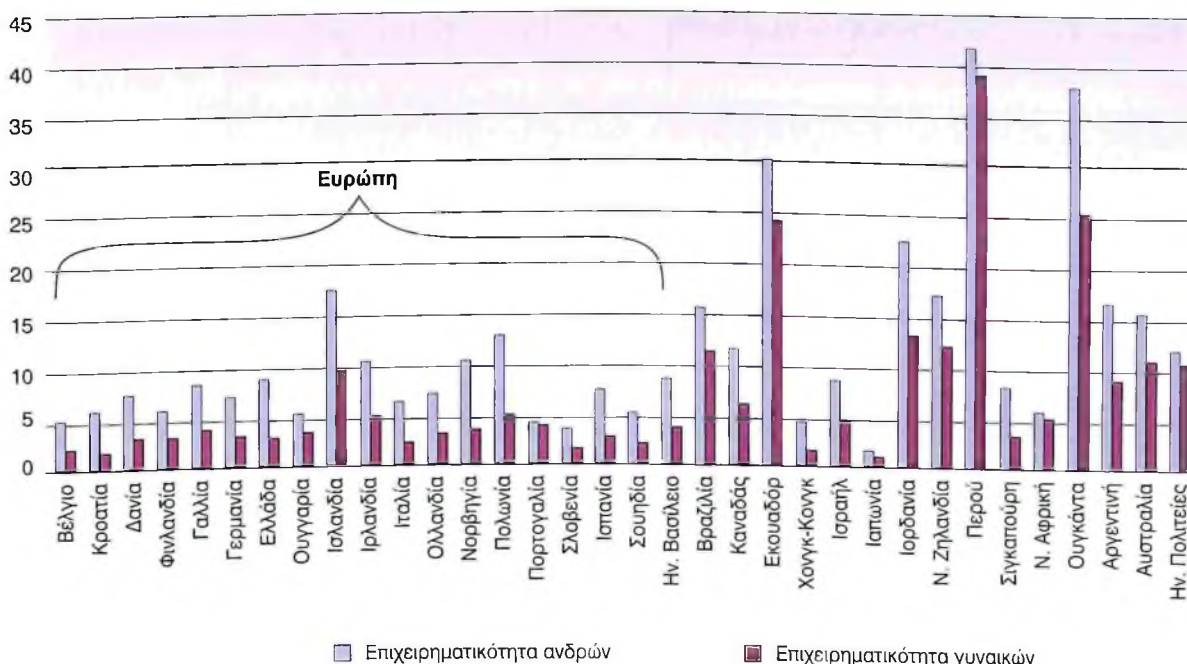
Σε ό,τι αφορά τα υπόλοιπα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος, πρέπει να σημειωθεί ότι γενικά υψηλά ποσοστά επιχειρηματικότητας από άτομα με υψηλότερο εκπαιδευτικό επίπεδο που ήδη εργάζονται καταγράφονται κυρίως στις χώρες με υψηλό

κατά κεφαλήν εισόδημα (>25000 €). Επομένως οι Έλληνες / Ελληνίδες νέοι και επίδοξοι επιχειρηματίες τείνουν – με βάση τις αντίστοιχες κατανομές σε αυτά τα δύο στοιχεία – να μοιάζουν περισσότερο με τους νέους επιχειρηματίες αυτών των χωρών, παρόλο που η Ελλάδα ανήκει στις μεσαίου εισοδήματος χώρες²⁶.

Γυναικεία επιχειρηματικότητα

Σύμφωνα με τα συνολικά αποτελέσματα της έρευνας ο δείκτης επιχειρηματικότητας ανδρών (στους 100 άνδρες 18-64 ετών) για το 2004 εκτιμάται σε 8,65%, ενώ για τις γυναίκες (100 γυναίκες 18-64 ετών) είναι 2,9%. Οι επιδόσεις αυτές φέρνουν την Ελλάδα στην 5η και 14η θέση αντίστοιχα μεταξύ των 19 ευρωπαϊκών χωρών που συμμετέχουν στην έρευνα, κάτι που σημαίνει ότι η Ελλάδα υστερεί του ευρωπαϊκού μέσου όρου στην επιχειρηματικότητα των γυναικών²⁷. Σε σχέση με την προηγούμενη έρευνα (2003), και τα δύο επίπεδα επιχειρηματικότητας έχουν υποχωρήσει – στο πλαίσιο άλλωστε της γενικής υποχώρησης του δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (TEA) - συγκρατώντας μεν την 5η θέση στην Ευρώπη για τους άνδρες (και μάλιστα σε 17 χώρες), αλλά χάνοντας αρκετές θέσεις κατάταξης στις γυναίκες.

Διάγραμμα 4.1
Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα TEA κατά φύλο το 2004
 (% ατόμων ηλικίας 18-64 ετών)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

²⁶ Αξίζει να σημειωθεί ότι στις χώρες μεσαίου εισοδήματος το ποσοστό των νέων και επίδοξων επιχειρηματιών που ήδη εργάζονται είναι 91%, ενώ στις υψηλού εισοδήματος είναι 81%, σχεδόν δηλαδή όσο είναι και στην Ελλάδα.

²⁷ Στο σύνολο των 34 χωρών που συμμετείχαν στο GEM το 2004, οι αντίστοιχες θέσεις είναι 15η στους άνδρες και 27η στις γυναίκες.

Το στοιχείο που προβληματίζει περισσότερο όμως είναι η απόκλιση μεταξύ των δύο δεικτών η οποία είναι αφενός η τρίτη υψηλότερη στην Ευρώπη, αφετέρου έχει διευρυνθεί σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά (Πίνακας 4.3). Έτσι το ποσοστό της συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας που αφορά στις γυναίκες, εκτιμάται μόλις σε 25,1% (έναντι 29,6% το 2003), επίδοση που είναι η δεύτερη χαμηλότερη στην Ευρώπη πίσω μόνο από την Κροατία. Πορτογαλία και Ουγγαρία είναι οι χώρες που εμφανίζουν το υψηλότερο επίπεδο γυναικείας επιχειρηματικότητας, αν και η συνολική τους επιχειρηματική δραστηριότητα (TEA) είναι χαμηλή και υστερεί έναντι της Ελλάδας.

Πίνακας 4.3

Εξέλιξη Συνολικής Γυναικείας Επιχειρηματικής Δραστηριότητας στην Ευρώπη σε σχέση με τη Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (% συμμετοχής στη συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα, TEA)

	Επιχειρηματική δραστηριότητα			
	Συνολική (TEA) 2004	Γυναικεία (%), 2004	Συνολική (TEA) 2003	Γυναικεία (%), 2003
Βέλγιο	3,47	29,6%	3,87	25,6%
Γαλλία	6,03	31,6%	1,40	48,8%
Γερμανία	5,07	30,6%	5,21	32,1%
Δανία	5,31	30,0%	5,88	24,5%
Ελλάδα	5,77	25,1%	6,77	29,4%
Ελβετία	-	-	7,41	29,9%
Ην.Βασίλειο	6,25	31,4%	6,36	30,1%
Ιρλανδία	7,70	32,5%	8,10	22,7%
Ισλανδία	13,57	35,2%	11,24	33,9%
Ισπανία	5,15	28,3%	6,77	30,1%
Ιταλία	4,32	26,5%	3,19	50,0%
Κροατία	3,73	23,2%	2,56	27,8%
Νορβηγία	6,98	25,5%	7,46	26,3%
Ολλανδία	5,11	30,5%	3,60	33,1%
Ουγγαρία	4,29	40,4%	-	-
Πολωνία	8,83	28,0%	-	-
Πορτογαλία	3,95	48,2%	-	-
Σλοβενία	2,60	30,7%	4,05	20,7%
Σουηδία	3,71	29,6%	4,12	25,3%
Φινλανδία	4,39	35,5%	3,14	20,9%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Το επίπεδο της γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα υστερεί σημαντικά ακόμα και σε σχέση με χώρες αντίστοιχου επιπέδου ανάπτυξης. Η Ελλάδα – μία μεσαίας δυναμικότητας χώρα με βάση το ετήσιο κατά κεφαλήν ΑΕΠ – εμφανίζει επίδοση στη συνολική γυναικεία επιχειρηματικότητα στο 2,9%, όταν όμως το αντίστοιχο επίπεδο σε αυτές τις χώρες είναι κατά μέσο όρο 3,86%. Πάντως οι χώρες αντίστοιχης οικονομικής ανάπτυξης με την Ελλάδα εμφανίζονται συνολικά να υστερούν το 2004 σημαντικά σε γυναικεία επιχειρηματικότητα σε σχέση με τις χώρες υψηλότερης οικονομικής ανάπτυξης²⁸ (Πίνακας 4).

Πίνακας 4.4

Επίπεδο Ανδρικής και Γυναικείας Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (ΤΕΑ, 2004) και επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης (% ατόμων ηλικίας 18-64 ετών)

Κατά κεφαλήν ΑΕΠ (2004)	Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (ΤΕΑ)	
	Γυναικεία	Ανδρική
Χώρες χαμηλού εισοδήματος (< 10.000 \$)	13,04	18,45
Χώρες μεσαίου εισοδήματος (10.000-25.000 \$)	3,86	6,77
Χώρες υψηλού εισοδήματος (>25.000 \$)	6,76	9,00

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και ανάγκης

Το ζήτημα που προκύπτει όμως είναι σε τι βαθμό αυτά τα γενικά χαρακτηριστικά διαφοροποιούνται όταν η ανάλυση εστιαστεί στις επιχειρηματικές πρωτοβουλίες που είναι αποτέλεσμα ανάγκης, δηλαδή αποτελούν μία βιοποριστική διέξοδο ελλείψει άλλων δυνατοτήτων εργασίας ή - το πιθανότερο - δυσαρέσκειας με την υπάρχουσα εργασία²⁹.

Η σημαντικότερη διαφοροποίηση εμφανίζεται και πάλι στην επιχειρηματικότητα των γυναικών. Πιο συγκεκριμένα, μόνο το 56,6% της εκτιμώμενης γυναικείας επιχειρηματικότητας έχει ως κίνητρο την εκμετάλλευση μιας ευκαιρίας (έναντι σχεδόν 70% της ανδρικής), υποχωρώντας μάλιστα τρεις ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με το 2003. Πρόκειται για τη χαμηλότερη επίδοση από όλες τις ευρωπαϊκές χώρες, την 4η χαμηλότερη στο σύνολο του GEM και εντάσσεται βέβαια στη γενικότερη υστέρηση της επιχειρηματικότητας

²⁸ Οι πολύ υψηλές επιδόσεις σε συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα (ΤΕΑ) γυναικών στις χώρες χαμηλής οικονομικής ανάπτυξης εντάσσεται άλλωστε στο πλαίσιο των υψηλότερων δεικτών συνολικής επιχειρηματικότητας που έχουν καταγραφεί σε αυτές (βλ προηγούμενα κεφάλαια).

²⁹ Με δεδομένο ότι - όπως αναφέρθηκε και προηγούμενα - περίπου το 66% της συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα έχει ως κίνητρο (κατά δήλωση) την εκμετάλλευση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας, το δημογραφικό προφίλ των επιχειρηματιών ακολουθεί πάνω-κάτω τα χαρακτηριστικά του συνόλου. Γι' αυτό και το ενδιαφέρον εδώ εστιάζεται στην επιχειρηματικότητα ανάγκης, παρά το μικρότερό της εύρος.

τας ευκαιρίας της Ελλάδας σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες, παρά την αύξησή της το 2004. Άλλωστε είναι γεγονός ότι και στους άνδρες, η επίδοση του 70% είναι από τις χαμηλότερες στην Ευρώπη, ωστόσο το φαινόμενο είναι ακόμα εντονότερο στις γυναίκες όπου η επιχειρηματικότητα ανάγκης είναι πιο ευρεία. Φαίνεται επομένως ότι σχεδόν το σύνολο της μικρής έστω αύξησης της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας του 2004 προήλθε κυρίως από άνδρες παρά γυναίκες.

Πίνακας 4.5

*Ποσοστό της Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (TEA)
που έχει ως κίνητρο την εκμετάλλευση κάποιας επιχειρηματικής ευκαιρίας*

	2004		2003	
	Ανδρική Επιχειρηματική Δραστηριότητα Ευκαιρίας	Γυναικεία Επιχειρηματική Δραστηριότητα Ευκαιρίας	Ανδρική Επιχειρηματική Δραστηριότητα Ευκαιρίας	Γυναικεία Επιχειρηματική Δραστηριότητα Ευκαιρίας
Βέλγιο	84,8%	79,5%	91,8%	69,9%
Γαλλία	76,1%	73,6%	31,1%	67,9%
Γερμανία	69,1%	64,6%	75,9%	62,2%
Δανία	94,1%	83,3%	89,4%	92,6%
Ελλάδα	69,5%	56,6%	62,1%	59,5%
Ελβετία	—	—	84,5%	84,2%
Ην. Βασίλειο	89,6%	84,1%	83,5%	84,6%
Ιρλανδία	88,5%	81,8%	80,7%	91,1%
Ισλανδία	88,7%	89,0%	85,6%	80,2%
Ισπανία	86,7%	90,7%	90,3%	87,3%
Ιταλία	71,8%	69,7%	100,0%	81,3%
Κροατία	50,0%	70,1%	80,0%	37,2%
Νορβηγία	85,4%	73,7%	87,9%	92,5%
Ολλανδία	84,3%	85,5%	86,0%	78,7%
Ουγγαρία	67,3%	59,8%	—	—
Πολωνία	67,4%	58,0%	—	—
Πορτογαλία	83,9%	65,4%	—	—
Σλοβενία	87,2%	75,5%	77,8%	69,0%
Σουηδία	87,7%	88,5%	89,4%	95,6%
Φινλανδία	79,5%	80,1%	82,7%	100,0%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Επομένως το ποσοστό των γυναικών με κίνητρο την ανάγκη σε σχέση με τη συνολική επιχειρηματικότητα διευρύνεται σημαντικά, από 25% σε 39%: δύο στους πέντε «επιχειρηματίες ανάγκης» είναι γυναίκες, υποδηλώνοντας ένα δυσκολότερο εργασιακό περιβάλλον για τις γυναίκες. Η μεγαλύτερη ανεργία, αλλά και ο υψηλότερος βαθμός μη ικανοποίησής τους από τις συνθήκες εργασίας όσων εργάζονται είναι μεγαλύτερος από τους άνδρες. Αντίστοιχες δυσκολίες φαίνεται να παρουσιάζονται στις ηλικίες 35-44 ετών, ενώ αντίθετα στην πιο δυναμική κατηγορία των νέων 25-34 ετών, οι επιχειρηματίες ανάγκης περιορίζονται σε σχέση με τη συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα (TEA) (Πίνακας 4.6).

Πίνακας 4.6

Δημογραφικά χαρακτηριστικά των νέων και επίδοξων επιχειρηματιών ανάγκης το 2004 (ποσοστά επί της συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά κατηγορία)

		Επιχειρηματική δραστηριότητα*	
		Ανάγκης	Συνολική
Φύλο	Άνδρες	60,6%	75,0%
	Γυναίκες	39,4%	25,0%
Ηλικιακές Κατηγορίες	18-24 ετών	18,8%	14,7%
	25-34 ετών	21,9%	36,2%
	35-44 ετών	40,6%	31,9%
	45-54 ετών	15,6%	12,1%
	55-64 ετών	3,1%	5,2%
Εκπαιδευτικό Επίπεδο	Μερική Δευτεροβάθμια	12,4%	7,0%
	Δευτεροβάθμια (Απόφοιτος Λυκείου)	43,8%	50,0%
	Ανώτερη/Ανώτατη Εκπαίδευση	43,8%	43,0%
Εργασιακή Κατάσταση	Ολικής ή Μερικής Απασχόλησης	75,8%	82,0%
	Άνεργοι	21,2%	14,0%
	Συνταξιούχοι, Φοιτητές, Οικιακά	3,0%	4,0%

*Σταθμισμένα αποτελέσματα ως προς τον ελληνικό πληθυσμό 18-64 ετών

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Σε σχέση με την προηγούμενη έρευνα (2003) η συμμετοχή των γυναικών στην επιχειρηματικότητα ανάγκης έχει αυξηθεί, παρά τη γενική τάση περιορισμού της συνολικής επιχειρηματικότητας. Επίσης οι δυσκολίες στην εύρεση εργασίας ή πιθανότερα η μη ικανοποίηση από την παρούσα απασχόληση φαίνεται να μετατοπίζεται από την κατηγορία των ατόμων ηλικίας 25-34 ετών στην αμέσως επόμενη ηλικιακή κατηγορία, ενώ διευρύνεται η επιχειρηματικότητα ανάγκης στους νέους 18-24 ετών. Τέλος, υψηλή επιχειρηματικότητα ανάγκης καταγράφεται πλέον και στους απόφοιτους κάποιας ανώτερης / ανώτατης σχολής, κάτι που φανερώνει τις διογκούμενες δυσκολίες στην αγορά εργασίας και για αυτή την - υψηλότερης κατάρτισης και δεξιοτήτων - κατηγορία πληθυσμού.

Τομέας επιχειρηματικής δραστηριότητας και δημογραφικά χαρακτηριστικά

Συσχετίζοντας τα παραπάνω δημογραφικά χαρακτηριστικά με τους τομείς στους οποίους ταξινομούνται οι νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες που εντοπίστηκαν από την έρευνα διαμορφώνεται ο Πίνακας 4.7³⁰. Λογικά, η πλειοψηφία κάθε δημογραφικής κατηγορίας ατόμων ασχολείται (ή πρόκειται να ασχοληθεί) με επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες / προϊόντα προς τους καταναλωτές, στις οποίες άλλωστε κατατάσσεται το 51% όλων των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, ενώ ακολουθεί συνήθως η μεταποιητική δραστηριότητα. Οι ενδιαφέρουσες διαφοροποιήσεις από αυτή τη γενική εικόνα αφορούν:

- Τα άτομα ηλικίας 45-54 ετών, οι μισοί από τους οποίους κατευθύνονται προς κάποια «μεταποιητική» δραστηριότητα, ενώ μόνο ένας στους τέσσερις αποφασίζει να ασχοληθεί με καταναλωτικά προϊόντα / υπηρεσίες. Η εμπειρία που έχουν αποκτήσει από την εργασία τους σε κάποια δραστηριότητα «μεταποίησης» για αρκετά προφανώς χρόνια φαίνεται να τους οδηγεί είτε αυτόνομα, είτε σε αρκετές περιπτώσεις για λογαριασμό του εργοδότη τους, στην έναρξη ενός νέου εγχειρήματος.
- Η υψηλότερη συμμετοχή των γυναικών έναντι των ανδρών (33% έναντι 27%) στη «μεταποίηση» ξενίζει αρχικά, αλλά ερμηνεύεται από το γεγονός ότι αναφέρεται περισσότερο σε δραστηριότητες διανομής χονδρικής και όχι σε κλασσικές μεταποιητικές δραστηριότητες.
- Τα άτομα με ανώτερη / ανώτατη εκπαίδευση μπορεί επίσης να ασχολούνται κυρίως με προϊόντα / υπηρεσίες προς καταναλωτές (λιανικό εμπόριο, ξενοδοχεία / εστιατόρια, υπηρεσίες υγείας, εκπαίδευσης κτλ), ωστόσο καταγράφονται υψηλά ποσοστά ενασχόλησης τόσο με τον τομέα της «μεταποίησης», όσο βεβαίως και στις υπηρεσίες προς επιχειρήσεις, όπου υπερισχύουν έναντι των άλλων κατηγοριών εκπαιδευτικού επιπέδου. Πρόκειται κατά κανόνα άλλωστε για δραστηριότητες υψηλότερης προστιθέμενης αξίας που απαιτούν κατάρτιση και περισσότερες και πιο εξειδικευμένες δεξιότητες, από αυτούς που θα αποφασίσουν να ασχοληθούν με αυτές, ώστε να σταθούν ανταγωνιστικά στην αντίστοιχη αγορά στην οποία εισέρχονται.

³⁰ Για τη συνέχεια της ανάλυσης, και με δεδομένη τη δημογραφική σύνθεση που αποτυπώνεται στον Πίνακα 1, δεν έχει στατιστικό νόημα η αποτύπωση των τάσεων της κατηγορίας πληθυσμού μερικής δευτεροβάθμιας (εκπαιδευτικό επίπεδο), αλλά και συνταξιούχων / φοιτητών / οικιακών (εργασιακή κατάσταση). Παρά το γεγονός ότι και η κατηγορία των ανέργων είναι επίσης περιορισμένη, κρίθηκε σκόπιμο να συμπεριληφθεί στην ανάλυση κατά περίπτωση, μιας και πρόκειται για μια κατηγορία πληθυσμού που ενδιαφέρει εννοιολογικά τη μέτρηση της επιχειρηματικότητας.

