



ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ
FOUNDATION FOR ECONOMIC & INDUSTRIAL RESEARCH

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 2006 - 2007

Σταύρος Ιωαννίδης

Άγγελος Τσακανίκας

Νοέμβριος 2007

ΧΟΡΗΓΟΣ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΤΡΑΠΕΖΩΝ

©Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών

ISBN 978-960-7536-38-9

ISSN 1790-1731

Επιμέλεια έκδοσης : IOBE

ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΙΟΒΕ

Υπεύθυνος: Σταύρος Ιωαννίδης
Καθηγητής, Πάντειο Πανεπιστήμιο

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

Εθνική ερευνητική ομάδα GEM

Υπεύθυνοι έργου: **Τάκης Πολίτης**, Επιστημονικός Διευθυντής ΙΟΒΕ,
Σταύρος Ιωαννίδης, Καθηγητής, Πάντειο Πανεπιστήμιο
Άγγελος Τσακανίκας, Υπεύθυνος Ερευνών ΙΟΒΕ

Έρευνα – Ανάλυση: **Ευαγγελία Βαλαβανιώτη**, ΙΟΒΕ
Κώστας Καβουνίδης, Tufts University

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η Έκθεση για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2006-2007 αποτελεί την τέταρτη της σειράς εκθέσεων που εκπονεί το IOBE, στο πλαίσιο της συμμετοχής του στο διεθνές ερευνητικό πρόγραμμα GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). Το ερευνητικό Πρόγραμμα αυτό συλλέγει εμπειρικά δεδομένα – πρωτογενή και δευτερογενή - από ένα ευρύ σύνολο χωρών παγκοσμίως και εκδίδει σχετική ετήσια έκθεση για την επιχειρηματικότητα όπου παρουσιάζονται τα συνολικά ευρήματα. Το IOBE αποτελεί τον ελληνικό εταίρο στο ερευνητικό consortium του GEM και είναι υπεύθυνο για τη διεξαγωγή των αναγκαίων ερευνών στον ελληνικό πληθυσμό, την επεξεργασία των αποτελεσμάτων με βάση την κοινή εναρμονισμένη μεθοδολογία και την ένταξη τους στο διεθνές αναλυτικό πλαίσιο του GEM, ώστε να επιτυγχάνεται η συγκρισιμότητα των στοιχείων.

Η φετινή έκθεση, η οποία επικεντρώνεται όπως πάντα στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που εμφανίζει η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, αποτελεί ωστόσο την πρώτη έκθεση που εκπονείται από το Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα του IOBE. Πρόκειται για ένα ερευνητικό άξονα του IOBE που θεσμοθετήθηκε το 2007 και σκοπεύει στην αξιοποίηση της συσσωρευμένης εμπειρίας από τη συμμετοχή στο GEM, με έμφαση στην επεξεργασία προτάσεων πολιτικής για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας. Η εκ του σύνεγγυς παρακολούθηση των εξελίξεων στον τομέα της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, η ανάγκη δημιουργίας χρονολογικών σειρών που επιτρέπουν την αποτύπωση πιο μακροχρόνιων τάσεων και διαρθρωτικών χαρακτηριστικών της, σε σύγκριση πάντα με τις εξελίξεις και τάσεις που επικρατούν στο διεθνές περιβάλλον εντάσσονται άλλωστε στους ερευνητικούς στόχους που έχει θέσει το IOBE τα τελευταία χρόνια. Πιο συγκεκριμένα το Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα, στοχεύει σε δύο κατευθύνσεις:

- α) τη διενέργεια ερευνών σε πλευρές της επιχειρηματικότητας με ιδιαίτερο ελληνικό ενδιαφέρον και
- β) την παραγωγή προτάσεων πολιτικής για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.

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 τον κύριο χορηγό του έργου, την Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, που χρηματοδότησε και τη φετινή ερευνητική προσπάθεια.

Περιεχόμενα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟ 2006.....1

- 1.1 Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων 1
- 1.2 Τα κίνητρα της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων: ανάγκη έναντι ευκαιρίας 6
- 1.3 Η τομεακή διάσταση της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων 9
- 1.4 Ιδιοκτησία 11
- 1.5 Οι ποιοτικές διαστάσεις της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων:
καινοτομία και ανταγωνισμός..... 13
- 1.6 Ύψος επένδυσης και προοπτικές απασχόλησης..... 18
- 1.7 Οι άτυποι επενδυτές 22

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ.....25

- 2.1 Επιχειρηματικότητα και φύλο..... 25
- 2.2 Επιχειρηματικότητα και ηλικία..... 29
- 2.3 Επιχειρηματικότητα και επίπεδο εκπαίδευσης 31
- 2.4 Επιχειρηματικότητα και εισόδημα 33
- 2.5 Επιχειρηματικότητα ανά περιφέρεια 35
- 2.6 Προσωπικοί παράγοντες..... 36
 - 2.6.1 *Συναναστροφή με νέους επιχειρηματίες*..... 37
 - 2.6.2 *Επιχειρηματική Συγκυρία*..... 38
 - 2.6.3 *Γνώσεις και Ικανότητες*..... 40
 - 2.6.4 *Φόβος Αποτυχίας*..... 41
 - 2.6.5 *Διαφοροποιήσεις προσωπικών χαρακτηριστικών*..... 42

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ - ΟΙ ΓΝΩΜΕΣ ΤΩΝ ΕΙΔΙΚΩΝ ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΝΩΝ.....47

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Η ΣΗΜΑΣΙΑ «ΕΜΜΕΣΩΝ» ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....61