Πίνακας 4.7

*Δημογραφικά χαρακτηριστικά των νέων & επίδοξων επιχειρηματιών (2004)
ανάλογα με τον τομέα επιχειρηματικής δραστηριότητας
(ποσοστά επί της συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά κατηγορία)*

		Πρωτογενής δραστηριότητα	Μεταποιητική-δραστηριότητα*	Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις	Προϊόντα / Υπηρεσίες προς καταναλωτές
Σύνολο		3%	28%	18%	51%
Φύλο	Άνδρες	2%	27%	18%	53%
	Γυναίκες	7%	33%	15%	44%
Ηλικιακές Κατηγορίες	18-24 ετών	0%	38%	8%	54%
	25-34 ετών	2%	20%	24%	54%
	35-44 ετών	6%	22%	17%	56%
	45-54 ετών	6%	50%	19%	25%
	55-64 ετών	0%	44%	0%	56%
Εκπαιδευτικό Επίπεδο	Δευτεροβάθμια (Απόφοιτος Λυκείου)	5%	21%	11%	63%
	Ανώτερη/Ανώτατη Εκπαίδευση	2%	34%	27%	38%
Εργασιακή Κατάσταση	Απασχολούμενοι	4%	30%	18%	48%
	Άνεργοι	0%	20%	20%	60%

* Υπενθυμίζεται ότι – σύμφωνα με τη μεθοδολογία GEM - η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει εκτός της μεταποίησης, τις κατασκευές, την ενέργεια, αλλά και μεταφορές και διανομή χονδρικής.

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

- Υψηλότερο του μέσου όρου είναι το ποσοστό των ανέργων που κατευθύνονται στην τέταρτη (και πιο «ρηχή» όπως έχει αναφερθεί) περιοχή δραστηριοτήτων, ίσως γιατί απαιτεί αφενός λιγότερες δεξιότητες, αφετέρου χαμηλότερο ύψος αρχικής επένδυσης σε σχέση με τη μεταποίηση, όπως φάνηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο.
- Τέλος, σε σχέση με την εικόνα όλων των χωρών μεσαίου εισοδήματος, η Ελλάδα υπερτερεί σε επιχειρηματικότητα στη «μεταποιητική» δραστηριότητα (28% έναντι 23%) και υστερεί σε δραστηριότητα που αφορά προϊόντα / υπηρεσίες προς καταναλωτές. Έτσι ως προς τον πρώτο τομέα φαίνεται να προσεγγίζει περισσότερο τις χώρες χαμηλού εισοδήματος, ενώ ως προς τον δεύτερο κινείται προς τις χώρες υψηλού εισοδήματος (Πίνακας 4.8)

Πίνακας 4.8

Ποσοστιαία διάρθρωση συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας (ΤΕΑ, 2004) σε σχέση με το ΑΕΠ (% επί της συνολικής δραστηριότητας ανά κατηγορία)

Κατά κεφαλήν ΑΕΠ (2004)	Πρωτογενής δραστηριότητα	Μεταποιητική-δραστηριότητα*	Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις	Προϊόντα / Υπηρεσίες προς καταναλωτές
Χώρες χαμηλού εισοδήματος (<10.000 \$)	5,35%	28,77%	10,02%	55,86%
Χώρες μεσαίου εισοδήματος (10.000-25.000 \$)	2,00%	23,17%	17,44%	57,40%
ΕΛΛΑΔΑ	3,00%	28,00%	18,00%	51,00%
Χώρες υψηλού εισοδήματος (>25.000 \$)	6,47%	21,05%	27,66%	44,82%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Επιχειρηματικότητα ταχείας ανάπτυξης και δημογραφικά χαρακτηριστικά

Ενδιαφέρον όμως έχει και η συσχέτιση των δημογραφικών στοιχείων και με άλλα χαρακτηριστικά των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών και ιδιαίτερα αυτά που συνδέονται με μια επιχειρηματικότητα ταχείας ανάπτυξης και περιλαμβάνουν συλλογισμούς της επιχειρηματικότητας υψηλών δυνατοτήτων. Πιο συγκεκριμένα, οι επιχειρηματικές πρωτοβουλίες εξετάζονται ως προς τέσσερα «δυναμικά» χαρακτηριστικά:

- α) τη νέα τεχνολογία, με την έννοια της χρησιμοποίησης τεχνολογιών και διαδικασιών που δεν ήταν διαθέσιμες ένα χρόνο πριν τη διεξαγωγή της έρευνας για την παραγωγή / διάθεση των προϊόντων / υπηρεσιών,
- β) το επίπεδο του ανταγωνισμού στην αγορά που απευθύνεται η νέα επιχείρηση,
- γ) τον εξαγωγικό προσανατολισμό της, με την έννοια της εκτίμησης του ποσοστού των πελατών ή των δυνητικών πελατών, όταν ξεκινήσει να λειτουργεί η επιχείρηση που ζουν εκτός Ελλάδας και τέλος
- δ) τη δυνατότητα δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας σε έναν χρονικό ορίζοντα πενταετίας. Τα αποτελέσματα αυτών των συσχετίσεων αποδίδονται στους Πίνακες 4.9α και 4.9β.

Πίνακας 4.9α

Δημογραφικά χαρακτηριστικά των νέων & επίδοξων επιχειρηματιών
και δυναμικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας
(ποσοστά επί της συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά κατηγορία, 2004)

		Τεχνολογία / διαδικασίες*	Ανταγωνισμός		
			Αρκετοί ανταγωνιστές	Λίγοι ανταγωνιστές	Κανένας ανταγωνιστής
Σύνολο		24%	61%	26%	13%
Σύνολο (2003)		20%	50%	37%	13%
Φύλο	Άνδρες	20%	65%	23%	12%
	Γυναίκες	36%	46%	36%	18%
Ηλικιακές Κατηγορίες	18-24 ετών	23%	54%	31%	15%
	25-34 ετών	24%	67%	22%	12%
	35-44 ετών	14%	49%	35%	16%
	45-54 ετών	47%	65%	18%	18%
	55-64 ετών	20%	80%	20%	0%
Εκπαιδευτικό Επίπεδο	Δευτεροβάθμια (Απόφοιτος Λυκείου)	22%	64%	21%	16%
	Ανώτερη/Ανώτατη Εκπαίδευση	27%	57%	30%	13%
Εργασιακή Κατάσταση	Απασχολούμενοι	21%	62%	26%	12%
	Άνεργοι	46%	46%	23%	31%

* Ποσοστό περιπτώσεων όπου η τεχνολογία / διαδικασίες που απαιτούνται για το προϊόν / υπηρεσία δεν ήταν διαθέσιμες ένα χρόνο πριν.

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Διαπιστώνεται καταρχάς ότι σχεδόν μία στις τέσσερις (24% έναντι 20% το 2003) επιχειρηματικές πρωτοβουλίες που εντοπίστηκαν στην έρευνα σχετίζεται με τεχνολογίες / διαδικασίες, οι οποίες δεν ήταν διαθέσιμες πριν από ένα χρόνο. Οι θετικές απαντήσεις των γυναικών μάλιστα υπερτερούν (αν και όχι σε στατιστικά σημαντικό βαθμό) των ανδρών (36% έναντι 20%), κάτι που φανερώνει ότι η επιχειρηματική πρωτοβουλία των γυναικών (όπως και το 2003) διέπεται από μεγαλύτερη χρήση νέων τεχνολογιών / διαδικασιών, χωρίς πάντως αυτή να έχει κάποια κλαδική προδιάθεση, αφού δεν εστιάζεται σε συγκεκριμένους τομείς. Στο ίδιο πλαίσιο, οι γυναίκες συνεχίζουν να εμφανίζουν υψηλότερα ποσοστά και στο ζήτημα του ανταγωνισμού, αφού πάνω από τις μισές (54%) δηλώνουν ότι εισέρχονται σε μία αγορά με μικρό ή και μηδενικό αριθμό ανταγωνιστών (39% το σύνολο). Αντίθετα, στους άνδρες το αντίστοιχο ποσοστό είναι μόλις 35%, αφού η πλειοψηφία τους (65%) φαίνεται να δραστηριοποιείται σε μία έντονη ανταγωνιστική αγορά με μεγάλο αριθμό παικτών.

Πίνακας 4.9β

Δημογραφικά χαρακτηριστικά των νέων & επίδοξων επιχειρηματιών
και δυναμικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας
(ποσοστά επί της συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας κάθε κατηγορίας, 2004)

		Εξαγωγικός προσανατολισμός ¹			Θέσεις εργασίας που αναμένεται να δημιουργηθούν σε 5 χρόνια		
		0	≤50%	>50%	Καμία	Μία έως τρεις	Τέσσερις και άνω
Σύνολο		81%	8%	11%	24%	42%	34%
Σύνολο (2003)		81%	10%	9%	25%	38%	37%
Φύλο	Άνδρες	81%	9%	10%	20%	45%	35%
	Γυναίκες	83%	4%	13%	40%	30%	30%
Ηλικιακές Κατηγορίες	18-24 ετών	80%	10%	10%	25%	50%	25%
	25-34 ετών	87%	2%	11%	17%	46%	38%
	35-44 ετών	79%	12%	9%	35%	50%	15%
	45-54 ετών	73%	7%	20%	0%	14%	86%
	55-64 ετών	78%	22%	0%	50%	25%	25%
Εκπαιδευτικό Επίπεδο	Δευτεροβάθμια (Απόφοιτος Λυκείου)	83%	10%	8%	36%	48%	16%
	Ανώτερη/Ανώτατη Εκπαίδευση	79%	8%	13%	10%	40%	50%
Εργασιακή Κατάσταση	Απασχολούμενοι	84%	7%	9%	25%	42%	33%
	Άνεργοι	50%	20%	30%	0%	50%	50%

* Το ποσοστό των (δυνητικών) πελατών της επιχείρησης που εκτιμάται ότι ζει εκτός Ελλάδας.

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Από την άλλη πλευρά όμως, ο εξαγωγικός προσανατολισμός τόσο της γυναικείας όσο και της ανδρικής επιχειρηματικότητας είναι πολύ χαμηλός. Πάνω από το 80% και των δύο φύλων (81% το σύνολο) δηλώνει ότι το σύνολο της πελατείας που (θα) έχουν, κατοικεί εντός Ελλάδας³¹. Εξάλλου, παρά το μεγαλύτερο ανταγωνισμό και το σχετικά χαμηλότερο επίπεδο χρήσης νέων τεχνολογιών, οι άνδρες «επιχειρηματίες» είναι πιο αισιόδοξοι από τις γυναίκες ως προς την εξέλιξη της επιχείρησής τους σε επίπεδο απασχόλησης (όπως και το 2003), αφού το 80% θεωρεί ότι θα δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας σε βάθος χρόνου πενταετίας (έναντι 60% των γυναικών και 76% του συνόλου).

³¹ Πάντως το 2003, σχεδόν το 25% των γυναικών (έναντι μόνο 15% των ανδρών) είχαν ξεκινήσει δραστηριότητα με κάποιον εστω και μικρό εξαγωγικό προσανατολισμό.

Ηλικιακά διαπιστώνεται ότι ένα υψηλό ποσοστό του πληθυσμού 45-54 ετών ξεκινά δραστηριότητες που χρησιμοποιούν νέες τεχνολογίες / διαδικασίες (47%), σε αντίθεση με τις ηλικίες 35-44 ετών που εμφανίζονται να υστερούν του συνολικού μέσου όρου. Σε συνδυασμό με το γεγονός ότι παράλληλα το 65% των ατόμων ηλικίας 45-54 ετών δηλώνει μεγάλο αριθμό ανταγωνιστών, προκύπτει ότι αυτή η ηλικιακή κατηγορία στηρίζει τις προσδοκίες της για ισχυροποίηση στην αγορά σε αυτόν ακριβώς τον καινοτομικό χαρακτήρα των προϊόντων / υπηρεσιών που (πρόκειται να) προσφέρει. Έτσι παρά το γεγονός ότι ο ανταγωνισμός στην αγορά που δραστηριοποιούνται είναι έντονος, στοχεύουν όχι μόνο να κερδίσουν κάποια μερίδια αγοράς, αλλά σταδιακά να αναπτυχθούν και να δημιουργήσουν και νέες θέσεις εργασίας: το 86% αυτών θεωρεί ότι θα δημιουργήσει πάνω από τέσσερις θέσεις εργασίας, ενώ το 20% - ποσοστό υψηλότερο από κάθε άλλη κατηγορία πληθυσμού - (θα) απευθύνεται κυρίως σε πελατεία εξωτερικού (πάνω από 50% του τζίρου τους), θα διέπεται δηλαδή από έναν μεγάλο βαθμό εξωστρέφειας. Γενικά η ηλικία 45-54 ετών αναδεικνύεται ως μία πολύ δυναμική κατηγορία πληθυσμού, που φαίνεται να εκδηλώνει μία επιχειρηματικότητα υψηλότερων δυνατοτήτων σε σχέση με τις υπόλοιπες ηλικίες και η οποία άλλωστε κατευθύνεται κυρίως σε μεταποιητικές δραστηριότητες³².

Η σχέση του επιπέδου μόρφωσης και των εξεταζόμενων δυναμικών χαρακτηριστικών της (νέας) επιχειρηματικότητας διατηρεί την κατεύθυνση που είναι μάλλον αναμενόμενη για την κατηγορία ατόμων ανώτερης / ανώτατης εκπαίδευσης:

- Υψηλότερο ποσοστό των δικών τους δραστηριοτήτων έναντι των υπόλοιπων επιχειρηματιών (θα) χρησιμοποιεί "μοντέρνες" τεχνολογίες / διαδικασίες (27% έναντι συνόλου 24%),
- Υψηλότερο ποσοστό αυτών (θα) έχει έστω και οριακό εξαγωγικό προσανατολισμό (21% έναντι μ.ο. 19%),
- Υψηλότερο ποσοστό των δραστηριοτήτων τους απευθύνεται σε μία αγορά με περιορισμένο ή και μηδενικό αριθμό ανταγωνιστών (43% έναντι μ.ο. 39%),
- Το 90% αυτών (έναντι μέσου όρου 76%) προσβλέπει σε ανάπτυξη που θα μεταφραστεί και σε διεύρυνση της απασχόλησης, με τους μισούς μάλιστα να αναμένουν πάνω από τέσσερις νέες θέσεις εργασίας στην επόμενη πενταετία.

Τέλος, σε επίπεδο εργασιακής κατάστασης των ερωτώμενων, οι απασχολούμενοι (πλήρως ή μερικώς) δίνουν τη συνολική τάση στο δείγμα, όμως θετικά μηνύματα εκπέμπονται και από την κατηγορία των ανέργων. Οι τελευταίοι εμφανίζονται αφενός να υιοθετούν νέες

³² Με την έννοια που χρησιμοποιείται η «μεταποίηση» στην μεθοδολογία GEM.

τεχνολογίες / διαδικασίες και να εισέρχονται σε νέες δραστηριότητες χωρίς ανταγωνιστές, αφετέρου οι μισοί δείχνουν έναν έστω και οριακό εξαγωγικό προσανατολισμό, ενώ προσδοκούν στο σύνολό τους σε δημιουργία έστω και μίας νέας θέσης εργασίας³³.

4.2 Ο ρόλος των πολιτισμικών χαρακτηριστικών

Διαφορές στα προσωπικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά μεταξύ επιχειρηματιών ευκαιρίας και μη επιχειρηματιών

Για την επισήμανση των πολιτισμικών χαρακτηριστικών που επηρεάζουν τη συμπεριφορά του πληθυσμού θα πρέπει καταρχάς να εντοπιστεί αν υπάρχει κάποιο στοιχείο που ξεχωρίζει και καθορίζει τη συμπεριφορά αυτών των νέων ή επίδοξων επιχειρηματιών από τον υπόλοιπο πληθυσμό των μη επιχειρηματιών³⁴. Αν δηλαδή οι απόψεις τους για θέματα που συνδέονται με την επιχειρηματικότητα, τους διαφοροποιούν σε σχέση με τα άτομα που δεν έχουν εκδηλώσει αντίστοιχη διάθεση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Μάλιστα κρίνεται σκόπιμο η ανάλυση να εστιάσει στους επιχειρηματίες ευκαιρίας – οι οποίοι άλλωστε αποτελούν και την πλειοψηφία των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών – και να αγνοήσει σε αυτή τη φάση τους επιχειρηματίες ανάγκης, τα κίνητρα των οποίων είναι περισσότερο βιοποριστικά και άρα αποδυναμώνουν την όποια επίπτωση άλλων χαρακτηριστικών.

Οι παράγοντες που χρησιμοποιεί η έρευνα του GEM διακρίνονται σε δύο ομάδες. Η πρώτη αναφέρεται στο άμεσο περιβάλλον του ατόμου, *προσωπικά* περισσότερο χαρακτηριστικά που συνδέονται με την εξοικείωσή του με την επιχειρηματική δραστηριότητα, την αυτοπεποίθησή του και τις πιθανές ευκαιρίες που αντιλαμβάνεται γύρω του (επιχειρηματική συγκυρία). Η δεύτερη ομάδα συνθέτει τις απόψεις του ατόμου για το ευρύτερο περιβάλλον στο οποίο κινείται και τον τρόπο που θεωρεί ότι προσεγγίζεται το ζήτημα της επιχειρηματικότητας συνολικά από τους Έλληνες (*πολιτισμικά* χαρακτηριστικά). Στον Πίνακα 4.10 παρουσιάζονται συγκριτικά οι απόψεις των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών και όσων δεν είναι επιχειρηματίες, ανάλογα με τη θετική τους απάντηση σε κάθε έναν από τους εξεταζόμενους παράγοντες.

³³ Ενδιαφέρον βεβαίως θα είχε να εξεταστεί η επιβεβαίωση αυτών των προσδοκιών με μία μορφή παρακολούθησης αυτού του δείγματος (sample tracking), κάτι ωστόσο που θα μπορούσε να είναι αντικείμενο άλλης έρευνας.

³⁴ Πρέπει να σημειωθεί ότι ένα κομμάτι του συνολικού δείγματος αφορά μεν επιχειρηματίες αλλά όχι νέους με την μεθοδολογική προσέγγιση του GEM. Το τμήμα αυτό δεν περιλαμβάνεται στην τρέχουσα ανάλυση, έτσι ώστε να γίνεται σύγκριση των νέων & επίδοξων επιχειρηματιών με τα άτομα που δεν έχουν προχωρήσει ποτέ σε κάποια επιχειρηματική δραστηριότητα.

Πίνακας 4.10
Προσωπικοί και πολιτισμικοί παράγοντες επιχειρηματικότητας
(ποσοστά θετικών απαντήσεων από το αντίστοιχο υπο-δείγμα)

		Επιχειρηματίες ευκαιρίας	Μη επιχειρηματίες
Προσωπικά χαρακτηριστικά	Γνωρίζω προσωπικά κάποιον που ξεκίνησε μια επιχείρηση τα τελευταία δύο έτη	46,8%	42,5%
	Τους επόμενους 6 μήνες θα υπάρξουν καλές ευκαιρίες για την ίδρυση μιας επιχείρησης στην περιοχή που ζω	42,3%	33,4%
	Διαθέτω τις γνώσεις, ικανότητα και εμπειρία που απαιτούνται για να ξεκινήσω μια νέα επιχείρηση	64,0%	55,5%
	Δεν φοβάμαι την αποτυχία, ώστε να με απέτρεπε από το να ξεκινήσω μια νέα επιχείρηση	47,4%	46,9%
Απόψεις για το ευρύτερο περιβάλλον (πολιτισμικά χαρακτηριστικά)	Στη χώρα μου, οι περισσότεροι θα προτιμούσαν όλοι οι άνθρωποι να είχαν το ίδιο βιοτικό επίπεδο	70,5%	70,3%
	Στη χώρα μου, οι περισσότεροι θεωρούν την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης μια επιθυμητή επιλογή επαγγελματικής σταδιοδρομίας	74,4%	66,7%
	Στη χώρα μου, όσοι επιτυγχάνουν στην ίδρυση μιας νέας επιχείρησης έχουν κοινωνική καταξίωση και σεβασμό	64,8%	73,5%
	Στη χώρα μου, βλέπει κανείς συχνά ιστορίες για επιτυχημένες νέες επιχειρήσεις στα μέσα ενημέρωσης.	44,8%	41,1%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Αν και οι διαφορές μεταξύ των ποσοστών των θετικών απαντήσεων των δύο ομάδων δεν είναι στατιστικά σημαντικές στις περισσότερες περιπτώσεις και δεν τεκμηριώνουν διακριτά χαρακτηριστικά μεταξύ τους, εν τούτοις μπορούν να επισημανθούν ορισμένες γενικές τάσεις. Καταρχάς, παρόλο που οι δύο κατηγορίες πληθυσμού δεν διαφέρουν ιδιαίτερα στις εξεταζόμενες μεταβλητές, σε επτά από τις οκτώ, οι θετικές απαντήσεις των επιχειρηματιών ευκαιρίας είναι περισσότερες από τις αντίστοιχες των μη επιχειρηματιών. Διαπιστώνεται ότι ελαφρά περισσότεροι από τους πρώτους γνωρίζουν προσωπικά κάποιο νέο επιχειρηματία, ενώ κοινό ποσοστό (47%) δηλώνει ότι δε φοβάται την ενδεχόμενη αποτυχία. Ωστόσο, υψηλότερο ποσοστό επιχειρηματιών ευκαιρίας αντιλαμβάνεται καλές επιχειρηματικές ευκαιρίες στην περιοχή που ζει και αρκετοί περισσότεροι επιχειρηματίες ευκαιρίας (σχεδόν 10 ποσοστιαίες μονάδες διαφορά) δηλώνουν ισχυρό γνωστικό υπόβαθρο και ικανότητες για έναρξη νέας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας.

Σε ότι αφορά τα ευρύτερα χαρακτηριστικά της ελληνικής πολιτισμικής νοοτροπίας απέναντι στην επιχειρηματικότητα, κοινό ποσοστό, οκτώ στους 11, θεωρούν ότι οι περισσότεροι Έλληνες θα προτιμούσαν όλοι οι άνθρωποι να είχαν το ίδιο βιοτικό επίπεδο. Από την άλλη όμως, ελαφρά υψηλότερο ποσοστό επιχειρηματιών ευκαιρίας θεωρεί ότι καταγράφονται συχνά επιτυχημένες επιχειρηματικές ιστορίες στα ελληνικά ΜΜΕ, ενώ αρκετά υψηλότερο είναι το ποσοστό των νέων επιχειρηματιών ευκαιρίας που θεωρεί την επιχειρηματική δραστηριότητα ως μια επιθυμητή επιλογή καριέρας (75% έναντι 67%). Η μόνη σημαντική διαφοροποίηση εντοπίζεται στην κοινωνική αποδοχή του επιχειρηματία και μάλιστα όχι προς την ίσως αναμενόμενη κατεύθυνση. Φαίνεται ότι οι μη επιχειρηματίες πιστεύουν περισσότερο στην κοινωνική καταξίωση και τον σεβασμό των επιτυχημένων επιχειρηματιών απ' ότι οι ίδιοι οι νέοι επιχειρηματίες, παρόλο που και τα δύο ποσοστά είναι σχετικά υψηλά (74,4% έναντι 66,7%).

Συνεπώς τα προσωπικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών ευκαιρίας και των μη επιχειρηματιών δεν παρουσιάζουν σημαντικές διαφοροποιήσεις στις επιμέρους κατηγορίες πληθυσμού, με τις γυναίκες να εκφράζουν θετικότερες αντιλήψεις για το γενικότερο περιβάλλον, να εκδηλώνουν όμως παράλληλα και μεγαλύτερο φόβο αποτυχίας. Σημειώνεται βέβαια ότι η θετικότερη αυτή στάση των γυναικών δεν μετουσιώνεται σε εντονότερη δραστηριοποίηση. Στις ηλικιακές κατηγορίες η ευρύτερη αποδοχή της επιχειρηματικότητας φαίνεται να εντοπίζονται στις νεότερες ηλικίες (18-34 ετών), όπου συγκεντρώνονται και τα υψηλότερα ποσοστά προθέσεων για ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Από τα παραπάνω γίνεται φανερό ότι δεξαμενές επιχειρηματικότητας υπάρχουν σε όλες τις κατηγορίες πληθυσμού, καθώς η εμπιστοσύνη στις δυνατότητές τους και η αυτοπεποίθηση, η αντίληψη των ευκαιριών, η επαφή με άλλα επιτυχημένα παραδείγματα μέσω προσωπικής γνωριμίας, αλλά και η αίσθηση για τον τρόπο που προσεγγίζεται η επιχειρηματικότητα από την ελληνική κοινωνία, δεν φαίνεται να εξαρτάται από αυτά τα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά. Σε κάθε περίπτωση πάντως έχει περαιτέρω ενδιαφέρον η σύγκριση των ελληνικών πολιτισμικών και προσωπικών χαρακτηριστικών με τις υπόλοιπες χώρες που συμμετέχουν στην έρευνα και ιδιαίτερα τις ευρωπαϊκές.

Προσωπικοί και πολιτισμικοί παράγοντες στο σύνολο του πληθυσμού: διεθνείς συγκρίσεις

Στις προηγούμενες παραγράφους εξετάστηκε ο ρόλος των προσωπικών και πολιτισμικών παραγόντων που χρησιμοποιούνται στην έρευνα του GEM στη διαμόρφωση μιας αντίστοιχης ταυτότητας των νέων επιχειρηματιών στην Ελλάδα και ιδιαίτερα των επιχειρηματιών ευκαιρίας σε σύγκριση με τους μη επιχειρηματίες. Στην παρούσα ενότητα, χρησιμοποι-

ώντας τα αποτελέσματα του GEM για το σύνολο των χωρών που συμμετείχαν στην έρευνα, καταγράφονται οι επιδόσεις της Ελλάδας σε αυτούς τους παράγοντες σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες, με βάση ένα «μικτό» δείγμα εθνικού πληθυσμού που αποτελείται αφενός από τους νέους και επίδοξους επιχειρηματίες που εντόπισε η έρευνα, αλλά και από άτομα που δεν έχουν εκδηλώσει ακόμα κάποια πρόθεση επιχειρηματικότητας. Διαμορφώνεται έτσι ένα δείγμα αντιπροσωπευτικό του συνόλου του πληθυσμού που αποτυπώνει το γενικότερο κλίμα μέσα στο οποίο εκδηλώνεται η επιχειρηματική πρωτοβουλία σε κάθε χώρα.

α) Οι προσωπικοί παράγοντες

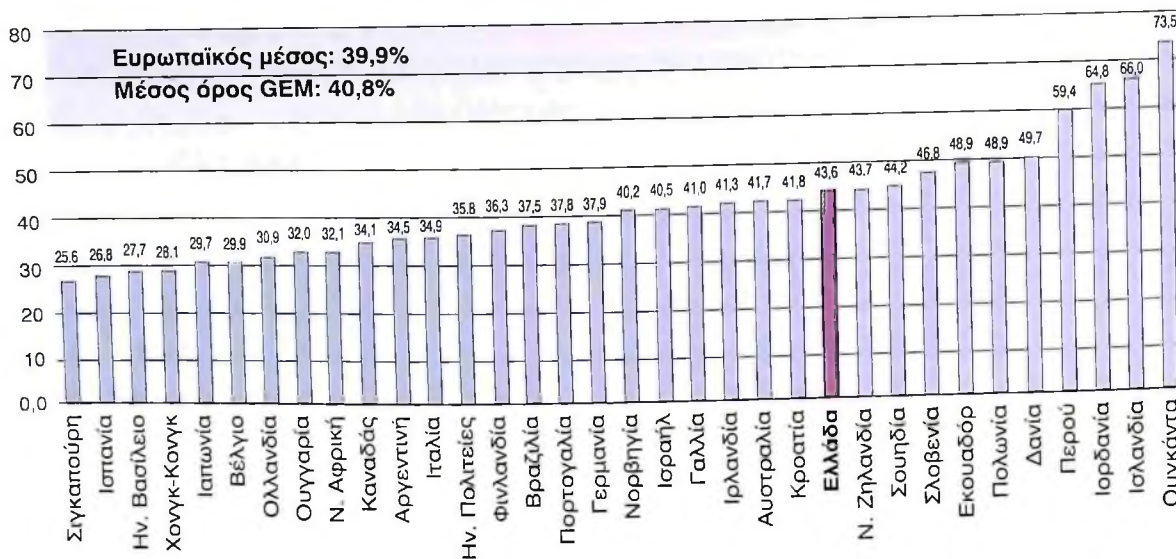
Το πρώτο χαρακτηριστικό που εξετάζεται από την ομάδα των προσωπικών παραγόντων είναι ακριβώς η προσωπική γνωριμία του ερωτώμενου με ένα νέο επιχειρηματία, που έχει ξεκινήσει την δραστηριότητά του κατά την τελευταία διετία. Αυτό που η έρευνα προσπαθεί να εκτιμήσει είναι αν μεγάλες ομάδες πληθυσμού σε κάθε χώρα έχουν «παραστάσεις» από επιχειρηματικές δραστηριότητες στον κοινωνικό τους περίγυρο, έχουν δηλαδή κάποιο επίπεδο εξοικείωσης με πρότυπα επιχειρηματικής δραστηριοποίησης που μπορούν να λειτουργήσουν ως κίνητρο και για αυτούς να συμπεριφερθούν αναλόγως³⁵.

Στην Ελλάδα το 2004 σχεδόν τέσσερις στους εννέα (43,6%) απάντησαν θετικά στη σχετική ερώτηση, ποσοστό σημαντικά ενισχυμένο σε σχέση με το 2003 (34,5%). Η Ελλάδα υπερτερεί τόσο από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο, όσο και από το μέσο όρο του συνόλου των χωρών GEM και κατατάσσεται στην 11η θέση μεταξύ των 34 χωρών του συνόλου (ή στην 5η θέση μεταξύ των 19 ευρωπαϊκών). Κερδίζει έτσι αρκετές θέσεις στη παγκόσμια κατάταξη σε σχέση με το 2003 (19η θέση σε 31 χώρες). Πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι το σύνολο των χωρών με θετικές απαντήσεις της τάξης του 40 με 45%, στο οποίο ανήκει και η Ελλάδα, εμφανίζει ένα μέσο δείκτη συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας (TEA) περίπου 9,4%, δηλαδή η Ελλάδα περιλαμβάνεται σε χώρες που παρουσιάζουν γενικά καλύτερες επιδόσεις στο δείκτη συνολικής επιχειρηματικότητας. Αυτό σημαίνει αφενός ότι ο συγκεκριμένος παράγοντας δεν έχει λειτουργήσει όσο θετικά λειτουργεί σε άλλες χώρες για την επιχειρηματικότητα, αφετέρου υποδηλώνει την παρουσία μίας «δεξαμενής» δυνητικής επιχειρηματικότητας. Υπάρχει δηλαδή σημαντικό τμήμα του πληθυσμού που έρχεται σε προσωπική επαφή με άτομα που εκδηλώνουν επιχειρηματική συμπεριφορά και επομένως μπορούν να αποτελέσουν πρότυπα που θα παρακινήσουν ενδεχομένως και αυτούς προς αυτήν την κατεύθυνση.

³⁵ Οι εξεταζόμενοι προσωπικοί παράγοντες πράγματι συσχετίζονται θετικά με το δείκτη συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας (TEA).

Διάγραμμα 4.2

Προσωπική γνώση ατόμου που ξεκίνησε νέα επιχείρηση τα προηγούμενα 2 έτη
(ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)

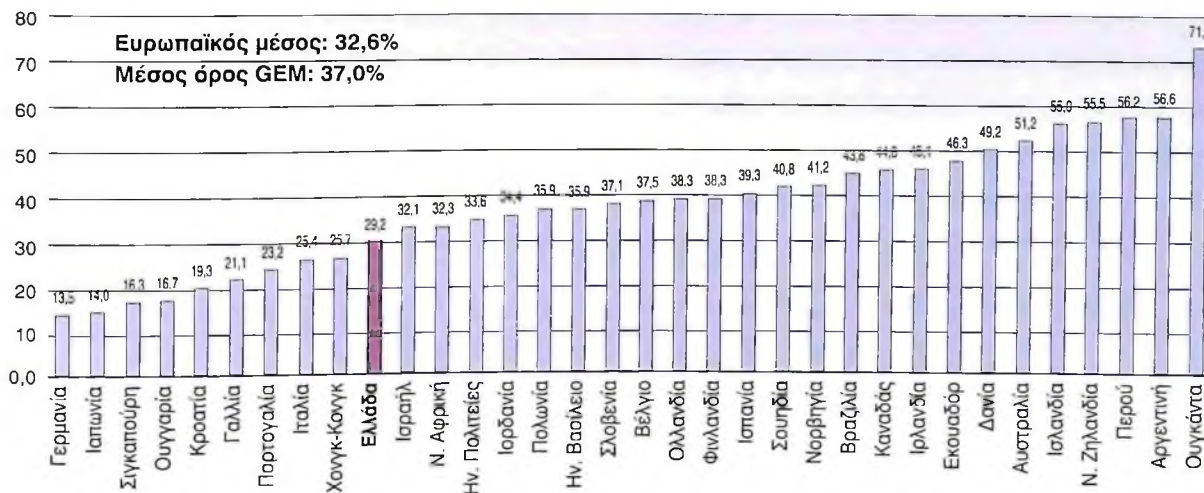


Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Η εκτίμηση της επιχειρηματικής συγκυρίας στο εθνικό περιβάλλον αποτιμάται στην έρευνα από την «αίσθηση» των ερωτώμενων για την ύπαρξη καλών επιχειρηματικών ευκαιριών στη χώρα το επόμενο εξάμηνο, οι οποίες θα δικαιολογούσαν μία πιθανή ενεργοποίηση περισσότερων ατόμων προς εκμετάλλευσή τους. Παρά την αύξηση του αντίστοιχου ποσοστού σε σχέση με το 2003, μόνο το 29% (έναντι 23,7%) αντιλαμβάνεται μία τέτοια θετική προοπτική στην Ελλάδα. Έτσι κατατάσσεται - όπως και πέρσι, αλλά σε 31 χώρες - μόλις στην 25η θέση (13η ευρωπαϊκή), υστερώντας από τους αντίστοιχους μέσους όρους και παρά το γεγονός ότι τουλάχιστον στον ευρωπαϊκό χώρο εμφανίζει έναν από τους υψηλότερους ρυθμούς οικονομικής ανάπτυξης. Εξάλλου, αν και χώρες με υψηλό δείκτη συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας (TEA), όπως ΗΠΑ και Ιορδανία, εμφανίζουν μόνο οριακά υψηλότερη επίδοση σε αυτήν τη μεταβλητή από την Ελλάδα, η μόνη άλλη ευρωπαϊκή χώρα που ανήκει στην ομάδα των χωρών με επίδοση 25-35% στην ερώτηση είναι η Ιταλία, που έχει όμως χαμηλότερο δείκτη TEA (4,32). Άλλωστε, οι περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες βρίσκονται περίπου στο μέσο της κλίμακας, με εξαίρεση βέβαια Γαλλία και Γερμανία όπου οι περιορισμένοι ρυθμοί οικονομικής ανάπτυξης τα τελευταία χρόνια έχουν σαφώς επηρεάσει αρνητικά την αντίστοιχη επιχειρηματική συγκυρία.

Διάγραμμα 4.3

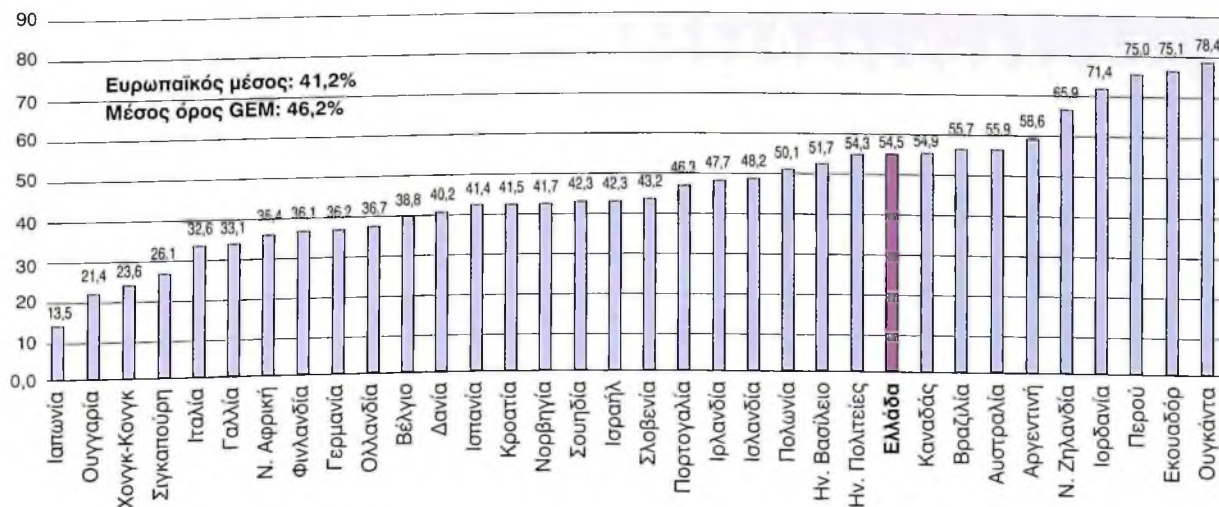
Καλές ευκαιρίες έναρξης νέας επιχειρηματικότητας το προσεχές εξάμηνο
(ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Διάγραμμα 4.4

Γνώσεις, ικανότητα και εμπειρία επιχειρηματικότητας
(ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών).



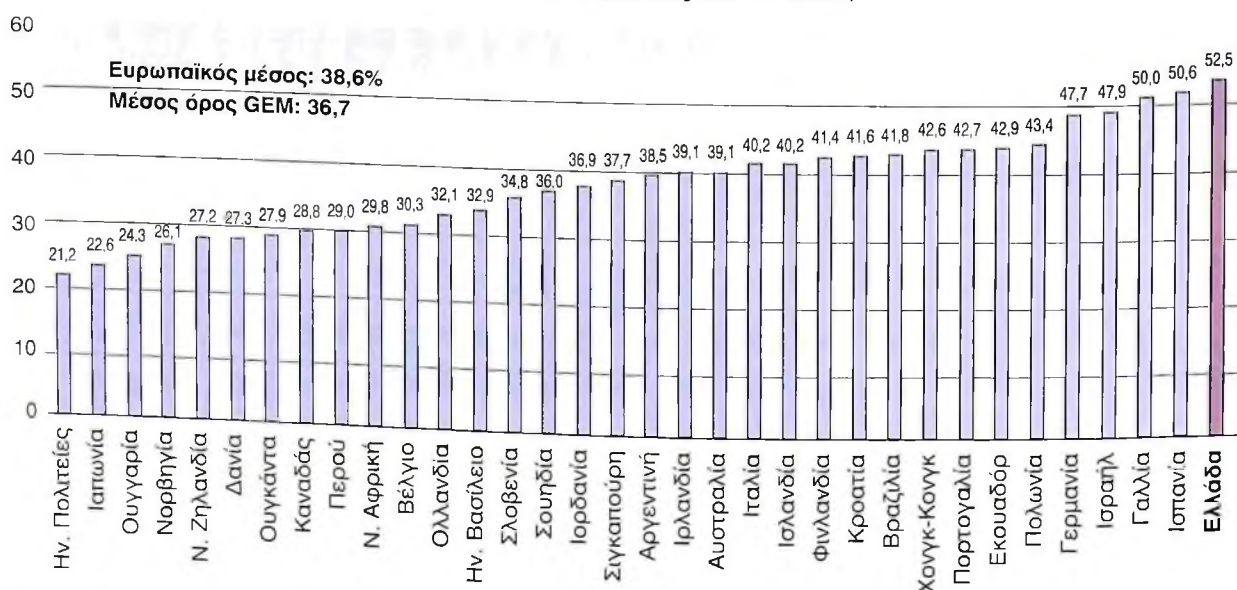
Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Από την άλλη πλευρά όμως, οι Έλληνες εμφανίζουν πολύ υψηλά επίπεδα αυτοπεποίθησης, καθώς πάνω από τους μισούς θεωρούν ότι διαθέτουν τις γνώσεις, την ικανότητα και την εμπειρία για να ξεκινήσουν μία νέα επιχείρηση. Η χώρα κατατάσσεται έτσι στη 10η θέση στο σύνολο των χωρών του GEM, αλλά στην 1η θέση μεταξύ των ευρωπαϊκών

χωρών, κάτι το οποίο συνέβαινε και στην προηγούμενη έρευνα (52% το αντίστοιχο ποσοστό το 2003). Στην ουσία εδώ αποτυπώνεται ένα πάγιο χαρακτηριστικό γνώρισμα του Έλληνα που ίσως υπερτιμά τις δυνατότητές του και θεωρεί ότι μπορεί να επιτύχει τα πάντα. Προφανώς το εύλογο ερώτημα είναι γιατί εφόσον καταγράφεται αυτή η έντονη πίστη στις ικανότητές τους, δεν εμφανίζουν αντίστοιχα υψηλά επίπεδα νέας επιχειρηματικής δραστηριοποίησης και δεν αποφασίζουν στην πράξη να εφαρμόσουν αυτές τις γνώσεις και να τις εκμεταλλευτούν επιχειρηματικά. Αν και η απάντηση σε αυτό το ζήτημα είναι σύνθετη και σίγουρα όχι εύκολη, εν τούτοις το επόμενο διάγραμμα προβάλλει μία ισχυρή ερμηνευτική παράμετρο.