- 4.1 Η καινοτομία ως βασικό κριτήριο ποιοτικής επιχειρηματικότητας 63

4.2	Τα όρια των «άμεσων» πολιτικών για την προώθηση της καινοτομίας	64
4.3	Τύποι καινοτομίας	66
4.4	Δύο βασικές προϋποθέσεις της καινοτομίας: Απορροφητική ικανότητα και Δημιουργικότητα... 67	
4.4.1	<i>Απορροφητική Ικανότητα</i>	68
4.4.2	<i>Δημιουργικότητα</i>	71
4.5	Η σημασία των έμμεσων πολιτικών για την ενθάρρυνση της καινοτομικότητας.....	73
4.5.1	<i>Η σημασία της σταθερότητας του φορολογικού πλαισίου</i>	73
4.5.2	<i>Το πρόβλημα της γραφειοκρατίας</i>	74
4.5.3	<i>Η ποιότητα της Δημόσιας Διοίκησης</i>	75
4.5.4	<i>Το ιδιαίτερο πρόβλημα της τεχνολογικής γνώσης: ένα καλό παράδειγμα «έμμεσης» πολιτικής στον ελληνικό χώρο</i>	76
4.5.5	<i>Το πρόβλημα της εκπαίδευσης</i>	78
4.6	Σύνοψη	80
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....		81
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ.....		83
1.	Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (GEM).....	85
2.	Οι βασικοί ορισμοί της επιχειρηματικότητας και η επιχειρηματική διαδικασία: μεθοδολογικό πλαίσιο του GEM	86
3.	Το εννοιολογικό μοντέλο του GEM.....	88
4.	Γιατί διαφέρουν τα στοιχεία του GEM από τα επίσημα δημογραφικά στοιχεία (μητρώα) των επιχειρήσεων;	92
5.	Το εμπειρικό μέρος του ερευνητικού προγράμματος GEM	93
6.	Ο ρόλος του IOBE στο GEM	94

Πίνακες

1.1	Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων στην Ευρώπη κατά τομέα.....	10
1.2	Αριθμός ιδιοκτητών ανά νέο/ επίδοξο εγχείρημα.....	12
1.3	Κατανομή των επίδοξων εγχειρημάτων σε επενδυτικά κλιμάκια.....	20
1.4	Ποσοστό της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που μπορεί να θεωρηθεί ως «εργοδοτική»: απασχολεί σήμερα ή πρόκειται να απασχολεί σε 5 χρόνια πρόσθετα άτομα εκτός των ιδιοκτητών.....	21
2.1	Συνολική εικόνα διάρθρωσης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων με βάση το φύλο (% ατόμων ηλικίας 18-64 ετών).....	26
2.2	Συγκριτική εικόνα διάρθρωσης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων με βάση το φύλο (% ατόμων ηλικίας 18-64 ετών).....	27
2.3	Εξέλιξη γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων στην Ευρώπη σε σχέση με τη συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα αρχικών σταδίων (% συμμετοχής στο σύνολο)..	28
2.4	Ποσοστό επιχειρηματιών αρχικών σταδίων ανά ηλικιακό κλιμάκιο.....	30
2.5	Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά ηλικιακό κλιμάκιο στην Ελλάδα (2006).....	31
2.6	Ποσοστιαία διάθρωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως προς το εκπαιδευτικό κλιμάκιο.....	32
2.7	Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά εκπαιδευτικό επίπεδο στην Ελλάδα (2006).....	32
2.8	Ποσοστιαία διάθρωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως προς το εισοδηματικό κλιμάκιο.....	34
2.9	Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά εισοδηματικό κλιμάκιο στην Ελλάδα (2005).....	34
2.10	Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά περιφέρεια: συμμετοχή και ποσοστιαία διάρθρωση....	36
2.11	Προσωπική Γνώση ατόμου που ξεκίνησε νέα επιχείρηση τα προηγούμενα 2 έτη: Ποσοστό θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών (2006).....	38
2.12	Καλές Ευκαιρίες Έναρξης Νέας Επιχειρηματικότητας το Προσεχές Εξάμηνο: Ποσοστό θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών (2006).....	39
2.13	Γνώσεις, Ικανότητα και Εμπειρία Επιχειρηματικότητας: Ποσοστό θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών (2006).....	40
2.14	Φόβος Αποτυχίας ως Παράγοντας Αποτροπής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας: Ποσοστό θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών.....	41
2.15	Οι προσωπικοί παράγοντες ανά κατηγορία πληθυσμού στην Ελλάδα το 2006: (Ποσοστό θετικών απαντήσεων).....	43
3.1	Η Γνώμη των Ειδικών για το Επιχειρηματικό Περιβάλλον στην Ελλάδα (βαθμοί της πενταβάθμιας κλίμακας Likert).....	48

- 3.2** Η αξιολόγηση των Ειδικών για την Μεταφοράς τεχνολογίας (βαθμοί της πενταβάθμιας κλίμακας Likert).....51
- 3.3** Η αξιολόγηση των Ειδικών για τα Επιχειρηματικά Κίνητρα (βαθμοί της πενταβάθμιας κλίμακας Likert).....57

Διαγράμματα

- 1.1** Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (νέοι και επίδοχοι επιχειρηματίες) ανα χώρα το 2006 (95% διάστημα εμπιστοσύνης).....3
- 1.2** Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που είναι ιδιοκτήτες / διαχειρίζονται μια καθιερωμένη επιχείρηση (τουλάχιστον 3,5 χρόνια λειτουργίας) ανα χώρα το 2006 (95% διάστημα εμπιστοσύνης).....4
- 1.3** Δείκτης επιχειρηματικότητας (αρχικών σταδίων) ανάγκης ανά χώρα (ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών).....8
- 1.4** Τεχνολογικά εγχειρήματα: ποσοστό (TEA) σε κλάδους υψηλής ή μεσαίας τεχνολογίας (κατά ΟΟΣΑ).....11
- 1.5** Μέσος Αριθμός ιδιοκτητών ανά επίδοχο επιχειρηματικό εγχείρημα το 2006.....12
- 1.6** Ποσοστιαία διάρθρωση νέων και επίδοχων επιχειρηματικών εγχειρημάτων: Τι ποσοστό αυτών χρησιμοποιεί νέες τεχνολογίες / διαδικασίες;.....14
- 1.7** Ποσοστιαία διάρθρωση νέων και επίδοχων επιχειρηματικών εγχειρημάτων: Τι ποσοστό αυτών παρέχει προϊόντα / υπηρεσίες που (θα) θεωρούνται νέα και πρωτοποριακά από όλους, μερικούς ή κανέναν από τους δυνητικούς πελάτες.....15
- 1.8** Ποσοστιαία διάρθρωση νέων και επίδοχων επιχειρηματικών εγχειρημάτων: Τι ποσοστό αυτών αντιμετωπίζει ισχυρό, μέτριο ή και καθόλου ανταγωνισμό;.....17
- 1.9** Ποσοστό σχετικά καινοτομικών νέων και επίδοχων επιχειρηματικών εγχειρημάτων σε αγορές με λίγους ή κανέναν ανταγωνιστή.....18
- 1.10** Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-24 ετών που χρηματοδότησαν με προσωπικά κεφάλαια μια νέα επιχείρηση που ξεκίνησε κάποιος άλλος (2006).....22
- 3.1** Αξιολόγηση Ειδικών στην περιοχή της Αδειοδότησης και Φορολογικού πλαισίου: επιδόσεις στο ύψος φορολογίας και σταθερότητα φορολογικών κανονισμών (βαθμοί της πενταβάθμιας κλίμακας Likert).....53
- 3.2** Αξιολόγηση Ειδικών στην περιοχή των Κυβερνητικών Προγραμμάτων υποστήριξης επιχειρηματικής δραστηριότητας: επιδόσεις στις ικανότητες και αποτελεσματικότητα της δημόσιας διοίκησης και επάρκεια προγραμμάτων στήριξης νέων επιχειρήσεων (βαθμοί της πενταβάθμιας κλίμακας Likert).....55
- 3.3** Η αξιολόγηση των Ειδικών για τα Επιχειρηματικά Κίνητρα (βαθμοί της πενταβάθμιας κλίμακας Likert).....57
- 3.4** Η αξιολόγηση των ειδικών στις περιοχές της Εκπαίδευσης (βαθμοί της πενταβάθμιας κλίμακας Likert).....58

ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ

Η έκθεση για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα την περίοδο 2006-2007 αποτελεί την τέταρτη περιοδική έκδοση του IOBE στο πλαίσιο της συμμετοχής του στο ερευνητικό πρόγραμμα του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα (Global Entrepreneurship Monitor). Η έκθεση παρουσιάζει τους βασικούς δείκτες επιχειρηματικότητας που χρησιμοποιεί το GEM, συνοψίζει τα βασικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που εκδηλώθηκε στην Ελλάδα αυτήν την περίοδο, αναλύει το προφίλ του νέου / επίδοξου επιχειρηματία και αποτυπώνει την εξέλιξη του επιπέδου, των προσδοκιών και της δυναμικής των νέων εγχειρημάτων στο εγχώριο επιχειρηματικό περιβάλλον. Στις περισσότερες περιπτώσεις και με δεδομένη την επαναληπτικότητα της έρευνας, η σύγκριση με τα προηγούμενα έτη έχει μεγαλύτερο ενδιαφέρον, έτσι ώστε να αποτυπωθούν τα σημεία βελτίωσης, υστέρησης ή πιθανών αλλαγών που έχουν συμβεί στο εγχώριο και διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον τη χρονιά που προηγήθηκε. Επιπροσθέτως στη φετινή έκθεση παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της αντίστοιχης έρευνας στους «ειδικούς». Πρόκειται για τις απόψεις συγκεκριμένων εμπειρογνομώνων από τον χώρο των πανεπιστημίων, των επιχειρήσεων, των φορέων διαμόρφωσης και άσκησης πολιτικής κτλ, οι οποίοι ως γνώστες διαφόρων διαστάσεων του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, συνεισφέρουν με τις εκτιμήσεις τους στην ολοκληρωμένη μελέτη της επιχειρηματικότητας.

Από την έρευνα του GEM στον ενεργό ελληνικό πληθυσμό ηλικίας 18-64 ετών, προκύπτουν τα εξής:

- Κατά το 2006 στην Ελλάδα σχεδόν **το 16%** του πληθυσμού (περίπου 1,1 εκατ. άτομα) όσο περίπου και το 2005, σχετίζεται με κάποιου τύπου επιχειρηματική δραστηριοποίηση είτε αυτή είναι καθιερωμένη, είτε έχει μόλις ξεκινήσει ή πρόκειται να ξεκινήσει σύντομα.
- Διαιθρωτικά, το 8,24% (περίπου 560 χιλ. άτομα) ήταν **Καθιερωμένοι Επιχειρηματίες**, συμμετείχαν δηλαδή στην ιδιοκτησία ολοκλήρου ή μέρους ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος το οποίο λειτουργεί για διάστημα τουλάχιστον 42 μηνών. Είναι η 2^η υψηλότερη επίδοση στην Ευρώπη και ερμηνεύεται ως ένα βαθμό από την υψηλή αυτοασχόληση στην Ελλάδα.