Διάγραμμα 4.5

Φόβος αποτυχίας ως παράγοντας αποτροπής επιχειρηματικής δραστηριότητας
(ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

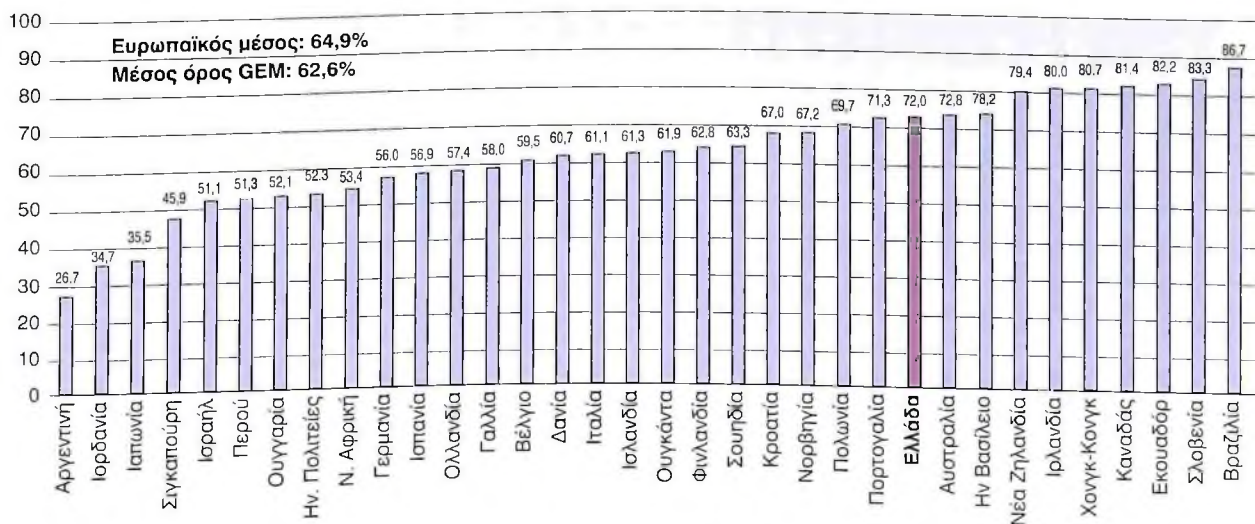
Διαπιστώνεται ότι οι Έλληνες είναι αυτοί που φοβούνται περισσότερο από όλους την επιχειρηματική αποτυχία, καθώς πάνω από τους μισούς απαντούν θετικά στη σχετική ερώτηση. Και αυτό το χαρακτηριστικό εμμένει σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά, όταν και πάλι η Ελλάδα κατείχε την πρώτη θέση, παρά τη μικρή υποχώρηση του αντίστοιχου ποσοστού (από 58,6%). Είναι χαρακτηριστικό ότι όλες οι χώρες που ανήκουν στο ανώτερο τεταρτημόριο της συγκεκριμένης μεταβλητής (όπως αυτό ορίζεται από τις χώρες που εμφανίζουν άνω του 45% του πληθυσμού τους να φοβάται την αποτυχία), έχουν περίπου τον ίδιο δείκτη συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας (TEA) (5 με 6,5%).

Όμως συγκρίνοντας την επίδοσή τους στην προηγούμενη παράμετρο (της «αυτοπεποίθησης»), φαίνεται η Ελλάδα να υπερτερεί 10 έως 20 ποσοστιαίες μονάδες από αυτές (Ισπανία, Γαλλία, Ισραήλ, Γερμανία), ενώ είναι η μόνη, όπου το ποσοστό της αυτοπεποίθησης υπερಿಸχύει του φόβου. Επομένως, ο φόβος της αποτυχίας φαίνεται να ερμηνεύει καλύτερα τη χαμηλή επίδοση στον ΤΕΑ στην Ελλάδα παρά στις χώρες με χαμηλότερα επίπεδα φόβου αποτυχίας. Ο στιγματισμός της επιχειρηματικής αποτυχίας φαίνεται να λειτουργεί έντονα αποτρεπτικά για την εκδήλωση νέας επιχειρηματικότητας ειδικά στην Ελλάδα και επομένως αποτελεί ένα αντικίνητρο που αξίζει περισσότερης προσοχής σε επίπεδο πολιτικής, ώστε να γίνουν προσπάθειες περιορισμού του.

β) Οι πολιτισμικοί παράγοντες

Οι προσωπικοί βεβαίως παράγοντες του ατόμου εντάσσονται σε ένα ευρύτερο πλαίσιο κοινωνικοποίησής του και επομένως διαμορφώνονται από τις πολιτισμικές και κοινωνικές αντιλήψεις και νόρμες που κυριαρχούν σε μία χώρα. Ο πρώτος λοιπόν από τους παράγοντες της δεύτερης ομάδας που σχετίζονται με το ευρύτερο πολιτισμικό πλαίσιο για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 4.6 και αφορά στο ποσοστό του πληθυσμού κάθε χώρας που θεωρεί ότι οι περισσότεροι άνθρωποι θα επιθυμούσαν όλοι οι κάτοικοι να είχαν το ίδιο βιοτικό επίπεδο. Πρόκειται δηλαδή για ένα μέτρο που αποτυπώνει την ισχύ μιας κουλτούρας που δίνει αξία στην εξίσωση εισοδημάτων και πλούτου, αν και η ακριβής επίδρασή της στην εκδήλωση νέας επιχειρηματικότητας δεν μπορεί να θεωρηθεί άμεση.

Διάγραμμα 4.6
Ίδιο βιοτικό επίπεδο (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)

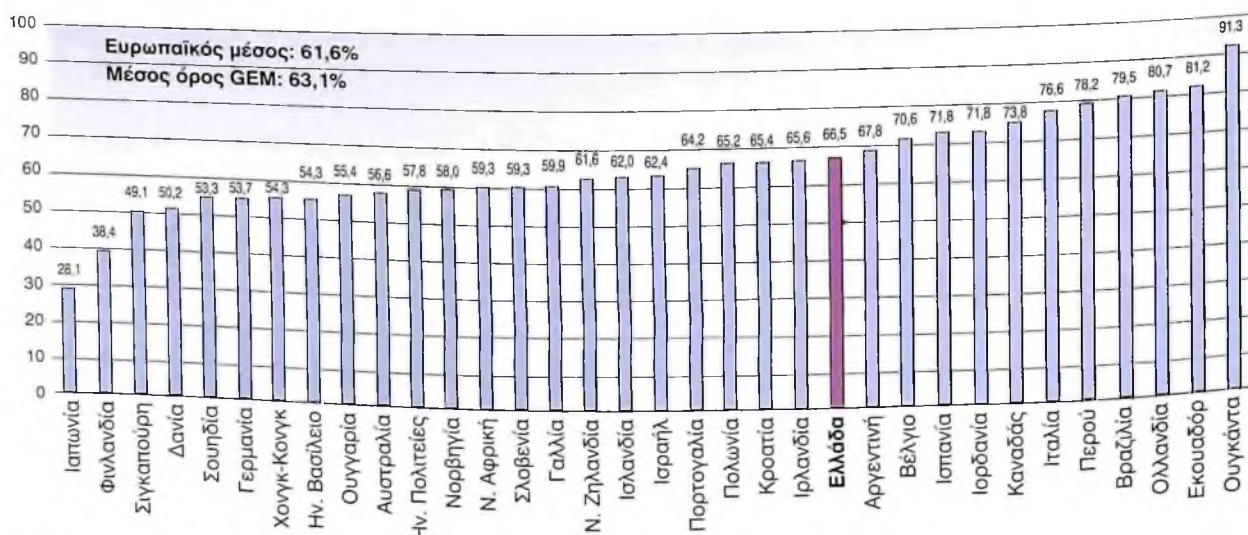


Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Πέντε στα επτά άτομα 18-64 ετών – όσοι δηλαδή περίπου και στην προηγούμενη έρευνα – θεωρούν ότι οι περισσότεροι Έλληνες θα προτιμούσαν όλοι οι άνθρωποι να έχουν το ίδιο βιοτικό επίπεδο. Με το ποσοστό αυτό η Ελλάδα κατατάσσεται σε αρκετά υψηλή θέση (10η στο GEM, 4η ευρωπαϊκή), περίπου αντίστοιχη με την προηγούμενη έρευνα. Οι Έλληνες εμφανίζονται έτσι να αποδίδουν απαξία στις έντονες οικονομικές ανισότητες, ενώ ταυτόχρονα φαίνεται να υπερτερούν από χώρες όπως οι Σκανδιναβικές, που έχουν ένα περισσότερο αναπτυγμένο κράτος πρόνοιας και αποτελούν επιτυχημένα παραδείγματα κοινωνικών μοντέλων ανάπτυξης. Ωστόσο η συσχέτιση με τον δείκτη TEA δεν προκύπτει στατιστικά σημαντική, γι' αυτό και ενώ οι χώρες με ποσοστά θετικών απαντήσεων που κυμαίνονται από 65% έως 75% (μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα) εμφανίζουν μέσο δείκτη συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας (TEA) της τάξης του 7, οι χώρες με ποσοστά μέχρι 65% έχουν δείκτη TEA σχεδόν 10. Επομένως, είναι μάλλον ασαφής η συσχέτιση αυτής της πολιτισμικής παραμέτρου με την εκδήλωση νέας επιχειρηματικότητας.

Διάγραμμα 4.7

Επιχειρηματική δραστηριότητα ως επιθυμητή επιλογή σταδιοδρομίας
(ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

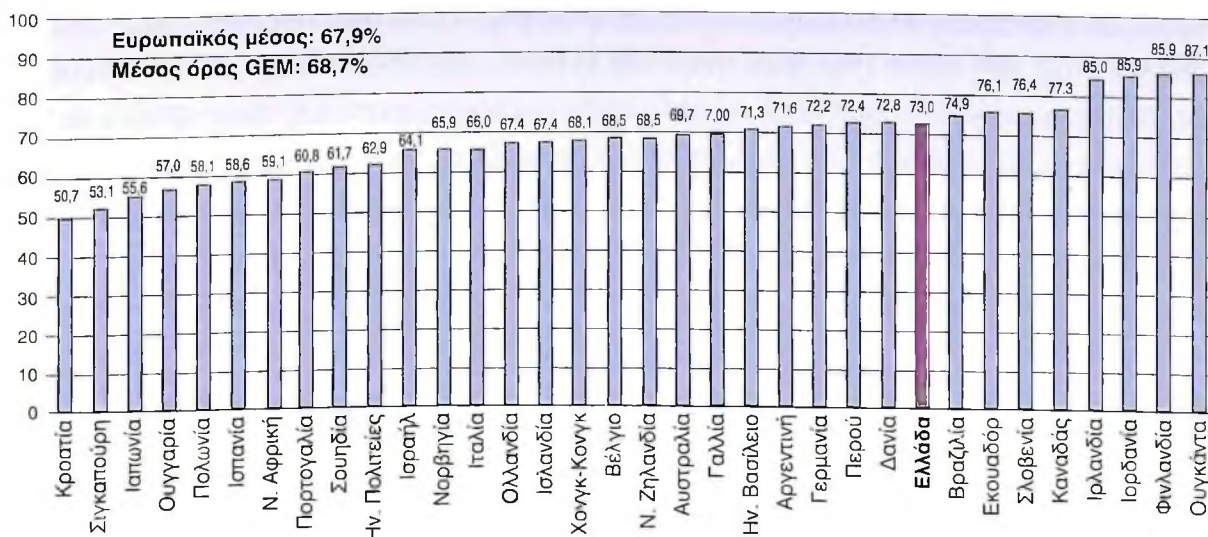
Αντίθετα, στατιστικά σημαντική είναι η συσχέτιση του δείκτη TEA με την στάση της κοινής γνώμης απέναντι στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση ως επιθυμητή επαγγελματική επιλογή. Δύο στους τρεις Έλληνες θεωρούν ότι η ελληνική κοινωνία είναι δεκτική σε αυτή την επιλογή καριέρας, δεν αντιμετωπίζεται δηλαδή υποτιμητικά έναντι άλλων επαγγελματικών επιλογών. Η 12η θέση της Ελλάδας (5η ευρωπαϊκή) και η υπεροχή έναντι των

αντίστοιχων συνολικών μέσων όρων, δεν αναιρεί όμως το γεγονός ότι το ποσοστό αυτό έχει υποχωρήσει σχεδόν κατά 10 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με την προηγούμενη έρευνα. Αυτό μπορεί βεβαίως να συνδέεται με την ευρύτερη οικονομική συγκυρία τη στιγμή της έρευνας η οποία ενδεχομένως να μην ευνοεί «ανοίγματα» αυτού του τύπου και να αντικατοπτρίζει μία τάση επιστροφής σε πιο «ασφαλείς» θέσεις μισθωτής εργασίας. Άλλωστε το υψηλό ποσοστό της περιόδου του 2003 μπορεί να σχετίζεται με την προοπτική των Ολυμπιακών Αγώνων που είχε διαμορφωθεί στην ελληνική κοινωνία και η οποία να στήριζε ενδεχομένως νέες μορφές επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Πάντως μένει να αποσαφηνιστεί αν αυτή η σημαντική μείωση είναι παροδική ή αναμένεται να έχει και συνέχεια στην έρευνα του 2005, διαμορφώνοντας δηλαδή αντίστοιχη τάση.

Σε κάθε πάντως περίπτωση οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες εξακολουθούν να τυγχάνουν κοινωνικής αποδοχής και σεβασμού, άποψη στην οποία συμφωνεί το 73% του πληθυσμού, όσο περίπου και στην προηγούμενη έρευνα. Η Ελλάδα υπερτερεί έτσι από τους αντίστοιχους μέσους όρους και καταλαμβάνει την 9η θέση στο σύνολο (4η ευρωπαϊκή). Αυτό μάλιστα συμβαίνει παρόλο που η προβολή των επιτυχημένων νέων επιχειρηματιών στα μέσα ενημέρωσης της χώρας είναι – όπως και πέρσι - περιορισμένη (μόνο 42,2% δηλώνει το αντίθετο)³⁶. Η Ελλάδα έτσι αφενός κατατάσσεται στις τελευταίες θέσεις ως προς το επίπεδο δημόσιας προβολής των νέων επιχειρηματιών, αφετέρου εμφανίζει και τη μεγαλύτερη ποσοστιαία διαφορά μεταξύ των δύο δεικτών.

Διάγραμμα 4.8

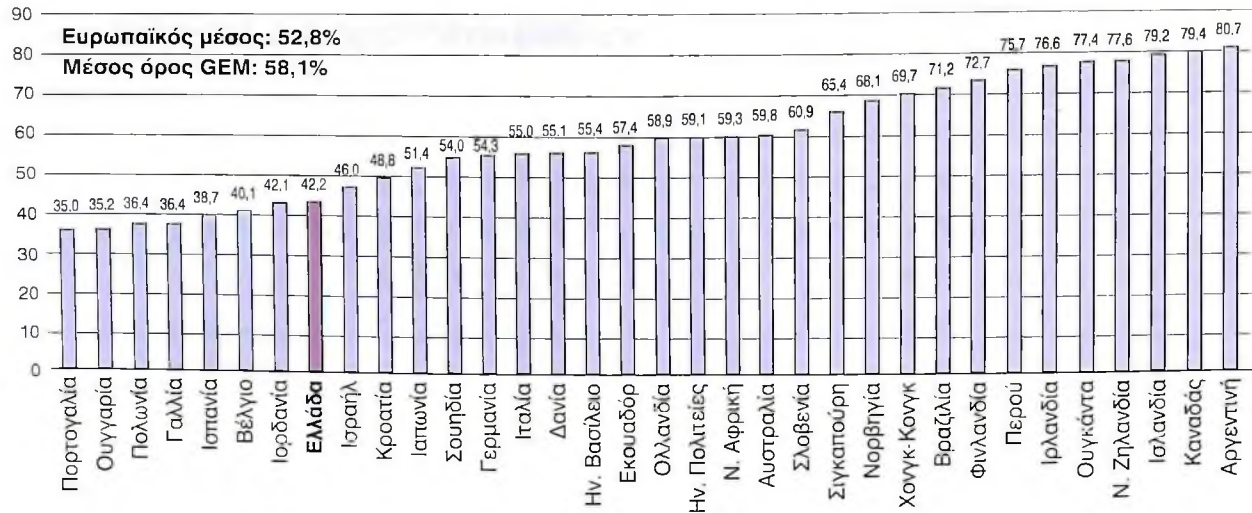
Κοινωνική καταξίωση και σεβασμός ως αποτέλεσμα επιτυχούς επιχειρηματικής δραστηριότητας (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

³⁶ Οι δύο αυτές πολιτισμικές παράμετροι συσχετίζονται θετικά με το δείκτη TEA.

Διάγραμμα 4.9
Προβολή από τα ΜΜΕ νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας
(ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)

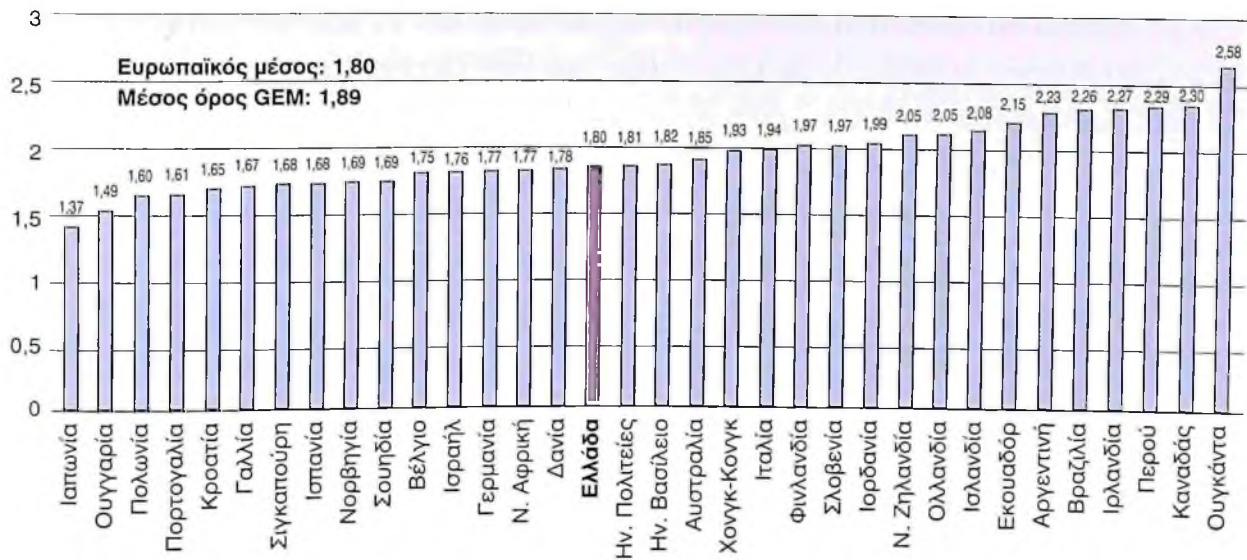


Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Η μεθοδολογία τέλος του GEM υπολογίζει και έναν σύνθετο δείκτη για να εκτιμήσει την υποστήριξη που παρέχεται από το ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον στην έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ο δείκτης προκύπτει από τον συνδυασμό των τριών τελευταίων πολιτισμικών παραμέτρων (κοινωνική αποδοχή της επιχειρηματικής σταδιοδρομίας, καταξίωση και προβολή των νέων επιτυχημένων επιχειρηματιών) και χαρακτηρίζεται ως Δείκτης Πολιτισμικής Υποστήριξης (Cultural Support) της επιχειρηματικότητας³⁷. Από τα αποτελέσματα της ανάλυσης προκύπτει μία υποχώρηση της Ελλάδας σε σχέση με την προηγούμενη έρευνα, καθώς από την 14η θέση υποχωρεί στην 19η θέση (2004) σε συνδυασμό και με την αύξηση των χωρών της έρευνας. Επομένως, φαίνεται να μετριάζεται η θετική επίδραση αυτών των παραγόντων στην νέα επιχειρηματικότητα, κάτι που ίσως δικαιολογεί ως ένα βαθμό και τη γενική υποχώρηση του δείκτη συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας (TEA).

³⁷ Σε αδρές γραμμές, τιμή στον δείκτη ίση με τη μονάδα σημαίνει χαμηλό επίπεδο πολιτισμικής υποστήριξης, ενώ όσο ο δείκτης προσεγγίζει το 3, το επίπεδο υποστήριξης διευρύνεται. Βλέπε και Reynolds et al (2004, σ. 45) για τον ακριβή τρόπο υπολογισμού του δείκτη. Η συσχέτιση του σύνθετου αυτού δείκτη με τον δείκτη TEA είναι θετική.