- Ένα 7,9% του πληθυσμού (περίπου 537 χιλ. άτομα) βρισκόταν το 2006 στα **αρχικά στάδια έναρξης κάποιας επιχειρηματικής δραστηριότητας** (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης), ήταν δηλαδή επίδοξος ή νέος επιχειρηματίας. Πρόκειται για σημαντική – τρίτη κατά σειρά - αύξηση σε σχέση με το 2005 (6,5% το 2005), επίδοση που αποτελεί την 4^η υψηλότερη μεταξύ 21 ευρωπαϊκών χωρών που συμμετέχουν στο GEM to 2006.
- Το 5,6% (περίπου 380 χιλ άτομα) του πληθυσμού, δηλαδή περίπου το 70% των παραπάνω επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, ήταν **Επίδοξοι Επιχειρηματίες**. Είχαν δηλαδή κατά το τελευταίο 12-μηνο ξεκινήσει κάποιες προκαταρκτικές ενέργειες στην κατεύθυνση έναρξης ενός νέου εγχειρήματος ή λειτουργούσαν ήδη ένα εγχείρημα το πολύ έως τρεις μήνες. Είναι η 4^η υψηλότερη επίδοση στην Ευρώπη και παρουσιάζει επίσης αύξηση σε σχέση με το 2005 (5,2%).
- Ένα 2,3% (περίπου 156 χιλ. άτομα) είναι **Νέοι Επιχειρηματίες**, ήταν δηλαδή ιδιοκτήτες ή διήυθναν ένα νέο εγχείρημα που λειτουργούσε για τουλάχιστον τρεις, αλλά όχι περισσότερους από 42 μήνες. Η άνοδος σε σχέση με το 2005 είναι επίσης σημαντική (1,6%) καθώς φαίνεται να ανακόπτεται η πτωτική τάση των προηγούμενων ετών: αρκετοί από τους αυξημένους επίδοξους επιχειρηματίες των προηγούμενων ετών πράγματι προχώρησαν το 2006 στην υλοποίηση του εγχειρήματός τους.
- Διευρύνεται στο 3,07% του πληθυσμού (περίπου 200 χιλ άτομα) έναντι 2,6% το 2005) το ποσοστό των **«άτυπων επενδυτών»**, των ατόμων δηλαδή που έχουν χρηματοδοτήσει με προσωπικά κεφάλαια κατά την τελευταία τριετία ένα εγχείρημα που ξεκίνησε κάποιος άλλος, χωρίς οι ίδιοι να συμμετέχουν στην ιδιοκτησία ή τη διοίκησή του. Η επίδοση αυτή είναι υψηλότερη του ευρωπαϊκού μέσου όρου (2,76%), ενώ και το μέσο ποσό – που εκτιμάται σε 40000 € - έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια και υπερτερεί σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Αν και το 2006 φαίνεται να ενισχύεται ο ρόλος των φίλων ή/και συναδέλφων, σταθερά οι άτυποι επενδυτές αποτελούν κυρίως συγγενικό πρόσωπο του επίδοξου / νέου επιχειρηματία.
- Υποχωρεί ελαφρά η πρόθεση επιχειρηματικότητας: ένα 14,2% (περίπου 965 χιλ. άτομα) δηλώνει ότι έχει σκοπό να ξεκινήσει κάποιου είδους επιχειρηματική δραστηριοποίηση (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης) εντός της

επόμενης τριετίας. Το 2005 το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 15,4%, όμως παρά την υποχώρηση, η φετινή επίδοση είναι η 5η υψηλότερη στην Ευρώπη (ευρωπαϊκός μέσος όρος στο 11% περίπου).

- Τέλος, κατά το 2006 ένα ποσοστό της τάξης του 2,7% (περίπου 181 χιλ. άτομα) του ενεργού πληθυσμού δηλώνει ότι διέκοψε, ανέστειλε τη λειτουργία ή παραιτήθηκε από μια επιχείρηση την οποία κατείχε ή/και συμμετείχε στη διοίκησή της. Ο δείκτης **αναστολής της επιχειρηματικής δραστηριότητας** μπορεί να περιορίζεται οριακά έναντι του 2005 (2,9%), εξακολουθεί όμως να υπερτερεί από το μέσο ευρωπαϊκό (2,1%), καθώς συνδέεται με την υψηλότερη επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων: αυξημένος αριθμός επίδοξων / νέων εγχειρημάτων δημιουργεί και περισσότερες αποτυχίες στην αγορά, σχέση που φαίνεται να ισχύει ακόμα εντονότερα σε παγκόσμιο επίπεδο. Σχεδόν ένας στους τέσσερις πάντως δηλώνει ότι βρήκε άλλη εργασία (το πιθανότερο μισθωτή), ενώ σε σχέση με άλλες χώρες, στην Ελλάδα φαίνεται ευκολότερα κάποιος να επιλέγει να αποχωρήσει από την επιχειρηματική δραστηριότητα εφόσον βρει άλλη (μισθωτή) απασχόληση.

Επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας

Το θετικό γεγονός της ποσοτικής αύξησης της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα το 2006 συνοδεύεται ωστόσο από απώλειες στην ποιοτική διάσταση που αναφέρεται στα κίνητρά της. Πιο συγκεκριμένα, το 2006 ενισχύεται η επιχειρηματικότητα ανάγκης, το ποσοστό των ατόμων δηλαδή που στράφηκαν στην επιχειρηματική δραστηριότητα λόγω έλλειψης άλλων δυνατοτήτων ικανοποιητικής απασχόλησης. Η επιχειρηματικότητα ανάγκης αντιπροσωπεύει το 2006 πάνω από το 20% των εγχειρημάτων που εντόπισε η έρευνα (14,2% το 2005), ενώ περίπου το 1,6% του πληθυσμού δηλώνουν επιχειρηματίες από ανάγκη. Κατά μέσο όρο στην Ευρώπη το 18,6% των εγχειρημάτων προέκυψε από ανάγκη, κάτι που σημαίνει ότι η Ελλάδα υπερτερεί σε αυτού του τύπου την επιχειρηματικότητα (9^η θέση σε 21 ευρωπαϊκές χώρες).

Επομένως ένα μεγάλο μέρος της ανόδου της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα το 2006, οφείλεται σε άνοδο αυτής της επιχειρηματικότητας και όχι της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας. Η τελευταία έχει ως στόχο την αξιοποίηση μιας

ευκαιρίας στο ευρύτερο περιβάλλον και χαρακτηρίζεται ως ποιοτικότερη γιατί εκτιμάται ότι έχει μεγαλύτερες δυνατότητες να αποδειχθεί επιτυχής: βασίζεται στη διάγνωση μιας πραγματικής ευκαιρίας και όχι στην έλλειψη άλλων επιλογών για εργασία. Με μόλις το 63% των εγχειρημάτων του 2006 να έχει ως ξεκάθαρο κίνητρο την ευκαιρία, η Ελλάδα δείχνει να υπολείπεται πραγματικών ευκαιριών σε σχέση με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες.

Ειδικά για τους επιχειρηματίες ευκαιρίας διαπιστώνεται ότι κινητήριος μοχλός στην αξιοποίηση της ευκαιρίας που εντόπισαν είναι η αύξηση του προσωπικού τους εισοδήματος τους, ενώ μικρότερο ποσοστό δηλώνει ότι επιθυμεί μεγαλύτερη εργασιακή ανεξαρτησία. Στην Ελλάδα λοιπόν η αντίληψη για την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών υποστηρίζεται περισσότερο από διάθεση έναρξης μιας επιχείρησης στη βάση της τόνωσης του προσωπικού εισοδήματος και λιγότερο από τη δυναμική ή τις προοπτικές που μπορεί να έχει η αξιοποίησή της. Το αντίθετο συμβαίνει όμως στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες, όπου κυριαρχεί η ανάγκη μεγαλύτερης ανεξαρτησίας. Επομένως καθοριστικός παράγοντας στην εκδήλωση επιχειρηματικής συμπεριφοράς στην Ελλάδα δεν είναι μόνο ο όγκος των ευκαιριών που υπάρχουν στην ελληνική οικονομία, αλλά και η ίδια η επιθυμία του ατόμου να γίνει επιχειρηματίας και άρα να αναζητήσει πιο προσεκτικά το χώρο στον οποίο θα μπορούσε να δραστηριοποιηθεί επικερδώς. Διαφοροποιείται έτσι σε σχέση με το μέσο ευρωπαϊό επιχειρηματία ευκαιρίας ο οποίος επιθυμεί κυρίως μεγαλύτερη εργασιακή ανεξαρτησία, παρά δείχνει δυσαρεστημένος από το επίπεδο ζωής που του εξασφαλίζει το τρέχον εισόδημά του.

Η τομεακή διάσταση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων

Τα κλαδικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων δεν διαφοροποιούνται το 2006. Σταθερά δύο στα τρία νέα εγχειρήματα στην Ελλάδα έχουν ως τελικό πελάτη τον καταναλωτή. Πρόκειται για την υψηλότερη επίδοση στην Ευρώπη και μία από τις υψηλότερες παγκοσμίως. Η μικρή υποχώρηση σε σχέση με το 70% του 2005 φαίνεται να ωφελεί την κατηγορία των εγχειρημάτων που προσφέρουν Υπηρεσίες σε επιχειρήσεις: η συμμετοχή τους διευρύνεται στο 13% του συνόλου σε σχέση με 8,3% το 2005. Πρόκειται για εγχειρήματα που θεωρητικά απαιτούν έναν μεγαλύτερο βαθμό εξειδίκευσης και τεχνογνωσίας, αλλά και είναι περισσότερο επιθυμητά στη δεξαμενή νέας επιχειρηματικότητας, αφού θεωρείται ότι έχουν

μεγαλύτερη επίδραση στη συνολική ανάπτυξη μιας οικονομίας. Συνολικά πάντως το ποσοστό των νέων εγχειρημάτων που σχετίζονται με δραστηριότητες σε κλάδους υψηλής ή μεσαίας τεχνολογίας (κατά ΟΟΣΑ) είναι της τάξης του 7,6% του συνόλου έναντι 8,3% κατά μέσο όρο στην Ευρώπη.

Συνεπώς η «ρηχότητα» της νέας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, το γεγονός δηλαδή ότι αυτή δεν εκδηλώνεται σε ολόκληρη την «αλυσίδα αξίας» μέχρι το προϊόν στον τελικό καταναλωτή, αλλά μόνο στον έσχατο κρίκο αυτής της αλυσίδας παραμένει ως βασικό χαρακτηριστικό της. Ο κύριος όγκος νέων εγχειρημάτων έχουν μάλλον περιορισμένες δυνατότητες σημαντικής επίδρασης στην οικονομική ανάπτυξη σε όρους απασχόλησης, εξαγωγών, κτλ, ενώ η επικράτηση αυτών των δραστηριοτήτων αποτελεί γνώρισμα κυρίως χωρών με μεσαίο ή χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης.

Ποιοτικά χαρακτηριστικά επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων

Ένας στους τρεις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων (35%) δηλώνει το 2006 ότι χρησιμοποιεί στην παραγωγή / διάθεση των προϊόντων / υπηρεσιών του **τεχνολογίες / διαδικασίες** που έχουν εμφανιστεί στην ελληνική αγορά μόλις κατά το τελευταίο χρόνο από τη διεξαγωγή της έρευνας. Πρόκειται για τη 2^η υψηλότερη επίδοση παγκοσμίως, ενώ ο ευρωπαϊκός μέσος όρος βρίσκεται στο 11,7%. Είναι γεγονός ότι η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και άρα η καινοτομία διεργασιών είναι μία παράμετρος όπου διαχρονικά η Ελλάδα εμφανίζει καλή εικόνα: αρκετοί από αυτούς που ξεκινούν ένα νέο εγχείρημα επιλέγουν τις πιο σύγχρονες τεχνολογίες / διαδικασίες για τα εγχειρήματά τους, στοχεύοντας στην καλύτερη δυνατή τοποθέτησή τους στην αγορά. Συνεπώς η τεχνολογική αναβάθμιση μπορεί να θεωρηθεί ως βασικό συστατικό των νέων εγχειρημάτων που ξεκινούν στην Ελλάδα. Μάλιστα λαμβάνοντας υπόψη ότι η αντίστοιχη μέτρηση στις καθιερωμένες επιχειρήσεις δίνει πολύ ηπιότερη εικόνα, καθώς η πλειονότητα χρησιμοποιεί παλαιότερες τεχνολογικά παραγωγικές διαδικασίες, είναι εξαιρετικά θετικό η επιχειρηματικότητα που εισρέει στην «εθνική δεξαμενή» επιχειρηματικότητας να βελτιώνει σταδιακά το τεχνολογικό προφίλ της, αναβαθμίζοντας τη συνολική επιχειρηματικότητα σε όρους καινοτομίας διεργασιών.