Διάγραμμα 4.10
Δείκτης πολιτισμικής υποστήριξης της επιχειρηματικότητας



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

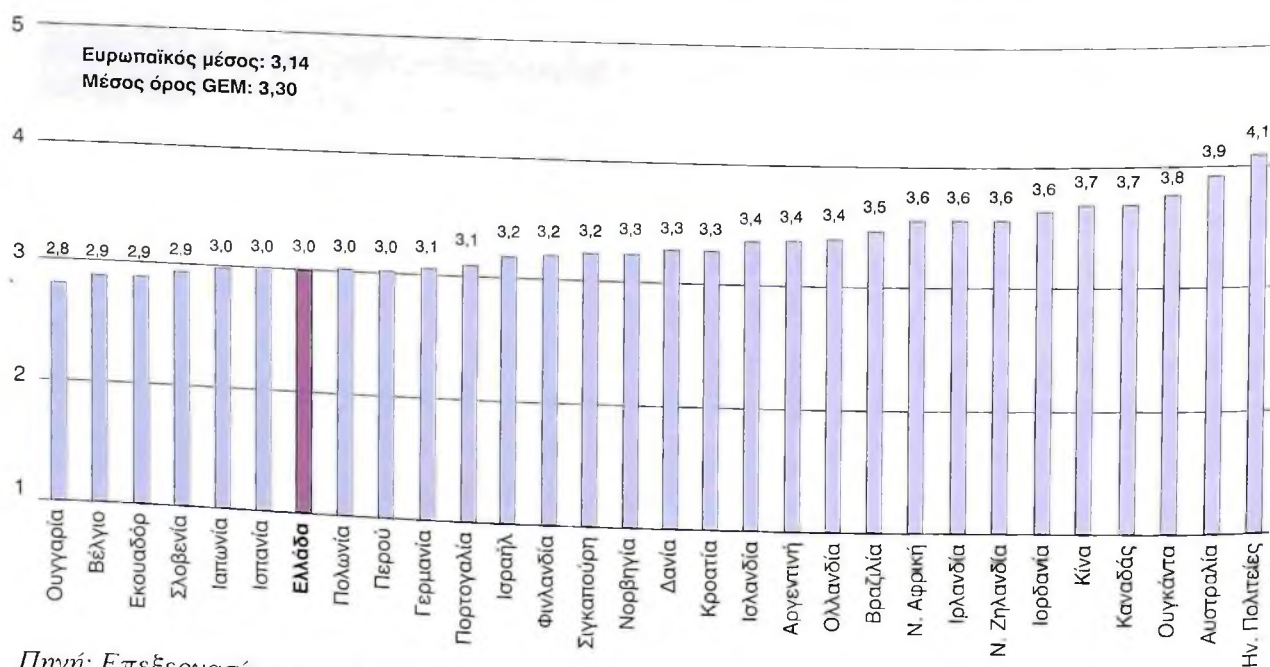
Συνοψίζοντας, οι Έλληνες / Ελληνίδες εμφανίζουν αρκετά υψηλά επίπεδα αυτοπεποίθησης και φαίνεται να έχουν προσωπική επαφή με πρότυπα επιχειρηματικότητας, σε βαθμό που υπερτερεί από τους μέσους όρους της έρευνας. Ωστόσο, το ότι ζουν σε ένα περιβάλλον στο οποίο δε βλέπουν καλές επιχειρηματικές ευκαιρίες που θα μπορούσαν να εκμεταλλευτούν, αφήνοντας την τρέχουσα απασχόλησή τους, σε συνδυασμό με τον φόβο για ενδεχόμενη αποτυχία - που είναι ο υψηλότερος στις 34 χώρες του GEM - δεν επιτρέπει στους δύο πρώτους παράγοντες να επηρεάσουν θετικά τα επίπεδα επιχειρηματικότητας στη χώρα. Το πολιτισμικό πάντως περιβάλλον της Ελλάδας δεν φαίνεται να αποτελεί ιδιαίτερο πρόβλημα, αφού η κοινωνία όχι μόνο αποδέχεται την επιχειρηματική σταδιοδρομία, αλλά οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες συγκεντρώνουν τον σεβασμό και την κοινωνική καταξίωση σε μεγαλύτερο βαθμό απ' ότι συμβαίνει σε άλλες χώρες. Αυτό μάλιστα συμβαίνει παρά το γεγονός ότι τα μέσα ενημέρωσης της χώρας δεν βοηθούν σε αυτήν την κατεύθυνση, διαφημίζοντας δηλαδή θετικά τις επιτυχημένες ιστορίες επιχειρηματικότητας (success stories). Συνεπώς σε επίπεδο δημόσιας πολιτικής, το αντικίνητρο του φόβου για την επιχειρηματική αποτυχία προβάλλεται ως το σημαντικότερο εμπόδιο που πρέπει να αρθεί, ώστε να καταστεί σαφές ότι αυτός που απέτυχε σε μία επιχειρηματική προσπάθεια δικαιούται να επιδιώξει μια δεύτερη ευκαιρία.

4.3 Οι απόψεις των ειδικών για το επιχειρηματικό περιβάλλον της Ελλάδας: σύγκριση με άλλες χώρες

Έχει εξαιρετικό αναλυτικό ενδιαφέρον να εξεταστεί εάν τα αποτελέσματα της έρευνας του πληθυσμού συγκλίνουν με τις απόψεις των ειδικών περί της επιχειρηματικότητας που περιλαμβάνονται στην εμπειρική προσέγγιση του GEM και συμμετέχουν και αυτοί στην έρευνα με ξεχωριστό δομημένο ερωτηματολόγιο. Παρά το γεγονός ότι η προσέγγιση είναι διαφορετική, καθώς χρησιμοποιούνται πιο σύνθετοι δείκτες, υπάρχει συνάφεια με τα κοινωνικοοικονομικά, πολιτισμικά και προσωπικά χαρακτηριστικά έτσι ώστε να δίνεται η δυνατότητα για την σύνθεση μιας πιο ολοκληρωμένης εικόνας για τις συνθήκες και προϋποθέσεις της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα σε σύγκριση με τις υπόλοιπες χώρες του GEM³⁸.

Διάγραμμα 4.11

*Επιχειρηματικές ευκαιρίες και διάθεση / ευκολία ατόμων προς εκμετάλλευσή τους
(μέσοι όροι στην 5-βάθμια κλίμακα απαντήσεων των ειδικών)*



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

³⁸ Η ανάλυση εδώ περιλαμβάνει συνολικά 30 χώρες.

Επιχειρηματικές ευκαιρίες και δυνατότητα εκμετάλλευσής τους

Το πρώτο χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας το οποίο αντλεί τεκμηρίωση από τις απόψεις των ειδικών είναι το επίπεδο των επιχειρηματικών ευκαιριών σε κάθε χώρα και η διάθεση / ευκολία των ατόμων να τις εκμεταλλευτούν. Η αξιολόγηση ποσοτικοποιείται σε μία πενταβάθμια κλίμακα Likert και η κατάταξη των χωρών γίνεται βάσει του μέσου όρου των απαντήσεών τους σε πέντε επιμέρους παράγοντες. Αναλυτικότερα στο δείκτη αυτό συντίθενται ο βαθμός στον οποίο οι ειδικοί κρίνουν ότι στη χώρα τους: i) υπάρχουν πολλές και καλές ευκαιρίες για τη δημιουργία επιχειρήσεων οι οποίες ii) έχουν μάλιστα αυξηθεί, κατά την τελευταία πενταετία και iii) μπορούν να πετύχουν ταχεία ανάπτυξη, ενώ παράλληλα iv) οι ευκαιρίες είναι περισσότερες από τα άτομα που μπορούν να τις εκμεταλλευτούν και ταυτόχρονα v) τα άτομα μπορούν εύκολα να τις εκμεταλλευτούν.

Καταρχάς μπορεί να σημειωθεί ότι γενικά οι υψηλότερες εκτιμήσεις προέρχονται από χώρες εκτός Ευρώπης κάτι το οποίο συνδέεται άλλωστε και με τα υψηλότερα επίπεδα επιχειρηματικότητας που έχουν μετρηθεί σε αυτές. Με μέσο όρο περίπου στο 3,0 στον σύνθετο αυτόν παράγοντα, η Ελλάδα καταλαμβάνει μόλις την 24η θέση μεταξύ των 30 χωρών (11η σε 15 ευρωπαϊκές), στα ίδια επίπεδα σε σχέση με το 2003. Η άποψη αυτή διαμορφώνεται κυρίως από τον πολύ χαμηλό βαθμό αλήθειας που αποδίδουν οι ειδικοί στην πρόταση ότι το πλήθος των ευκαιριών που υπάρχουν στην Ελλάδα υπερκαλύπτει τον αριθμό των ατόμων που μπορούν να τις εκμεταλλευτούν. Η Ελλάδα συγκεντρώνει τον χαμηλότερο βαθμό από όλες τις χώρες του GEM κάτι που σε συνδυασμό με τους μέσους όρους της τάξης του 3,1 που αποδίδονται στον βαθμό ύπαρξης πολλών και καλών ευκαιριών με προοπτικές ταχείας ανάπτυξης, περιορίζει τελικά τη συνολική επίδοση της χώρας.

Ο παράγοντας που συγκεντρώνει τον υψηλότερο βαθμό αναφέρεται στη διαπίστωση ότι ο αριθμός των επιχειρηματικών ευκαιριών έχει αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια, επίδοση όμως που και πάλι υστερεί από τους αντίστοιχους συνολικούς μέσους όρους (22η θέση). Την υψηλότερη πάντως θέση στο GEM (14η) καταλαμβάνει η Ελλάδα στην άποψη ότι υπάρχουν στη χώρα καλές ευκαιρίες για επιχειρηματικότητα ταχείας ανάπτυξης. Επομένως, οι ειδικοί εκτιμούν ότι υπάρχουν μεν σημαντικές ευκαιρίες για ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας στο ελληνικό περιβάλλον και μάλιστα υψηλών δυνατοτήτων, σε βαθμό τουλάχιστον αντίστοιχο του μέσου όρου των χωρών GEM, ωστόσο δεν διαπιστώνουν την εκδήλωση αντίστοιχης πρόθεσης εκμετάλλευσής τους από τον ελληνικό πληθυσμό. Ως ένα βαθμό συγκλίνει έτσι η άποψή τους με την έρευνα του πληθυσμού, επιβεβαιώνοντας τη μικρή αύξηση του ποσοστού που θεωρεί ότι θα υπάρξουν περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες στο επόμενο διάστημα³⁹.

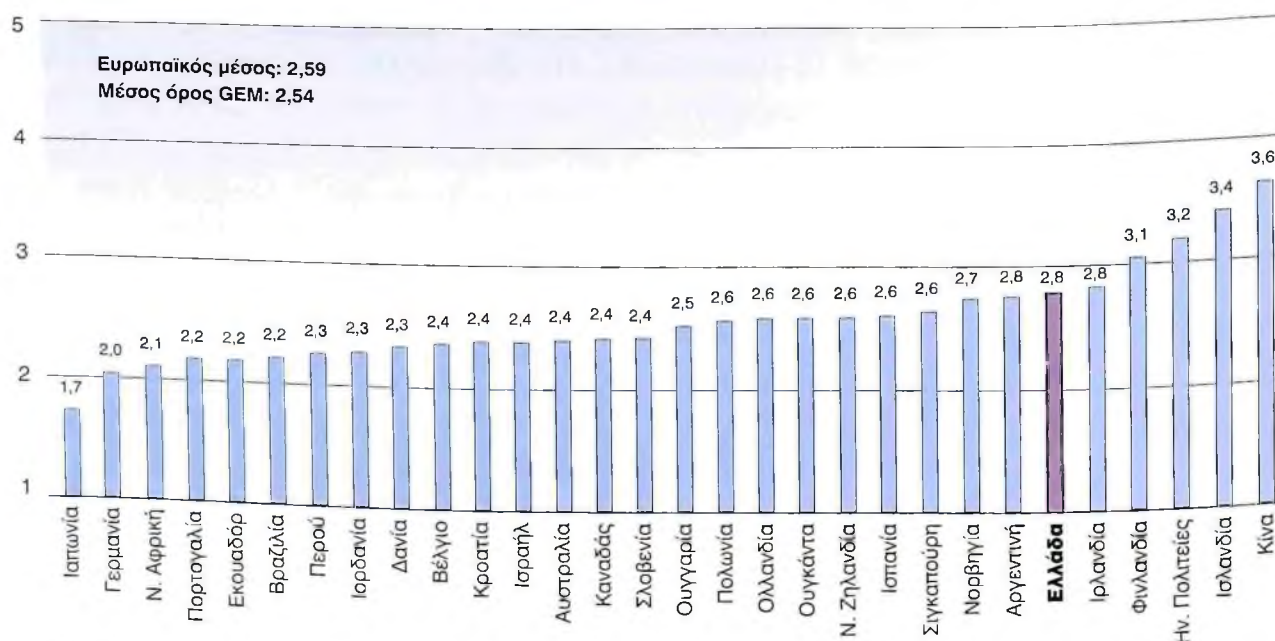
³⁹ Πάντως χαρακτηριστικό της σύγκλισης των απόψεων ειδικών και πληθυσμού είναι η θέση της Ελλάδας στον σύνθετο δείκτη που είναι περίπου αντίστοιχη με τη θέση στον πληθυσμό.

Γνώσεις και ικανότητες ανάπτυξης επιχειρηματικότητας

Οι ειδικοί καταθέτουν στη συνέχεια την άποψή τους για τις γνώσεις, τις ικανότητες και τους πόρους που διαθέτουν οι Έλληνες / Ελληνίδες για την έναρξη μιας επιχείρησης. Ο σύνθετος δείκτης σχετίζεται κατά μία έννοια με την επιχειρηματική δυνατότητα / ικανότητα των κατοίκων μιας χώρας να λειτουργήσουν σε ένα επιχειρηματικό πλαίσιο. Αναλυτικότερα εξετάζεται ο βαθμός στον οποίο: i) πολλοί άνθρωποι πιστεύουν ότι είναι εύκολο να δημιουργηθεί μία ταχέως αναπτυσσόμενη επιχείρηση στη χώρα ii) πολλοί άνθρωποι γνωρίζουν πώς να τις διοικήσουν, iii) έχουν την εμπειρία και iv) την ικανότητα να οργανώσουν τους πόρους που απαιτούνται για να ξεκινήσουν νέες επιχειρήσεις, ενώ ταυτόχρονα v) πολλοί άνθρωποι αντιδρούν άμεσα σε καλές ευκαιρίες που παρουσιάζονται.

Διάγραμμα 4.12

Επιχειρηματική ικανότητα: δυνατότητα εκδήλωσης επιχειρηματικότητας βάσει γνώσεων, ικανοτήτων και εμπειρίας έναρξης (μέσοι όροι στην 5-βάθμια κλίμακα απαντήσεων των ειδικών)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Αν και οι απόψεις των ειδικών στις περισσότερες χώρες είναι σχετικά συγκρατημένες (μέσοι όροι κάτω του 3), η Ελλάδα κατατάσσεται υψηλά, στην 6η θέση στο σύνολο του GEM (4η ευρωπαϊκή), κάτι που επιβεβαιώνει το αίσθημα αυτοπεποίθησης που είχε εντοπιστεί στον πληθυσμό. Οι ειδικοί δίνουν σχετικά υψηλό βαθμό στην αμεσότητα με την οποία οι Έλληνες / Ελληνίδες αντιδρούν σε καλές ευκαιρίες για τη δημιουργία νέας επιχείρησης

(ο 2ος υψηλότερος ευρωπαϊκός μέσος όρος μετά την Ισλανδία). Παρά το γεγονός δηλαδή ότι δεν υπάρχουν – όπως επισημάνθηκε προηγούμενα – πολλές ευκαιρίες στην αγορά, εν τούτοις, όποτε αυτή παρουσιάζεται, η αντίδραση είναι σχετικά γρήγορη. Επίσης, ο υψηλός αριθμός των αυτοαπασχολούμενων στην Ελλάδα⁴⁰ φαίνεται να τους προσδίδει μία μεγαλύτερη εμπειρία στην έναρξη μιας νέας επιχείρησης σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες (2η θέση στην Ευρώπη). Από την άλλη πλευρά, οι Έλληνες φαίνεται να πάσχουν οργανωτικά, καθώς παρά τις γνώσεις και την εμπειρία που οι ειδικοί εκτιμούν ότι διαθέτουν, η ικανότητά τους να οργανώνουν τους πόρους που απαιτούνται για την έναρξη μιας επιχείρησης, θεωρείται πιο περιορισμένη (16η θέση στο GEM).

Συνεπώς οι απόψεις των ειδικών βρίσκονται σε συμφωνία με τα αποτελέσματα της έρευνας στον πληθυσμό, καθώς επιβεβαιώνουν ότι υπάρχει η γνωστική βάση και εκείνο των απόθεμα ικανοτήτων στον ελληνικό πληθυσμό που απαιτείται για την έναρξη μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας. Υπενθυμίζεται ότι η Ελλάδα συγκεντρώνει το υψηλότερο πανευρωπαϊκό ποσοστό ατόμων που θεωρεί ότι πράγματι διαθέτει τις κατάλληλες γνώσεις και ικανότητες για να ξεκινήσει μία τέτοια προσπάθεια. Το ότι αυτό το υψηλό αίσθημα αυτοπεποίθησης που θεωρητικά διευρύνει την επιχειρηματική δυνατότητα της χώρας δεν μετουσιώνεται τελικά σε μετρήσιμη επιχειρηματικότητα, φανερώνει ότι οι παράγοντες που αποτρέπουν την εκδήλωσή της δεν σχετίζονται με προσωπικές ανασφάλειες, αλλά με άλλους παράγοντες μεταξύ των οποίων ο στιγματισμός της αποτυχίας όπως φάνηκε και προηγούμενα.

Εθνική κουλτούρα ενθάρρυνσης επιχειρηματικότητας

Ο σύνθετος δείκτης που παρουσιάζεται στη συνέχεια αναφέρεται στον βαθμό που η εθνική κουλτούρα δρα ενθαρρυντικά στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας. Πιο συγκεκριμένα οι ειδικοί αξιολογούν τον βαθμό στον οποίο η εθνική κουλτούρα ενθαρρύνει i) την προσωπική επιτυχία μέσω της ατομικής προσπάθειας, ii) την ανάληψη επιχειρηματικού ρίσκου, iii) τη δημιουργικότητα και την καινοτομία, καθώς και το αν δίνει έμφαση iv) στην υπευθυνότητα του ατόμου για την οργάνωση της ζωής του και γενικά v) στις έννοιες της αυτάρκειας, της αυτονομίας και της ατομικής πρωτοβουλίας.

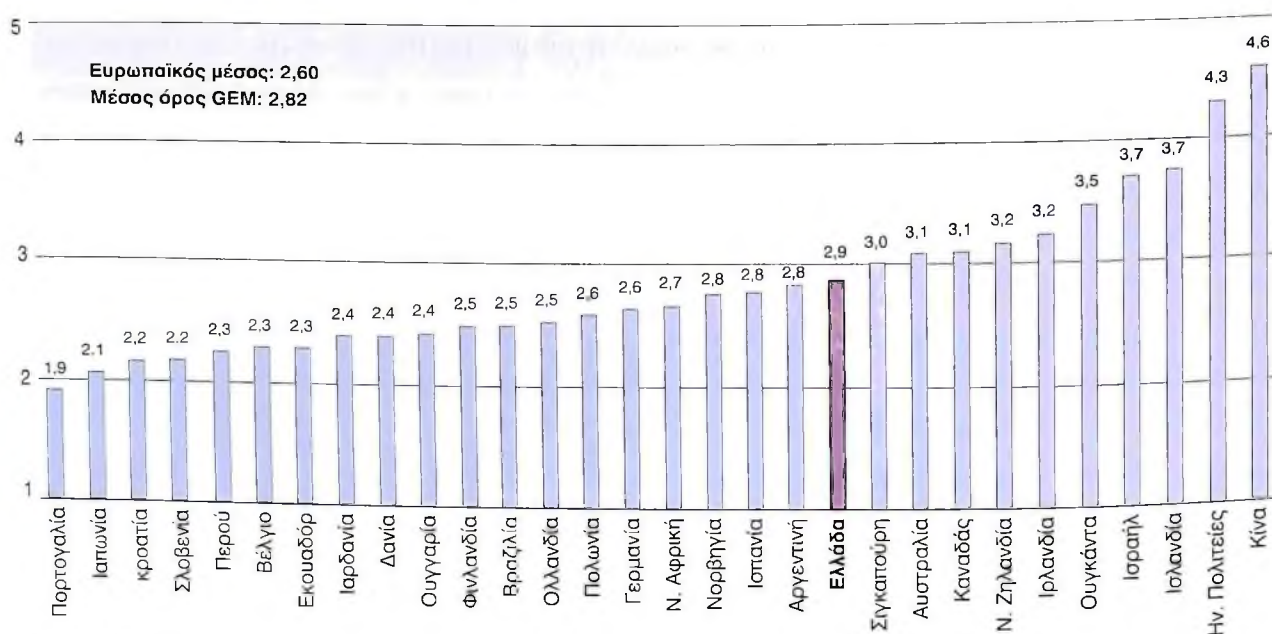
Διαπιστώνεται λοιπόν ότι η Ελλάδα υπερτερεί έναντι των συνολικών μέσων όρων, καθώς κατατάσσεται στην 3η θέση στις ευρωπαϊκές χώρες (11η θέση στο σύνολο). Η επίδοση αυτή στηρίζεται κυρίως στην άποψη ότι η ελληνική κουλτούρα ενθαρρύνει την προσωπική επιτυχία που επέρχεται μέσω της ατομικής προσπάθειας αλλά δίνει έμφαση και

⁴⁰ Το ποσοστό των αυτοαπασχολούμενων στο σύνολο των απασχολούμενων είναι στην Ελλάδα της τάξης του 22-23%, όταν στην Ε.Ε-25 αλλά και στην Ευρωζώνη είναι της τάξης του 9-10%.