Από την άλλη όμως πλευρά, η **καινοτομία προϊόντος**, είναι εξαιρετικά περιορισμένη, παρά τη βελτίωση το 2006. Μόλις το 11,3% των νέων / επίδοξων εγχειρημάτων (θα) προσφέρει προϊόντα / υπηρεσίες που είναι εντελώς νέα και πρωτοποριακά (μη

συνηθισμένα κατά μία έννοια) για όλους τους δυνητικούς πελάτες τους. Αν και πρόκειται για επίδοση σημαντικά βελτιωμένη σε σχέση με το 5,9% του 2005, εξακολουθεί να υστερεί σε σχέση με τον αντίστοιχο μέσο όρο των ευρωπαϊκών χωρών (13,8%), παρόλο βέβαια που σε όλες τις χώρες τα «συνηθισμένα» εγχειρήματα κυριαρχούν.

Εκτός όμως από την καινοτομία των εγχειρημάτων, σημαντική ποιοτική διάσταση αποτελεί και ο **βαθμός του ανταγωνισμού** που επικρατεί στην αντίστοιχη αγορά. Μόλις το 2,8% των επιχειρηματιών δηλώνει ότι εισέρχεται σε μία πραγματικά νέα αγορά όπου δεν υπάρχει κανένας άλλος ανταγωνιστής έναντι σχεδόν μηδενικού αντίστοιχου ποσοστού το 2005. Η επίδοση αυτή είναι εξαιρετικά χαμηλή καθώς κατά μέσο όρο στην Ευρώπη, περίπου 9% των εγχειρημάτων δεν αντιμετωπίζουν κανέναν ανταγωνιστή (αποτελούν δηλαδή νέες νησίδες αγοράς). Έτσι τελικά τρία στα τέσσερα νέα εγχειρήματα που εμφανίζονται στην Ελλάδα αφορούν σε αγορές στις οποίες υπάρχουν ήδη πολλοί ανταγωνιστές που προσφέρουν παραπλήσια προϊόντα / υπηρεσίες. Αλλά και η είσοδος σε μια αγορά με περιορισμένο ακόμα ανταγωνισμό (λίγοι δηλαδή ανταγωνιστές προσφέρουν τα ίδια προϊόντα / υπηρεσίες) αφορά μόνο το 25% έναντι 34% κατά μέσο όρο στην Ευρώπη.

Εξάλλου ένας νέος συνδυαστικός δείκτης που χρησιμοποιείται το 2006 στο GEM και αφορά στο ποσοστό των νέων εγχειρημάτων που παράγουν ένα προϊόν που εμφανίζεται νέο σε όλους ή μερικούς από τους δυνητικούς πελάτες και ταυτόχρονα λανσάρεται σε μια αγορά με λίγους ή και κανέναν ανταγωνιστή συνοψίζει τις φτωχές επιδόσεις της Ελλάδας. Με μόλις το 5,7% των νέων εγχειρημάτων να πληροί τα παραπάνω κριτήρια, η Ελλάδα εμφανίζει την 4η χαμηλότερη επίδοση στις χώρες του GEM (ευρωπαϊκός μέσος όρος στο 19,6%). Η δυνατότητα επομένως των ελληνικών εγχειρημάτων να δημιουργήσουν μία νέα αγορά, να διεκδικούν τα όριά της και να συμβάλουν στην επέκτασή της, δείχνει πολύ περιορισμένη. Τα υψηλά επίπεδα καινοτομίας διεργασιών, δεν φαίνεται να δημιουργούν τελικά εξειδίκευση και νησίδες αγοράς, αλλά αποτελούν οριακές βελτιώσεις με στόχο τη μικρή διαφοροποίηση από τον έντονο ανταγωνισμό.

Κόστος επένδυσης και επίπτωση στην απασχόληση

Το επενδυτικό ύψος των επιχειρηματικών σχεδίων που εντόπισε η έρευνα του GEM αποτελούν ένα μέτρο της οικονομικής βαρύτητάς τους. Σύμφωνα με την έρευνα, τα εγχειρήματα που βρίσκονταν στη φάση της ίδρυσης το 2006 απαιτούσαν ένα κεφάλαιο ύψους κατά μέσο όρο 82000 ευρώ. Τα μισά όμως απαιτούσαν το πολύ έως 50000 ευρώ. Αν και σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά καταγράφεται αύξηση του μέσου απαιτούμενου κεφαλαίου (από 72000 €), όμως και τότε τα μισά εγχειρήματα δεν ξεπερνούσαν σε ύψος τα 50000 €. Με βάση την αναγωγή στο συνολικό αριθμό νέων / επίδοξων εγχειρημάτων που βρίσκονταν το 2006 στη φάση της έναρξης, εκτιμάται ότι μοχλεύεται ένα συνολικό κεφάλαιο που προσεγγίζει τα 27 δισεκ. ευρώ. Αυτού του ύψους δηλαδή θα ήταν η συνολική κεφαλαιακή εισροή αν πράγματι όλα τα αντίστοιχα εγχειρήματα περνούσαν στη φάση της υλοποίησης.

Εξάλλου, οι επίδοξοι και νέοι επιχειρηματίες καλύπτουν με ίδιους πόρους περίπου τα $\frac{3}{4}$ της επένδυσης, σε σημαντική άνοδο σε σχέση με το 2005. Παρά δηλαδή τα χαμηλά επιτόκια, οι επίδοξοι και νέοι επιχειρηματίες δεν διαφοροποιούν τη συμπεριφορά τους και εξακολουθούν να χρησιμοποιούν πόρους από την προσωπική τους αποταμίευση ή το στενό οικογενειακό περιβάλλον, παρά να καταφεύγουν σε άλλες μορφές χρηματοδότησης.

Σε ότι αφορά την επίδραση που θα έχουν τα νέα εγχειρήματα στην απασχόληση, το 2006 καταγράφεται σημαντική υποχώρηση των εργοδοτικών εγχειρημάτων. Πιο συγκεκριμένα μόνο το 53% των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών δηλώνει ότι (θα) απασχολεί τουλάχιστον ένα ακόμα άτομο είτε κατά την έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης, είτε μέσα στην επόμενη πενταετία. Άλλωστε το ότι η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα είναι μια μάλλον «μοναχική» υπόθεση, ως συνέπεια και της υψηλής αυτοαπασχόλησης, επιβεβαιώνεται και το 2006. Περίπου δύο στα τρία νέα / επίδοξα εγχειρήματα που εντοπίστηκαν στην έρευνα (θα) έχουν ως μοναδικό ιδιοκτήτη τον ίδιο τον επίδοξο / νέο επιχειρηματία.

Γενικά στην περίοδο 2003-2006 περίπου το 70% των εγχειρημάτων εντάσσεται στην κατηγορία των «εργοδοτικών» εγχειρημάτων, είχαν δηλαδή κάποια επίπτωση στην απασχόληση, εκτός της μόνιμης απασχόλησης που προσφέρουν στους ιδιοκτήτες της επιχείρησης. Πρόκειται για μία από τις χαμηλότερες επιδόσεις στην Ευρώπη, κάτι που τελικά σημαίνει ότι η άνοδος της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που

καταγράφεται το 2006 αφορά πρωτίστως αυτοαπασχολούμενους χωρίς προσωπικό. Το γεγονός αυτό ερμηνεύεται ως ένα βαθμό και από την αύξηση των επιχειρηματιών ανάγκης το 2006, οι οποίοι αναμένουν το εγχείρημά τους κυρίως να εξασφαλίσει εργασιακά τους ίδιους, παρά να είναι σε θέση να προσφέρει εργασία σε άλλους.

Επιχειρηματικότητα και δημογραφικά χαρακτηριστικά

Η άνοδος της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων φαίνεται να αγγίζει το 2006 και τις γυναίκες. Έτσι η γυναικεία επιχειρηματικότητα αυξάνεται, ταχύτερα μάλιστα από την ανδρική, για 2^η συνεχή χρονιά. Τρία στα δέκα εγχειρήματα (έναντι ενός στα τέσσερα το 2005) υλοποιείται από κάποια Ελληνίδα, ενώ συνολικά το 4,69% του ενεργού γυναικείου πληθυσμού (περίπου 160000 γυναίκες) βρίσκεται το 2006 στη φάση έναρξης μιας επιχείρησης. Έτσι η Ελλάδα για πρώτη φορά απομακρύνεται από τις χώρες με τη χαμηλότερη γυναικεία επιχειρηματικότητα, υπερτερώντας μάλιστα του ευρωπαϊκού μέσου όρου. Από την άλλη πλευρά, η ανάγκη εξακολουθεί να κινητοποιεί περισσότερο τις γυναίκες σε σχέση με τους άνδρες: οι γυναίκες εμφανίζουν σταθερά υψηλότερη επιχειρηματικότητα ανάγκης από τους άνδρες.

Ηλικιακά, δεν παρατηρούνται ιδιαίτερες μεταβολές σε σχέση με το 2005. Πάνω από το 60% των νέων /επίδοξων επιχειρηματιών που εντοπίστηκαν στην έρευνα είναι ηλικίας 25-44 ετών, βρίσκονται δηλαδή σε φάση επαγγελματικής στοχοθέτησης και δημιουργικής ανέλιξης. Η μέση ηλικία του νέου / επίδοξου επιχειρηματία ενισχύεται ελαφρά στα 38 έτη (από 36,5 ετών το 2005), ενώ γενικά στην Ελλάδα η συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα από τις μικρότερες ηλικίες είναι πιο περιορισμένη σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη. Σημειώνεται ωστόσο ότι χαμηλό μέσο όρο ηλικίας εμφανίζουν χώρες με χαμηλότερο βιοτικό επίπεδο και ανάπτυξη από την Ελλάδα.

Το προφίλ του νέου / επίδοξου επιχειρηματία δεν διαφοροποιείται σημαντικά, ούτε ως προς το μορφωτικό επίπεδο. Ελαφρά υποχωρεί η συμμετοχή των αποφοίτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης στο 36% (από 40% το 2005), ενώ η πλειονότητα (54%) διαθέτει απλώς απολυτήριο Λυκείου. Η συμμετοχή αυτής της κατηγορίας των αποφοίτων (δευτεροβάθμια εκπαίδευση) είναι άλλωστε σταθερά από τις υψηλότερες στην Ευρώπη (3^η θέση).

Οι μισοί από τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων που εντοπίστηκαν στην έρευνα το 2006 προέρχονται από το ανώτερο (1/3) εισοδηματικό κλιμάκιο του ελληνικού

πληθυσμού και μόνο το 14% προέρχεται από το χαμηλότερο (1/3) εισοδηματικό κλιμάκιο, οι μισοί από τους οποίους μάλιστα είναι επιχειρηματίες ανάγκης. Διαχρονικά η αντίστοιχη διάθρωση είναι σταθερή, με τους μισούς από τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων να προέρχονται από το ανώτερο εισοδηματικό κλιμάκιο της ελληνικής κοινωνίας

Σε περιφερειακό τέλος επίπεδο – αν και οι σχετικοί δείκτες είναι εξαιρετικά ευμετάβλητοι λόγω χαμηλής στατιστικής επάρκειας των επιμέρους δειγμάτων - την υψηλότερη επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων εμφανίζουν το 2006 τα Ιόνια νησιά και η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας (15% του αντίστοιχου πληθυσμού), με τις δύο περιφέρειες να παρουσιάζουν διαχρονικά υψηλές επιδόσεις. Διαρθρωτικά πάντως το 2006 περίπου το 37% των νέων / επίδοξων εγχειρημάτων εντοπίζεται στο πολεοδομικό συγκρότημα των Αθηνών.