στην ατομική πρωτοβουλία και την αυτάρκεια. Αντίθετα, πιο μετριοπαθείς είναι οι εκτιμήσεις για την ενθάρρυνση της δημιουργικότητας και την έμφαση στην υπευθυνότητα στην προσωπική οργάνωση της ζωής του ατόμου, επιδόσεις στις οποίες η Ελλάδα υστερεί των μέσων όρων.

Διάγραμμα 4.13

Δείκτης εθνικής κουλτούρας που ενθαρρύνει την ατομική πρωτοβουλία και δημιουργικότητα (μέσοι όροι στην 5-βάθμια κλίμακα απαντήσεων των ειδικών)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Πολιτισμικές συνιστώσες εκδήλωσης επιχειρηματικότητας

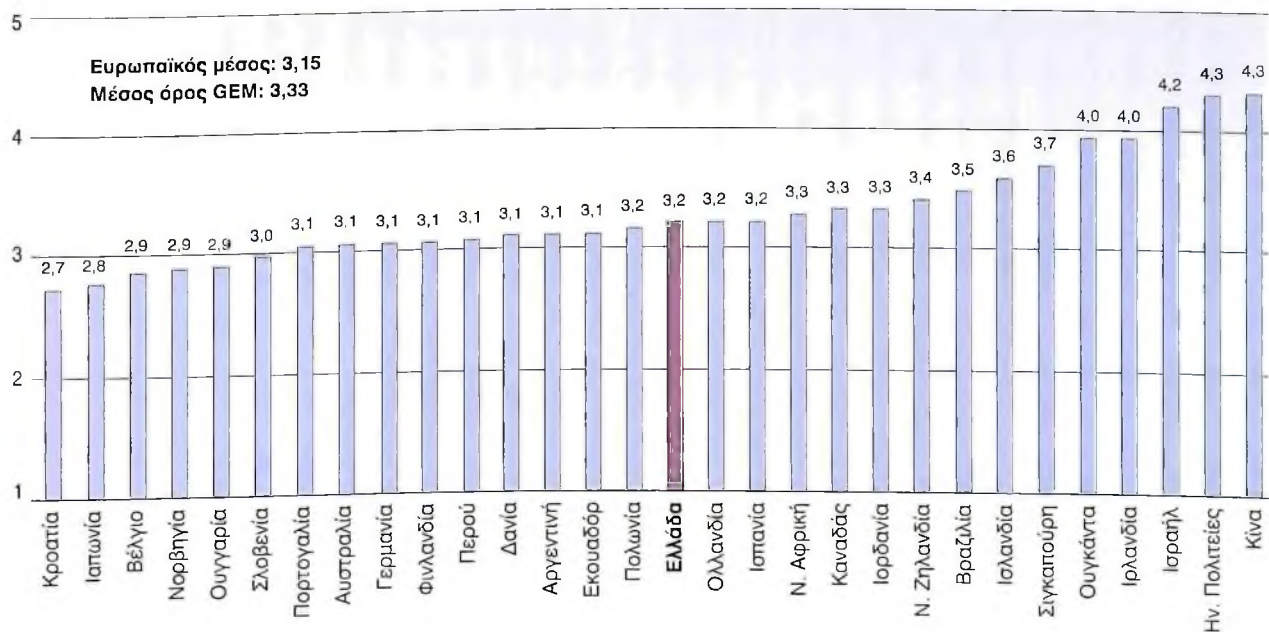
Ένας άλλος σύνθετος δείκτης επιχειρηματικής ικανότητας που χρησιμοποιείται στην έρευνα των ειδικών, συνδέεται με το πλαίσιο κινήτρων ενός δυνητικού επιχειρηματία που δομείται σε πολιτισμικά χαρακτηριστικά όπως η κοινωνική καταξίωση, ο σεβασμός και η αποδοχή που απολαμβάνουν οι επιχειρηματίες σε κάθε χώρα. Οι ειδικοί αξιολογούν πέντε παραμέτρους που περιγράφουν αυτό το αξιακό σύστημα του ελληνικού περιβάλλοντος: το βαθμό στον οποίο οι επιχειρηματίες i) είναι άνθρωποι αξιοσέβαστοι και με υψηλό κύρος στη κοινωνία και ii) θεωρούνται άτομα έξυπνα και με μεγάλες ικανότητες, το βαθμό στον οποίο iii) στα MME καταγράφονται συχνά ιστορίες για επιτυχημένους επιχειρηματίες, ενώ επιπροσθέτως η απόφαση να γίνει κάποιος επιχειρηματίας iv) αποτελεί μία επιθυμητή επαγγελματική επιλογή και ταυτόχρονα v) είναι ένας κατάλληλος τρόπος ώστε να γίνει πλούσιος.

Η Ελλάδα κατατάσσεται ακριβώς στη μέση των χωρών του GEM (15η θέση), αλλά στην 5η ευρωπαϊκή. Η επίδοση αυτή διαμορφώνεται από τον υψηλό βαθμό που οι ειδικοί θεωρούν ότι αποδίδεται στην Ελλάδα στην πραγματοποίηση νέων εγχειρημάτων ως ένας τρόπος για να γίνει κάποιος πλούσιος (9η θέση στο σύνολο), αλλά και την επιχειρηματική καριέρα ως επιθυμητή επαγγελματική επιλογή, (8η θέση στο σύνολο). Από την άλλη πλευρά όμως, οι ειδικοί θεωρούν ότι δεν παρουσιάζονται συχνά στα ελληνικά ΜΜΕ ιστορίες για επιτυχημένες επιχειρηματικές ιστορίες (μόλις στην 29η θέση του συνόλου), ενώ έχουν αξιολογήσει περίπου στο μέσο όρο του συνόλου GEM, τον σεβασμό και το κύρος που απολαμβάνουν οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες. Το γεγονός ότι η υψηλότερη αξιολόγηση γίνεται στον πρώτο παράγοντα ο οποίος όμως σταθμίζεται στον σύνθετο δείκτη με χαμηλό συντελεστή, περιορίζει την Ελλάδα από κάποια υψηλότερη θέση στη διεθνή κατάταξη.

Η σύγκλιση των απόψεων των ειδικών με τα αποτελέσματα στον πληθυσμό είναι και εδώ εμφανής, αφού συμφωνούν τόσο στο σχετικά υψηλό επίπεδο κοινωνικής καταξίωσης και σεβασμού που απολαμβάνουν οι επιχειρηματίες στην Ελλάδα, όσο και στο χαμηλό βαθμό «διαφήμισης» επιλεγμένων επιχειρηματικών ιστοριών από τα εγχώρια ΜΜΕ.

Διάγραμμα 4.14

Δείκτης επιχειρηματικής ικανότητας: κίνητρα εκδήλωσης επιχειρηματικότητας βάσει κοινωνικής αποδοχής και καταξίωσης (μέσοι όροι στην 5-βάθμια κλίμακα απαντήσεων των ειδικών)



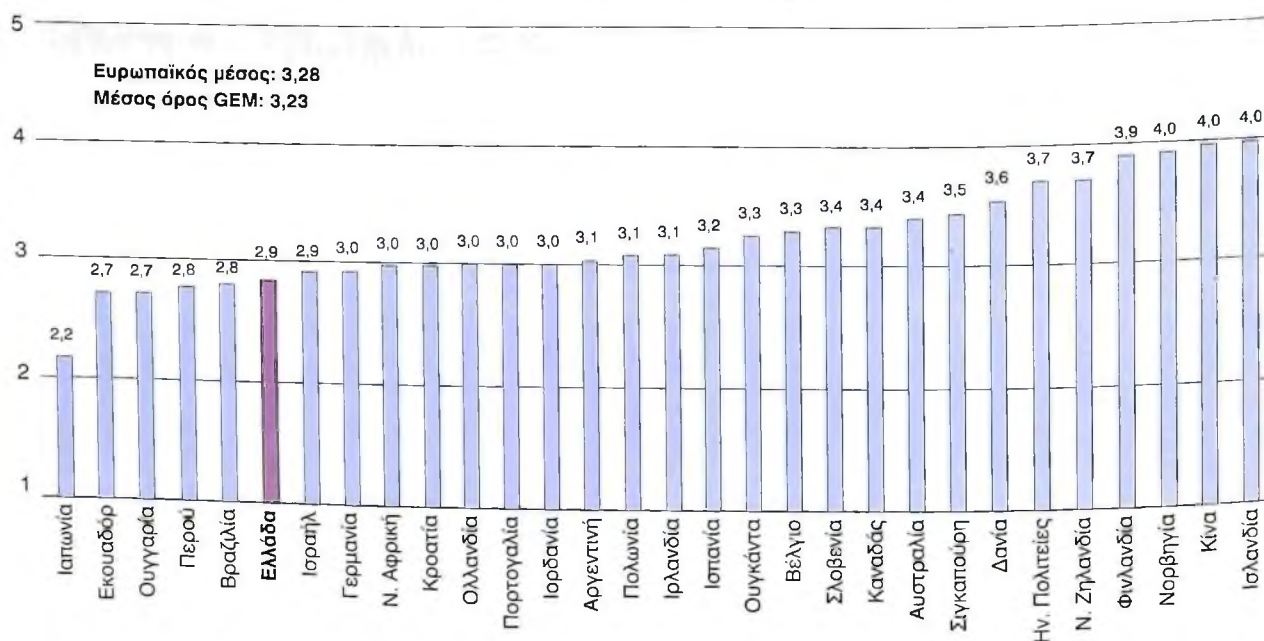
Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Οι δυνατότητες εκδήλωσης γυναικείας επιχειρηματικότητας

Το ζήτημα της υποστήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας συνδέεται με τη θέση της γυναίκας στην ελληνική επιχειρηματική αγορά εργασίας και τις ευκαιρίες με τις οποίες έρχεται (ή όχι) σε επαφή σε σύγκριση με τους άνδρες. Ο δείκτης συνθέτει πέντε επίσης επιμέρους παράγοντες: το βαθμό στον οποίο οι γυναίκες i) ενθαρρύνονται να ασκήσουν ελεύθερο επάγγελμα ή να ξεκινήσουν μια νέα επιχείρηση αλλά επιπλέον ii) συναντούν ισάριθμες ευκαιρίες με τους άνδρες και iii) διαθέτουν το ίδιο επίπεδο γνώσεων και ικανοτήτων, για το ξεκίνημά της, ενώ ταυτόχρονα iv) μία τέτοια ενέργεια θεωρείται αποδεκτή επαγγελματική επιλογή για μια γυναίκα και v) υπάρχουν στη χώρα τέτοιες κοινωνικές υπηρεσίες, ώστε μια γυναίκα που αποκτά οικογένεια να μπορεί να συνεχίσει την εργασία της.

Διάγραμμα 4.15

*Δείκτης υποστήριξης γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριοποίησης
(μέσοι όροι στην 5-βάθμια κλίμακα απαντήσεων των ειδικών)*



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Η Ελλάδα κατατάσσεται πολύ χαμηλά (μόλις στην 25η θέση) σε αυτόν το σύνθετο δείκτη. Από τους επιμέρους παράγοντες του δείκτη, οι ειδικοί αξιολογούν υψηλά το βαθμό «ισοτιμίας» γνώσεων και ικανοτήτων μεταξύ ανδρών / γυναικών, επίδοση που ωστόσο αποδίδει στην Ελλάδα μόνο την 22η θέση στο σύνολο, ενώ οριακά (με μ.ο. στο 3) εκτιμούν το βαθμό αποδοχής για μια γυναίκα της επιχειρηματικής καριέρας, καταλαμβάνοντας όμως μόνο την 25η θέση. Οι χαμηλές επιδόσεις στο ζήτημα της ενθάρρυνσης για

την άσκηση ελεύθερου επαγγέλματος / έναρξης επιχείρησης και των κοινωνικών υπηρεσιών που υποστηρίζουν μια γυναίκα με οικογένεια εξασφαλίζουν στην Ελλάδα την 21η και 22η θέση μιας και πρόκειται γενικά για παράγοντες που λαμβάνουν χαμηλή αξιολόγηση από τους ειδικούς αρκετών χωρών⁴¹.

Επομένως με αυτόν το σύνθετο δείκτη ο οποίος όμως καλύπτει πέντε σημαντικές πτυχές της γυναικείας επιχειρηματικότητας, αποκαλύπτονται και ορισμένες από τις αιτίες για την περιορισμένη επιχειρηματική δράση των γυναικών. Ανισότητα ευκαιριών, κοινωνική αποθάρρυνση παρά ενθάρρυνση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση και έλλειψη δομών και υπηρεσιών υποστήριξης για τις γυναίκες που διατηρούν παράλληλα και οικογένεια φαίνεται να αποτελούν φαινόμενα που χαρακτηρίζουν το ελληνικό περιβάλλον σε μεγαλύτερο βαθμό απ' ό τι συμβαίνει σε άλλες χώρες. Η άρση αυτών των περιορισμών και η διευκόλυνση μέσω κατάλληλων πολιτικών είναι κάτι που μπορεί να υλοποιηθεί σχετικά βραχυπρόθεσμα, καθώς οι νοοτροπίες και τα πολιτισμικά χαρακτηριστικά που αποθαρρύνουν τις γυναίκες απαιτούν μάλλον περισσότερο χρόνο για να επαναπροσδιοριστούν.

⁴¹ Για παράδειγμα μία σχετική υποστηρικτική δράση θα μπορούσε να αποτελεί η μεγαλύτερη έκπτωση από το φορολογητέο εισόδημα μίας γυναίκας επιχειρηματία του ποσού που αναλογεί σε κάθε παιδί.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

5.1 Γενικά

Οι αλλαγές των τελευταίων ετών οδήγησαν σε νέες αντιλήψεις για τη λειτουργία της οικονομίας, μετατοπίζοντας την έμφαση από το δημόσιο στο ιδιωτικό, από την προστασία στον ανταγωνισμό, από τους κλειστούς τομείς στην ανοικτή οικονομία. Παράλληλα, ειδικά στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η λειτουργία της Ενιαίας Αγοράς ανέδειξε τη μεγάλη σημασία της πρωτοβουλίας εκατομμυρίων ατόμων, οι οποίοι συμβάλλουν ουσιαστικά στην οικονομική άνοδο με τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, μικρού ή μεσαίου μεγέθους.

Οι αλλαγές αυτές στο οικονομικό περιβάλλον έφεραν στο προσκήνιο την επιχειρηματική πρωτοβουλία και τροφοδότησαν το ακαδημαϊκό και πολιτικό ενδιαφέρον για την επιχειρηματικότητα, τους όρους που την διέπουν και τους παράγοντες που την επηρεάζουν. Σήμερα, είναι πλέον κοινός τόπος ότι η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας αποτελεί πρωταρχική προϋπόθεση της οικονομικής ανάπτυξης, η οποία αντιμετωπίζεται ως άθροισμα των επιχειρηματικών εγχειρημάτων.

Οι εξελίξεις αυτές οδηγούν και στην αναζήτηση νέων πολιτικών με στόχο την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας. Η επιχειρηματικότητα ωστόσο, όπως και η ανταγωνιστικότητα, επηρεάζεται από ένα πλήθος παραγόντων ενδογενών και εξωγενών. Οι πρώτοι αφορούν στον ίδιο τον επιχειρηματία, την αντίληψή του για τον κίνδυνο και την ευκαιρία και την ετοιμότητα του να αναλάβει τον πρώτο και να εκμεταλλευθεί τη δεύτερη. Ακόμα όμως και αυτοί οι ενδογενείς παράγοντες εξαρτώνται καθοριστικά από τους εξωγενείς, από το περιβάλλον δηλαδή, μέσα στο οποίο λειτουργεί ο επιχειρηματίας.

Το μεγάλο πλήθος αυτών των παραγόντων και η διάχυσή τους σε όλα τα επίπεδα της οικονομικής και κοινωνικής ζωής, καθιστούν ιδιαίτερα δυσχερή την εξεύρεση μιας και μοναδικής λύσης. Μια πολιτική που θέτει την επιχειρηματικότητα υψηλά στην κλίμακα των προτεραιοτήτων της οφείλει να συνεκτιμά όλους τους παράγοντες που συνδέονται μ' αυτήν και να εξετάζει τις αποφάσεις της σε όλους τους τομείς, οι οποίες επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα άμεσα ή έμμεσα. Αυτό συνεπάγεται ότι ο κύριος, πρωταρχικός όρος που μπορεί να λειτουργήσει αποτελεσματικά για την επιχειρηματικότητα είναι μια οικονομική πολιτική, θετική κατ' αρχήν στο σύνολό της, και με επιμέρους αποφάσεις σε όλες τις περιοχές εφαρμογής της, οι οποίες προωθούν, ή τουλάχιστον δεν αντιστρατεύονται, την βασική επιδίωξη της δημιουργίας ενός περιβάλλοντος ευνοϊκού για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.

Αυτό βέβαια δε μειώνει τη σημασία πολιτικών ειδικά σχεδιασμένων για την προώθηση της επιχειρηματικότητας. Για να είναι ωστόσο αποτελεσματικές οι πολιτικές αυτές πρέπει να στηριχθούν σε μια σαφή αντίληψη των ποικίλων μορφών επιχειρηματικότητας, οι οποίες έχουν και διαφορετικές επιπτώσεις στην οικονομική ανάπτυξη και των παραγόντων που την ευνοούν ή την αποτρέπουν, επιλέγοντας τα μέσα που θα ενισχύουν τους πρώτους και θα ελαχιστοποιήσουν τους δεύτερους.

5.2 Η πολιτική της Ε.Ε. για την επιχειρηματικότητα

Η Πράσινη Βίβλος της Ε.Ε. για την Επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη επιχειρεί να δώσει μια συνολική απάντηση, με μέτρα που αποβλέπουν στη βελτίωση τόσο των ενδογενών παραγόντων, αυτών δηλαδή που καθορίζουν την ατομική απόφαση, όσο και των εξωγενών, που σχετίζονται κυρίως με το οικονομικό περιβάλλον. Τα μέτρα εξειδικεύονται περαιτέρω στο Πρόγραμμα Δράσης 2004. Η ευρωπαϊκή πολιτική για την επιχειρηματικότητα ορίζεται από τρεις κύριες επιδιώξεις:

- Τη διεύρυνση του αριθμού των επιχειρούντων ατόμων.
- Τη δημιουργία ενός περιβάλλοντος που θα καταστήσει την επιχειρηματικότητα πιο αποδοτική και θα ενισχύσει τις αναπτυξιακές της επιπτώσεις.
- Τη δημιουργία μιας νέας κοινωνικής νοοτροπίας που θα ευνοεί την επιχειρηματικότητα.

Για την διεύρυνση του αριθμού των επιχειρούντων ατόμων η Πράσινη Βίβλος προτείνει:

- Την άρση των διοικητικών εμποδίων για την έναρξη επιχειρήσεων.
- Την επανεξέταση της ισορροπίας μεταξύ κινδύνου και απόδοσης, για να περιορισθεί ο φόβος της αποτυχίας.
- Την προσαρμογή της εκπαίδευσης και κατάρτισης, ούτως ώστε να ευνοείται η δημιουργία μιας νέας νοοτροπίας που στηρίζει την επιχειρηματική επιλογή.
- Τη διάχυση της επιχειρηματικότητας σε ολόκληρη την κοινωνία, με έμφαση στις ομάδες που σήμερα παρουσιάζουν χαμηλά επίπεδα επιχειρηματικότητας, όπως οι γυναίκες και οι μετανάστες.

Όσον αφορά στο δεύτερο στόχο, τη βελτίωση δηλαδή της ποιότητας και την ενίσχυση της αναπτυξιακής επίπτωσης της επιχειρηματικής δράσης, η Πράσινη Βίβλος εντοπίζει τις απαιτούμενες πολιτικές στην άρση κυρίως των εμποδίων που υφίστανται σήμερα και προτείνει:

- Βελτίωση του κανονιστικού περιβάλλοντος.
- Φορολογικές πολιτικές που θα συμβάλλουν στην ανάπτυξη και επιβίωση επιχειρήσεων.

- Βελτίωση της προσφοράς εξειδικευμένης εργασίας, κυρίως εκεί όπου παρατηρούνται στενότητες.
- Πρόσβαση στην χρηματοδότηση, κυρίως των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, που εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν δυσχέρειες.
- Βοήθεια προς τις επιχειρήσεις για να εκμεταλλευθούν τα πλεονεκτήματα της οικονομίας της γνώσης.
- Ενίσχυση των συνεργασιών των επιχειρήσεων.

Όσον αφορά στην τρίτη επιδίωξη, δηλαδή τη δημιουργία ενός κοινωνικού κλίματος που θα ευνοεί την επιχειρηματική δράση, η Πράσινη Βίβλος προτείνει:

- Τη δημιουργία θετικής στάσης απέναντι στην επιχειρηματικότητα.
- Την ανάδειξη του κοινωνικού ρόλου της επιχειρηματικότητας.

Προτεραιότητες και κατευθύνσεις της πολιτικής στην Ελλάδα

Τα προβλήματα και οι προτεραιότητες που αναδεικνύονται στην Πράσινη Βίβλο αφορούν σαφώς και την Ελλάδα. Η παρούσα έκθεση, έχοντας αναλύσει τις ποικίλες μορφές, τα χαρακτηριστικά και τους παράγοντες που επιδρούν στην επιχειρηματικότητα, έχει εντοπίσει ανάλογα προβλήματα και στο ελληνικό περιβάλλον, τα οποία συνοψίζονται στα ακόλουθα:

- 1ov.** Ο περιορισμένος αριθμός επιχειρηματιών ευκαιρίας και η χαμηλή εταιρική επιχειρηματικότητα.
- 2ov.** Ο σοβαρός ρόλος του φόβου της αποτυχίας ως αποτρεπτικού παράγοντα για την ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.
- 3ov.** Η χαμηλή εξωστρέφεια των νέων εγχειρημάτων.
- 4ov.** Η χαμηλή επιχειρηματικότητα των γυναικών.
- 5ov.** Το σχετικά υψηλό κόστος της επένδυσης για την εκκίνηση νέου εγχειρήματος.

Τα παραπάνω ζητήματα, που αναλύονται στην παρούσα Έκθεση, υποδηλώνουν ότι οι γενικές κατευθύνσεις της ευρωπαϊκής πολιτικής έχουν απόλυτη εφαρμογή και στην χώρα μας. Πράγματι, όλα τα ευρήματα της έρευνας, αλλά και οι απόψεις των ειδικών, οδηγούν στο συμπέρασμα ότι και στην Ελλάδα μια πολιτική για την επιχειρηματικότητα πρέπει να κινηθεί στους τρεις άξονες που θέτει η Πράσινη Βίβλος, δηλαδή διεύρυνση του αριθμού των επιχειρούντων ατόμων, άρση των εμποδίων για την ενίσχυση των αναπτυξιακών επιπτώσεων της επιχειρηματικότητας και βελτίωση του κοινωνικού περιβάλλοντος.

Ειδικότερα, στα ζητήματα που ανέδειξε η έρευνα απαιτούνται στοχευμένες παρεμβάσεις στις ακόλουθες γενικές κατευθύνσεις:

- 1ον.** Η αύξηση του αριθμού των επιχειρούντων ατόμων είναι ασφαλώς επιθυμητή. Το κύριο πρόβλημα ωστόσο δεν είναι μόνο ποσοτικό: ο αριθμός των εγχειρημάτων που αναλαμβάνονται στη χώρα είναι σχεδόν ανάλογος με τις άλλες χώρες της Ευρώπης. Η έρευνα όμως έδειξε ότι τα εγχειρήματα αυτά υστερούν ποιοτικά: ένα μεγάλο μέρος απ' αυτά αναλαμβάνονται εξ ανάγκης και κατευθύνονται κυρίως προς την τελική κατανάλωση. Συνεπώς, στρατηγική προτεραιότητα μιας πολιτικής για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα είναι να δοθεί έμφαση στη βελτίωση της ποιότητας. Αυτό σημαίνει: ενίσχυση της επιχειρηματικότητας που έχει στόχο την εκμετάλλευση ευκαιρίας, προσανατολίζεται προς όλους τους τομείς της οικονομίας, είναι υψηλών δυνατοτήτων, δημιουργεί θέσεις απασχόλησης, διευρύνει την υπάρχουσα αγορά και έχει εξαγωγικό προσανατολισμό. Χαρακτηριστικά που είναι απαραίτητα για τη βελτίωση της ποιότητας, όπως τα παραπάνω, θα πρέπει να αποτελούν και τα κριτήρια για τη διαβάθμιση της ενίσχυσης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.
- 2ον.** Σημαντική πηγή για την αύξηση του αριθμού των επιχειρούντων ατόμων είναι οι γυναίκες, οι οποίες δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά σε πολύ μικρότερο βαθμό από τους άνδρες. Η υποστήριξη συνεπώς της γυναικείας επιχειρηματικότητας μπορεί να έχει απτά και ουσιώδη αποτελέσματα. Άλλωστε, όπως τονίζεται στην έρευνα, οι γυναίκες δεν φαίνεται να διαφοροποιούνται από τους άνδρες, όσον αφορά στα προσωπικά χαρακτηριστικά, που καθορίζουν την ανάληψη επιχειρηματικής δράσης. Επηρεάζονται όμως αρνητικά από εξωγενείς παράγοντες, όπως π.χ. η ανισότητα ευκαιριών, ή η έλλειψη δομών υποστήριξης για τις γυναίκες που διατηρούν παράλληλα και οικογένεια. Οι παράγοντες αυτοί μπορούν να βελτιωθούν με κατάλληλα μέτρα πολιτικής.
- 3ον.** Ο φόβος της αποτυχίας αναδείχθηκε ως ο υπ' αριθμόν ένα παράγων που αποτρέπει τα άτομα να αναλάβουν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες. Για να περιορισθεί η επίπτωση αυτού του βασικού εμποδίου απαιτούνται παρεμβάσεις προς δυο κατευθύνσεις: πρώτον, στην άρση του κοινωνικού και επιχειρηματικού στίγματος που συνοδεύει μια αποτυχία, με την εξομάλυνση των νομικών επιπτώσεων που συνεπάγεται και την αναγνώριση του δικαιώματος σε «δεύτερη ευκαιρία». Δεύτερον, στην βελτίωση των προσδοκιών για τα οφέλη της επιχειρηματικότητας, έτσι ώστε να ενθαρρυνθεί η ανάληψη κινδύνου και να υπερνικηθεί η διστακτικότητα που δημιουργεί ο φόβος. Αυτό συνεπάγεται μέτρα μείωσης του αρχικού κόστους της επένδυσης, αλλά και φορολογική πολιτική που καθιστά ελκυστικότερες τις αναμενόμενες αποδόσεις, έτσι ώστε να αλλάξει, προς όφελος του δευτέρου, η ισορροπία κόστους-οφέλους.

- 4ov.** Όπως προέκυψε από την έρευνα, το κόστος έναρξης ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος στην Ελλάδα είναι υψηλό, σε σχέση με το επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης της χώρας. Το κόστος προσδιορίζεται μεν από το είδος του εγχειρήματος, επηρεάζεται όμως καθοριστικά και από μια σειρά εξωγενείς παράγοντες όπως: τη χρηματοδότηση, τους μισθούς και την ανεπαρκή υποδομή. Σημαντικό στοιχείο εξάλλου αποτελεί το κόστος των κανονιστικών διαδικασιών, το οποίο, ειδικότερα στη φάση έναρξης μιας επιχείρησης, είναι σημαντικό. Συνεπώς, μια πολιτική ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας στοχεύει και στον περιορισμό του κόστους της αρχικής επένδυσης, παρεμβαίνοντας σ' αυτούς ακριβώς τους εξωγενείς παράγοντες. Σημαντικότερη ίσως απ' όλες τις αναγκαίες παρεμβάσεις θα είναι αυτή που θα απλοποιεί τις χρονοβόρες διαδικασίες που απαιτούνται για την έναρξη μιας επιχείρησης. Ένα μέτρο πολιτικής που έχει προταθεί πολλές φορές και θα μπορούσε να έχει θετικές επιπτώσεις στο κόστος είναι η θεσμοθέτηση μιας μόνο δημόσιας υπηρεσίας που να αναλαμβάνει την διεκπεραίωση όλων των απαιτούμενων διαδικασιών. Ιδιαίτερη είναι εξάλλου και η βοήθεια που μπορούν να προσφέρουν οι ενισχύσεις της αρχικής επένδυσης, που περιλαμβάνονται στους αναπτυξιακούς νόμους και στα ειδικά προγράμματα.
- 5ov.** Η έρευνα ανέδειξε υστέρηση της εταιρικής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, η οποία όμως είναι κατά τεκμήριο πιο αποδοτική. Για να ενισχυθεί η συνολική αναπτυξιακή επίπτωση της επιχειρηματικής δραστηριότητας απαιτούνται παρεμβάσεις που θα τονώσουν την εταιρική επιχειρηματικότητα, μέτρα δηλαδή που θα ενθαρρύνουν την επέκταση, αναβάθμιση και καινοτομικότητα των ήδη υφιστάμενων επιχειρήσεων. Η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας των υφιστάμενων επιχειρήσεων είναι εξίσου σημαντική, όσο και η προσπάθεια να αυξηθεί ο αριθμός των επιχειρούντων ατόμων.
- 6ov .** Το σχετικώς υψηλό κόστος της αρχικής επένδυσης για την εκκίνηση ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος αναδεικνύει και την αυξανόμενη σημασία της χρηματοδότησης. Οι αλλαγές στο τραπεζικό σύστημα των τελευταίων ετών φαίνεται ότι έχουν αμβλύνει σημαντικά τα προβλήματα που αντιμετώπιζαν, κυρίως οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, στην εξασφάλιση τραπεζικού δανεισμού. Άλλωστε το μεγαλύτερο μέρος των επενδύσεων που απαιτούνται καλύπτεται από τον ίδιο τον επιχειρηματία. Εκείνο που έχει σημασία από άποψη πολιτικής είναι οι ενισχύσεις από κρατικά προγράμματα, οι οποίες θα μπορούσαν να διευρυνθούν με την κατάλληλα ενημέρωση επίδοξων/νέων επιχειρηματιών για τις δυνατότητες που παρέχουν τα προγράμματα αυτά.
- 7ov.** Οι νέοι αποτελούν στην Ελλάδα μια από τις υποσχόμενες πηγές διεύρυνσης της επιχειρηματικότητας, καθώς εμφανίζονται σημαντικά πιο δραστήριοι στην εκμετάλλευση ευκαιριών και πιο ευνοϊκά διακεείμενοι προς την επιχειρηματικότητα, ως επιλογή σταδιοδρομίας. Το εύρημα αυτό συνεπάγεται ότι μια πολιτική επιχει-

ρηματικότητας που στοχεύει στους νέους έχει μεγαλύτερες πιθανότητες επιτυχίας. Προς την κατεύθυνση αυτή μπορεί να συμβάλει τόσο το εκπαιδευτικό σύστημα, με την εισαγωγή μαθημάτων επιχειρηματικότητας στα σχολεία, όσο και στοχευμένα προγράμματα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας των νέων.

5.4 Οι τρέχουσες πολιτικές για την επιχειρηματικότητα

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, τα μέτρα για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας θα πρέπει να αναζητηθούν τόσο στο σύνολο της οικονομικής πολιτικής που δημιουργεί το γενικότερο περιβάλλον, όσο και στα στοχευμένα προγράμματα που έχουν διακηρυγμένη επιδίωξη τη βελτίωση παραγόντων που αφορούν άμεσα στην επιχειρηματικότητα.

Στις δυο αυτές περιοχές η κατάσταση που διαμορφώνεται στην Ελλάδα σήμερα συνοψίζεται στα ακόλουθα:

1ον. Στον τομέα της οικονομικής πολιτικής έχουν ληφθεί αποφάσεις, οι οποίες αν εφαρμοσθούν αποτελεσματικά, είναι πιθανόν να βελτιώσουν το περιβάλλον και να ενισχύσουν τη δραστηριότητα τόσο των νέων και επίδοξων επιχειρηματιών, όσο και των καθιερωμένων επιχειρήσεων. Ενδεικτικά αναφέρονται:

- Η θέσπιση ενός νέου πλαισίου για την επενδυτική δραστηριότητα με την ψήφιση του Ν.3299/04. Ειδικότερα στοιχεία του νόμου που ενδέχεται να έχουν θετική επίπτωση στην επιχειρηματικότητα είναι: Η απευθείας επιχορήγηση των θέσεων εργασίας που δημιουργεί μια επένδυση. Η δυνατότητα πρόσθετης ενίσχυσης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Η μείωση του ποσοστού της ελάχιστης απαιτούμενης ίδιας συμμετοχής από 40% στο 20%. Η δυνατότητα ενίσχυσης και των υφιστάμενων επιχειρήσεων. Οι νέες αυτές επιλογές αντιμετωπίζουν εν μέρει προβλήματα που έχουν ήδη επισημανθεί στην παρούσα Έκθεση όπως οι περιορισμένες δυνατότητες των νέων εγχειρημάτων να δημιουργήσουν νέες θέσεις εργασίας, το υψηλό κόστος που απαιτείται για την έναρξη μιας νέας επιχείρησης και το χαμηλό επίπεδο εταιρικής επιχειρηματικότητας.
- Βήματα προς την απλοποίηση των διαδικασιών ίδρυσης και λειτουργίας επιχειρήσεων πραγματοποιούνται με τον Ν. 3325/05, ο οποίος όμως περιορίζεται σε ειδικές κατηγορίες επιχειρήσεων στη μεταποίηση. Όπως προκύπτει από την παρούσα έκθεση, τα νέα εγχειρήματα στον τομέα αυτό αποτελούν ένα σχετικά μικρό ποσοστό του συνόλου και συνεπώς η επίπτωση του νέου νόμου θα περιορισθεί αντίστοιχα. Εκείνο που έχει ιδιαίτερη σημασία είναι η απλοποίηση του γενικότερου κανονιστικού περιβάλλοντος και ο περιορισμός της γραφειοκρατίας στο σύνολο της οικονομίας.

- Η μείωση των φορολογικών συντελεστών που προβλέπεται για την επόμενη τριετία αποτελεί θετικό βήμα για την αντιμετώπιση των προβλημάτων που έχουν επισημανθεί, κυρίως για την εξισορρόπηση κόστους-οφέλους, η οποία θα μπορούσε να περιορίσει τον φόβο της αποτυχίας. Προς την ίδια κατεύθυνση μπορεί να συμβάλει και η αναμόρφωση του πτωχευτικού δικαίου, η οποία τοποθετείται για μετά τον Ιούνιο του 2006, όταν εκτιμάται ότι θα έχει ολοκληρωθεί το έργο της επιτροπής που έχει συσταθεί γι' αυτό το σκοπό.
- Η επιχειρηματικότητα των νέων επιδιώκεται να ενθαρρυνθεί μέσω της ίδρυσης και λειτουργίας δικτύου θυρίδων επιχειρηματικότητας της Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς και του Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας που έχουν εξαγγελθεί. Οι δράσεις αυτές μπορεί να συμβάλουν κυρίως στην πληροφόρηση των νέων, φοιτητών και αποφοίτων δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης τόσο για τους όρους, προϋποθέσεις και διαδικασίες ενάρξεως επιχειρηματικής δραστηριότητας όσο και για τις δυνατότητες και ευκαιρίες που υπάρχουν. Σε όρους GEM, η λειτουργία των παραπάνω στοχεύει στη διεύρυνση «επιχειρηματικότητας ευκαιρίας».

2ον. Στον τομέα των ειδικών προγραμμάτων θα πρέπει να αναφερθεί κυρίως το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» (2000-2006) με μια από τις βασικές διακηρυγμένες κατευθύνσεις «την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας σε τομείς όπως οι νέες τεχνολογίες, η απελευθερωμένη αγορά ενέργειας, το περιβάλλον, ο τουρισμός, σε ειδικές κατηγορίες πληθυσμού όπως οι νέοι, οι γυναίκες και τα άτομα με ειδικές ανάγκες, αλλά και η χρηματοδότηση δράσεων εκσυγχρονισμού των επιχειρήσεων και ιδιαίτερα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη μεταποίηση, στον τουρισμό και στις υπηρεσίες».

Ειδικότερα, ο δεύτερος άξονας προτεραιότητας του ΕΠΑΝ με τίτλο «Στήριξη και ενθάρρυνση Επιχειρηματικότητας» περιλαμβάνει ποικίλες δράσεις που αφορούν τα ζητήματα που έχουν επισημανθεί και στην παρούσα Έκθεση, όπως π.χ. την ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας ειδικών κατηγοριών πληθυσμού. Μένει φυσικά να εκτιμηθεί ο βαθμός αξιοποίησης των αντίστοιχων πόρων και η αξιολόγηση των επιπτώσεών τους σε μετρήσιμες ποιοτικές και ποσοτικές παραμέτρους της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

- 1. Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (GEM)**
- 2. Οι βασικοί ορισμοί της επιχειρηματικότητας σύμφωνα με τη μεθοδολογία του GEM**
- 3. Το εννοιολογικό μοντέλο του GEM**
- 4. Το εμπειρικό κομμάτι του ερευνητικού προγράμματος GEM**
- 5. Ο ρόλος του IOBE στο GEM**

1. Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (GEM)

Το Global Entrepreneurship Monitor (GEM) αποτελεί αυτή τη στιγμή το μοναδικό ερευνητικό πρόγραμμα παγκοσμίως, που μελετά την επιχειρηματικότητα σε διαχρονική βάση και συγκριτικά για συγκεκριμένες χώρες και περιοχές του πλανήτη. Στόχος του GEM είναι να δημιουργηθεί μια ετήσια αξιολόγηση των επιπέδων επιχειρηματικής δραστηριότητας σε ένα ευρύ σύνολο εξεταζόμενων χωρών και να ανιχνευτούν οι προσδιοριστικοί παράγοντες που ερμηνεύουν τις διαφορές που εμφανίζονται σε αυτήν την δραστηριότητα. Η έρευνα μπορεί έτσι να τροφοδοτήσει με περισσότερα στοιχεία τις πολιτικές ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας και να αναδείξει τη συνεισφορά της ανάπτυξης επιχειρηματικού πνεύματος στη γενικότερη οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας.

Το ερευνητικό πρόγραμμα ξεκίνησε το 1999 με τη συμμετοχή 10 χωρών, το 2004 εξασφαλίστηκε η συμμετοχή 34 χωρών, ενώ κατά την εξαετή του ιστορία έχει συνολικά μελετήσει πτυχές της επιχειρηματικότητας σε 43 χώρες. Ο συντονισμός του έργου γίνεται από το London Business School (Μ.Βρετανία) 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 ερευνητικές ομάδες και με βάση αυτό κάθε εθνική ομάδα προσπαθεί να συγκεντρώσει και να επεξεργαστεί τα αντίστοιχα δεδομένα.

Αναλυτικότερα στόχος του GEM είναι να:

- ❑ Να μετρήσει τις 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.

Το GEM αποτελεί έτσι το μοναδικό πρόγραμμα που μπορεί να παράσχει μία συγκριτική αξιολόγηση (benchmark) του επιπέδου της επιχειρηματικότητας σε ένα ευρύ σύνολο από χώρες, με εναρμονισμένες μεταβλητές μέτρησης.

2. Οι βασικοί ορισμοί της επιχειρηματικότητας σύμφωνα με τη μεθοδολογία του GEM

Για τις ανάγκες της έρευνας του GEM, η έννοια της επιχειρηματικότητας ορίζεται ως:

Κάθε προσπάθεια για δημιουργία μιας νέας επιχείρησης ή νέας δραστηριότητας, όπως το ελεύθερο επάγγελμα, η δημιουργία ενός νέου επιχειρηματικού οργανισμού ή η επέκταση ήδη υπάρχουσας επιχείρησης, που γίνεται από έναν ιδιώτη, από ομάδες ιδιωτών ή από επιχειρήσεις που ήδη λειτουργούν

Η μεθοδολογία της έρευνας εστιάζει πιο συγκεκριμένα σε δύο τύπους επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ο πρώτος αφορά στη δημιουργία ή και χρηματοδότηση μιας νέας δραστηριότητας και αναφέρεται ως ο βασικός τύπος επιχειρηματικότητας και ο δεύτερος αναφέρεται στην εταιρική επιχειρηματικότητα. Σε αντίθεση με τον πρώτο τύπο, η εταιρική επιχειρηματικότητα δεν αφορά επιχειρηματικές προσπάθειες που βρίσκονται στην εκκίνηση, αλλά την επιχειρηματική δραστηριότητα «καθιερωμένων» επιχειρήσεων.

Ο βασικός τύπος επιχειρηματικότητας, αναφέρεται σε ένα άτομο που ανήκει σε μία – ή και στις δύο- από τις εξής κατηγορίες:

- α. «Επίδοξος» (nascent) επιχειρηματίας, ένα άτομο δηλαδή που κατά το τελευταίο δωδεκάμηνο – σε σχέση με το χρονικό σημείο της έρευνας- βρισκόταν στη διαδικασία έναρξης μιας νέας δραστηριότητας / επιχείρησης, και το οποίο δεν έχει πληρώσει μισθούς ή δεν έχει αποκομίσει κέρδη από αυτή τη δραστηριότητα κατά τους τελευταίους τρεις μήνες.
- β. Ένα άτομο που είναι είτε ιδιοκτήτης, είτε διευθυντής, ή χρηματοδότης μιας νέας επιχείρησης/δραστηριότητας, η οποία έχει πληρώσει μισθούς ή έχει αποκομίσει κέρδη για διάστημα μεγαλύτερο από τρεις, αλλά μικρότερο από 42 μήνες.

Έτσι τα επιχειρηματικά εγχειρήματα μπορούν να χωριστούν σε αυτά που βρίσκονται στη φάση της δημιουργίας (startups) και αποτελούν ενέργειες των επίδοξων επιχειρηματιών και τις νέες επιχειρήσεις (new firms) που έχουν ήδη ξεκινήσει να λειτουργούν εδώ και 3,5 χρόνια (τη στιγμή της έρευνας).

Ο δεύτερος τύπος επιχειρηματικής δραστηριότητας (εταιρική επιχειρηματικότητα, firm entrepreneurship), αφορά καθιερωμένες επιχειρήσεις (established firms) – επιχειρήσεις δηλαδή που έχουν πληρώσει μισθούς ή έχουν αποκομίσει κέρδη για διάστημα μεγαλύτερο των 42 μηνών. Μια καθιερωμένη επιχείρηση θεωρείται ως «επιχειρηματική» αν κατά τη στιγμή της έρευνας βρισκόταν στη διαδικασία εκκίνησης μιας νέας δραστηριότητας.

3. Το εννοιολογικό μοντέλο του GEM

Είναι γεγονός ότι οι περισσότερες αναλύσεις της οικονομικής ανάπτυξης και οικονομικής επίδοσης εστιάζουν κυρίως στις μεγάλες και καθιερωμένες επιχειρήσεις, - που αποτελούν κατά μία έννοια την πρωτογενή οικονομία μιας χώρας - και κατά ένα μέρος στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (δευτερογενής οικονομία). Ωστόσο φαίνεται να απουσιάζει η ενδελεχής εξέταση της συνεισφοράς που μπορεί να έχουν στην καινοτομία και στον ανταγωνισμό μιας οικονομίας οι νεοιδρυόμενες επιχειρήσεις (start-ups). Το εννοιολογικό του μοντέλο GEM ενσωματώνει και τις δύο αυτές διαστάσεις και προσπαθεί να εξετάσει τη συνεισφορά όλων των επιχειρήσεων στην οικονομική ανάπτυξη. Πιο συγκεκριμένα το GEM θεωρεί ότι η οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας μπορεί να είναι το αποτέλεσμα δύο παράλληλων, αλλά στενά διασυνδεδεμένων δραστηριοτήτων (Σχήμα 1):

- ❑ Των δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τις καθιερωμένες επιχειρήσεις μιας χώρας.
- ❑ Των δραστηριοτήτων που σχετίζονται πιο άμεσα με τις επιχειρηματικές διαδικασίες δημιουργίας νέων εγχειρημάτων.

Καταρχάς ολόκληρη η οικονομική δραστηριότητα μιας χώρας εξελίσσεται μέσα σε ένα συγκεκριμένο κοινωνικό, πολιτισμικό και πολιτικό πλαίσιο, το οποίο έχει διαμορφωθεί ιστορικά και άρα πρέπει να θεωρείται δεδομένο βραχυπρόθεσμα. Από εκεί και πέρα, το πλαίσιο αυτό καθορίζει τα δύο είδη δραστηριοτήτων που ενυπάρχουν σε μία οικονομία. Από τη μία πλευρά, η συνεισφορά στην εθνική οικονομική ανάπτυξη από τις μεγάλες εταιρίες μιας χώρας, επηρεάζεται κυρίως από το συνολικό επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο αυτές δραστηριοποιούνται, το οποίο είναι και χαρακτηριστικό για κάθε χώρα. Το πλαίσιο αυτό χαρακτηρίζεται ως Γενικό Εθνικό Πλαίσιο της λειτουργίας της οικονομίας και περιλαμβάνει μια σειρά παραγόντων που ορίζουν μεσοπρόθεσμα τις συντεταγμένες μέσα στις οποίες λαμβάνει χώρα το οικονομικό γίγνεσθαι. Πρόκειται για παράγοντες όπως το πόσο «ανοιχτή» είναι η οικονομία, ο ρόλος του κράτους, το τεχνολογικό επίπεδο, η ευελιξία των αγορών εργασίας κλπ. Οι παράγοντες αυτοί καθορίζουν τον τρόπο με τον οποίο οι μεγάλες εταιρίες επηρεάζουν την οικονομική ανάπτυξη μέσω της δημιουργίας νέων εγκαταστάσεων, νέων επιχειρήσεων συμβάλλοντας στην απασχόληση με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Επιπλέον, η αντικατάσταση μιας παλαιάς παραγωγικής εγκατάστασης με κάποια νέα, που ενσωματώνει νέες τεχνολογίες έχει ως συνέπεια την αύξηση και της παραγωγικότητας της οικονομίας.

Από την άλλη πλευρά, οι πιθανοί ή επίδοξοι επιχειρηματίες, αποφασίζουν την έναρξη μίας επιχειρηματικής δραστηριότητας ανάλογα με την ποιότητα κάποιων πρόσθετων χαρακτηριστικών που διαμορφώνονται στο υπάρχον επιχειρησιακό περιβάλλον. Αυτά ανα-

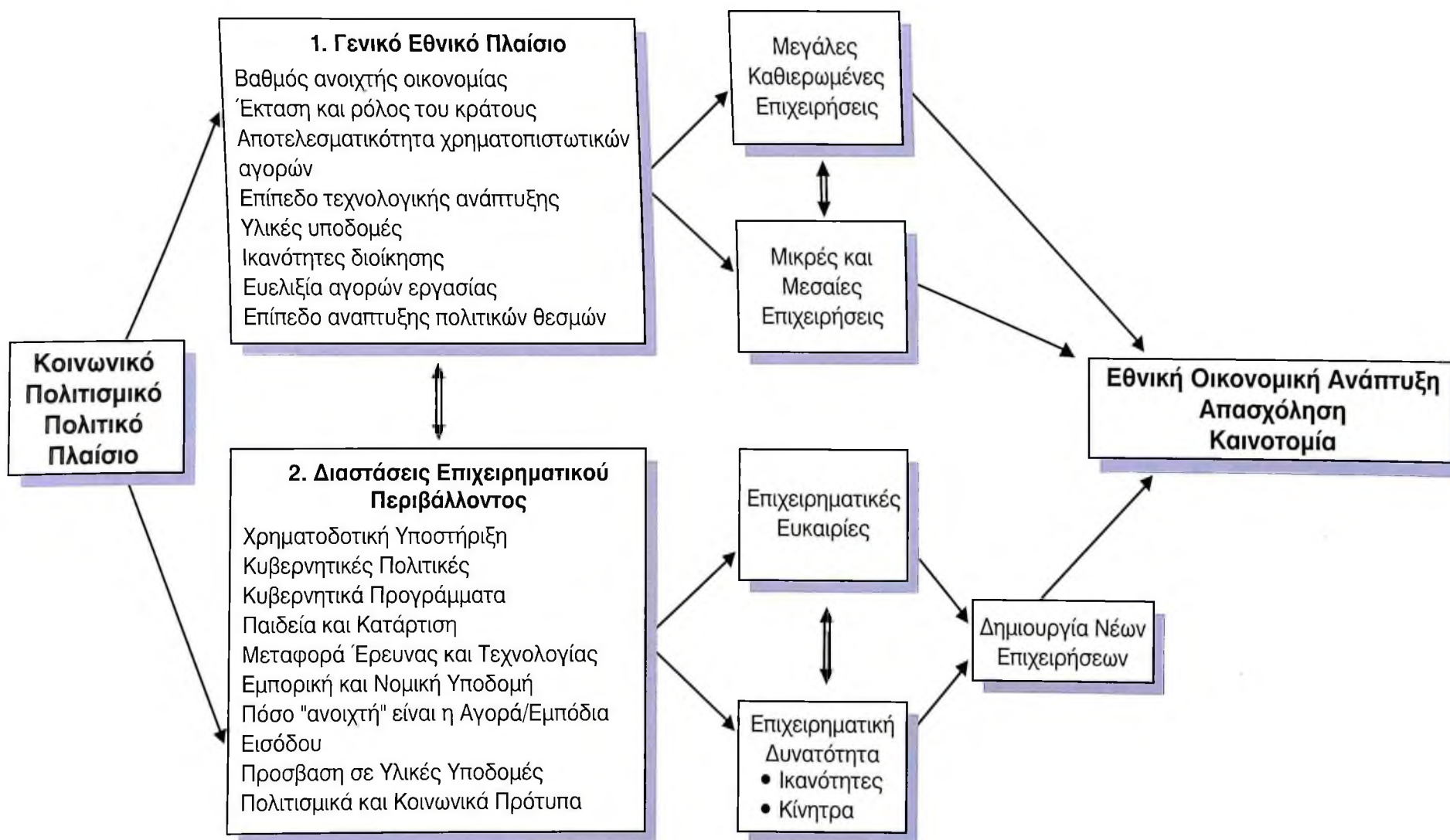
φέρονται ως **Διαστάσεις του Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος** και περιλαμβάνουν παράγοντες όπως η χρηματοδοτική υποστήριξη, τα κυβερνητικά προγράμματα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, το επίπεδο παιδείας και κατάρτισης κλπ. Οι παράγοντες αυτοί επηρεάζουν αφενός την ικανότητα της χώρας να «γεννά» νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα και να δημιουργεί επιχειρηματικές ευκαιρίες, αφετέρου σε συνδυασμό με τις δεξιότητες και τα κίνητρα των κατοίκων της, να επηρεάζουν το επίπεδο εκδήλωσης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ο επιτυχής συνδυασμός αυτών μπορεί να οδηγήσει σε νέες επιχειρήσεις που θα αυξήσουν την καινοτομία και τον ανταγωνισμό μέσα στην εθνική ή και παγκόσμια αγορά, επηρεάζοντας έτσι θετικά την εθνική οικονομική ανάπτυξη.

Επομένως, κατά μία έννοια, το **Γενικό Εθνικό Πλαίσιο** της οικονομίας θέτει τους όρους της λειτουργίας των μεγάλων καθιερωμένων επιχειρήσεων και των ΜΜΕ που ήδη δραστηριοποιούνται στη χώρα, ενώ οι Διαστάσεις του Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος επηρεάζουν τόσο τις ευκαιρίες που εμφανίζονται σε μια οικονομία, όσο και τις επιχειρηματικές δεξιότητες και τα κίνητρα του ανθρώπινου δυναμικού της χώρας να αντιλαμβάνεται και να δρα προς εκμετάλλευση αυτών των ευκαιριών.

Σύμφωνα με το σκεπτικό του GEM, η οικονομική υγεία μιας χώρας εξαρτάται από το συνδυασμό του επιχειρηματικού πνεύματος με τη λειτουργία των καθιερωμένων εταιριών. Εντούτοις, το GEM έχει διαπιστώσει ότι η συνέργεια αυτή εξαρτάται από το εθνικό εισόδημα (ΑΕΠ κατά κεφαλή), αφού στις περιπτώσεις χαμηλών επιπέδων εθνικού εισοδήματος, ο επιχειρηματικός τομέας παρέχει περισσότερες ευκαιρίες και δυνατότητες δημιουργίας νέων αγορών. Αντίθετα όσο αυξάνει το εισοδηματικό επίπεδο, οι νέες τεχνολογίες και οι πιθανές νέες αγορές που αυτές δημιουργούν προσελκύουν το ενδιαφέρον των μεγαλύτερων και καθιερωμένων εταιριών οι οποίες λόγω και των οικονομιών κλίμακας μπορούν να ικανοποιήσουν την αυξανόμενη ζήτηση και τελικά να αυξήσουν το σχετικό τους ρόλο στην οικονομία. Ταυτόχρονα, ο αριθμός των νέων επιχειρήσεων περιορίζεται, καθώς όλο και περισσότεροι άνθρωποι βρίσκουν μία μισθωτή (και πιο σταθερή) απασχόληση την οποία και προτιμούν. Σε ακόμα υψηλότερα επίπεδα ανάπτυξης όμως ο ρόλος της επιχειρηματικότητας διευρύνεται και πάλι, καθώς όλο και περισσότερα άτομα διαθέτουν τους πόρους και τις ικανότητες να ιδρύσουν μία επιχείρηση σε ένα οικονομικό περιβάλλον που επιτρέπει την εκμετάλλευση των ευκαιριών. Είναι γεγονός πάντως ότι οι επιχειρηματίες στις διάφορες χώρες αντιμετωπίζουν διαφορετικές προκλήσεις και ευκαιρίες, ενώ οι πολιτικές και οι όροι για την εκδήλωση επιχειρηματικής δραστηριότητας μπορεί αφενός να διαφέρουν, αφετέρου να μην είναι το ίδιο αποτελεσματικές.

Το GEM θεωρεί ότι η εξήγηση για την εκδήλωση υψηλότερων επιπέδων επιχειρηματικότητας σε μία χώρα έγκειται στη συνδυασμένη επίδραση τριών παραμέτρων: α) στις διαφορές μεταξύ των χωρών στους εννέα παράγοντες που συνθέτουν τις Διαστάσεις του Επιχειρηματικού περιβάλλοντος, β) στις διαφορές μεταξύ των κατοίκων μιας χώρας σε ότι αφορά τις επιχειρηματικές ευκαιρίες που αντιλαμβάνονται ότι υπάρχουν σε αυτήν (ασυμμετρία προσδοκιών) και γ) στις διαφορετικές ικανότητες των κατοίκων και το μηχανισμό κινήτρων που έχουν για την εκμετάλλευση αυτών των ευκαιριών.

Σχήμα 1.1: Το Εννοιολογικό Μοντέλο GEM



4. Το εμπειρικό κομμάτι του ερευνητικού προγράμματος GEM

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

- Έρευνα πεδίου (τηλεφωνικές συνεντεύξεις) σε τυχαία αντιπροσωπευτικά δείγματα ενηλίκων ηλικίας 18 έως 64 ετών, σε μεγέθη που κυμαίνονται από 1.000 έως σχεδόν 27.000 άτομα σε ορισμένες χώρες.
- Προσωπικές συνεντεύξεις και συμπλήρωση ερωτηματολογίου από άτομα που ειδικεύονται σε ζητήματα που σχετίζονται με διάφορες πλευρές του προβλήματος της επιχειρηματικότητας (ειδικοί ή εμπειρογνώμονες). Ανάλογα με τη χώρα πραγματοποιήθηκαν έως και 50 συνεντεύξεις με τους αντίστοιχους εμπειρογνώμονες που επιλέχτηκαν με τέτοιον τρόπο ώστε να αντιπροσωπεύουν και τις εννέα Διαστάσεις του Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος.
- Τυποποιημένα εθνικά στοιχεία μακροοικονομικών κυρίως δεικτών για την αντίστοιχη οικονομία που λαμβάνονται από αξιόπιστες διεθνείς πηγές στοιχείων όπως η 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 στον δικτυακό τόπο: www.gemconsortium.org.

5. Ο ρόλος του IOBE στο GEM

Το IOBE αποτελεί τον εθνικό ερευνητικό συνεργάτη του GEM και συμμετείχε το 2004 για δεύτερη φορά στο ερευνητικό έργο. Είναι υπεύθυνο για την άρτια διεξαγωγή των σχετικών ερευνών και την πρώτη επεξεργασία των δεδομένων, πριν την αποστολή τους στους συντονιστές, ενώ στη συνέχεια και μετά τον εναρμονισμό όλων των δεδομένων έχει την ευθύνη εκπόνησης της Εθνικής Έκθεσης για την επιχειρηματικότητα στη χώρα της, η οποία αποσκοπεί να αναδείξει τις εθνικές της ιδιαιτερότητες και να καταλήξει σε προτάσεις πολιτικής που λαμβάνουν υπόψη τα ιδιαίτερα εθνικά χαρακτηριστικά.

Το IOBE διεξάγει 36 συνεντεύξεις με τους εμπειρογνώμονες, ενώ η έρευνα πληθυσμού εκτελείται από την εταιρεία Datarower. Στη μεθοδολογία διεξαγωγής της έρευνας πεδίου χρησιμοποιήθηκε η τεχνική της πολυσταδιακής στρωματοποιημένης δειγματοληψίας (multistage stratified sampling technique), με βάση τα δημογραφικά χαρακτηριστικά κάθε γεωγραφικού διαμερίσματος, αστικότητα της περιοχής, φύλο και ηλικία. Η έρευνα έγινε με τη βοήθεια πληροφοριακού συστήματος τηλεφωνικών συνεντεύξεων (Computer Aided Telephone Interview). Τα αναλυτικά στατιστικά στοιχεία της έρευνας του 2004 αποτυπώνονται στον παρακάτω Πίνακα:

Πίνακας
Αναλυτικά στοιχεία έρευνας

Αριθμός συνολικών κλήσεων	38679
Αριθμός αναπάντητων κλήσεων	21359
Δεν αντιστοιχούν σε πραγματικό αριθμό	4836
Απασχολημένο/modem	1264
Fax	285
Αρνήθηκαν εξ αρχής να συμμετάσχουν στην έρευνα	6939
Αρνήθηκαν κατά τη διάρκεια της συνέντευξης	174
Τηλέφωνο που δεν αντιστοιχεί σε κατοικήσιμη περιοχή	526
Δεν μιλούσαν Ελληνικά	125
Μη επιλέξιμοι για την έρευνα λόγω ηλικίας (< 18 ή >64 ετών)	359
Ο δυνητικός συμμετέχων στην έρευνα δεν βρέθηκε μετά από τρεις συνολικά κλήσεις	805
Συνεντεύξεις	2008



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Acs, Z.J., Storey, D.,(2004), "Entrepreneurship and Economic Development", *Regional Studies*, 38, 1-12.

Acs, Z.J., Arenius, P., Hay, M. and Minniti, M. (2005), "Global Entrepreneurship Monitor: 2004 Executive Report".

Bygrave, W.D. and Hunt, S.A. (2005), "Global Entrepreneurship Monitor: 2004 Financing Report".

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

European Commission, (2004), "Action Plan: The European Agenda for Entrepreneurship", February.

Grant Thornton (2002), "European Business Survey".

Fitzsimons, P., O’Gorman, C., Murray, S., (2004), "How entrepreneurial was Ireland in 2004?, Global Entrepreneurship Monitor, The Irish Report".

Ιωαννίδης, Σ. (2004), "Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα", IOBE, Οκτώβριος.

Kirzner, I.M. (1997), "Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach", *Journal of Economic Literature*, XXXV, 60-85.

Reynolds, P.D., Bygrave, W.D., Autio, E. et al, (2003), "Global Entrepreneurship Monitor: 2002 Executive Report".

Reynolds, P.D., Bygrave, W.D., Autio, E. et al, (2004), "Global Entrepreneurship Monitor: 2003 Executive Report".

Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών, (2005), "Εθνικό Πρόγραμμα Μεταρρυθμίσεων 2005-2008", Προσχέδιο, Σεπτέμβριος.

Υπουργείο Ανάπτυξης (2004), "Επιχειρησιακό Πρόγραμμα "Ανταγωνιστικότητα" (Αναθεωρημένη Έκδοση)", Οκτώβριος.

ΧΟΡΗΓΟΙ



ΤΡΑΠΕΖΑ ΑΤΤΙΚΗΣ
www.bankofattica.gr



Τσάμη Καρατάσου 11, 117 42 Αθήνα
Τηλ.: 210 9211200-10, Fax: 210 9228130 & 9233977
www.iobe.gr