Επιχειρηματικότητα και προσωπικά χαρακτηριστικά

Η Ελλάδα εξακολουθεί να υστερεί σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη στην εξοικείωση με πρότυπα επιχειρηματικής συμπεριφοράς. Το 32% του εξεταζόμενου πληθυσμού δηλώνει το 2006 ότι γνωρίζει προσωπικά έναν επιχειρηματία που ξεκίνησε τη δραστηριότητά του κατά την πιο πρόσφατη διετία. Η επίδοση αυτή είναι η 4^η χαμηλότερη στην Ευρώπη, δεν συμβαδίζει με την άνοδο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων και είναι χαμηλότερη από το μακροχρόνιο μέσο όρο της Ελλάδας (34%). Αλλά και η συγκυρία για έναρξη επιχείρησης στην Ελλάδα δεν βελτιώνεται το 2006: μόλις το 22% (5^η χαμηλότερη επίδοση στην Ευρώπη) εκτιμά θα υπάρξουν καλές επιχειρηματικές ευκαιρίες στη χώρα εντός της τρέχουσας περιόδου, τέτοια που θα δικαιολογούσε και μία πιθανή ενεργοποίηση περισσότερων ατόμων προς εκμετάλλευσή τους. Οι εκτιμήσεις για τις επιχειρηματικές ευκαιρίες που υπάρχουν στην Ελλάδα είναι εξαιρετικά χαμηλές πάντως καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου 2003-2006.

Ταυτόχρονα, οι Έλληνες εξακολουθούν να εμφανίζουν πολύ υψηλά επίπεδα αυτοπεποίθησης, με τους μισούς να θεωρούν ότι διαθέτουν τις γνώσεις και την ικανότητα να ξεκινήσουν μία νέα επιχείρηση. Αν και το 2006 η εκτίμηση αυτή έχει γίνει πιο ήπια, η Ελλάδα βρίσκεται στην 1^η θέση στην Ευρώπη ως προς αυτό το χαρακτηριστικό.

Σταθερά όμως και το 2006 οι Έλληνες είναι παγκόσμιοι πρωταθλητές στον βασικότερο ανασταλτικό παράγοντα μετουσίωσης της υψηλής αυτοπεποίθησης σε επιχειρηματική

δραστηριοποίηση. Το 57% (υψηλότερο από όλες τις χώρες του GEM) απαντά και το 2006 ότι ο φόβος της αποτυχίας, θα το απέτρεπε από την έναρξη μιας νέας επιχείρησης. Το ποσοστό αυτό υπεραντισταθμίζει τελικά την αυτοπεποίθηση και περιορίζει τη δυναμική που θα μπορούσε αυτή να έχει στην εκδήλωση επιχειρηματικής συμπεριφοράς.

Τα παραπάνω προσωπικά χαρακτηριστικά διαφοροποιούνται ως ένα βαθμό μεταξύ νέων / επίδοξων επιχειρηματιών, καθιερωμένων επιχειρηματιών και του υπόλοιπου πληθυσμού. Οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων είναι άτομα που φαίνεται να σχετίζονται προσωπικά με άλλους νέους επιχειρηματίες σε βαθμό υψηλότερο από τον υπόλοιπο πληθυσμό, έχουν πολύ υψηλότερο αίσθημα αυτοπεποίθησης και βλέπουν περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες στο περιβάλλον τους, όχι όμως σε σημαντικό υψηλότερο βαθμό από τους υπόλοιπους Έλληνες, καθώς η απαισιοδοξία είναι διάχυτη. Από την άλλη πλευρά ο φόβος της αποτυχίας αγγίζει διαστρωματικά όλους, ανεξαρτήτως επιχειρηματικής ή όχι δραστηριοποίησης. Οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες τοποθετούνται κάπου ενδιάμεσα, αν και φαίνεται το 2006 να προσεγγίζουν περισσότερο τους μη επιχειρηματίες, παρά τους νέους / επίδοξους επιχειρηματίες. Είναι και αυτοί σίγουροι για τις ικανότητες και τις γνώσεις τους, όμως εντύπωση προκαλεί η πολύ έντονη απαισιοδοξία τους για την επιχειρηματική συγκυρία. Ο δε φόβος για το ενδεχόμενο επιχειρηματικής αποτυχίας, όχι μόνο δεν έχει αμβλυνθεί, αλλά είναι υψηλότερος σε σχέση ακόμα και με τους μη επιχειρηματίες, κάτι που φανερώνει το δύσκολο επιχειρηματικό περιβάλλον, αλλά και το φόβο για το στιγματισμό τους από μία πιθανή επιχειρηματική αποτυχία.

Οι γνώμες των ειδικών: Τα βασικά εμπόδια της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα

Από τη διεξαγωγή έρευνας στους «ειδικούς» εμπειρογνώμονες της επιχειρηματικότητας, προκύπτει μια μάλλον μέτρια εικόνα. Οι επιδόσεις της Ελλάδας σε 18 επιμέρους περιοχές που χαρακτηρίζουν το εθνικό επιχειρηματικό περιβάλλον δεν είναι ικανοποιητικές και παρά την άνοδο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων τα προηγούμενα έτη, οι ειδικοί παραμένουν το ίδιο απαισιόδοξοι για την κατάσταση στην Ελλάδα. Συνοπτικά, οι Έλληνες ειδικοί φαίνεται να πιστεύουν στις επιχειρηματικές ικανότητες του πληθυσμού και θεωρούν ότι υπάρχει κουλτούρα που υποστηρίζει την επιχειρηματικότητα. Ταυτόχρονα οι βασικές υποδομές της χώρας διευκολύνουν την

εκδήλωση επιχειρηματικότητας, ενώ τα εμπόδια εισόδου στις αγορές είναι σχετικά περιορισμένα. Από την άλλη πλευρά, η Ελλάδα εμφανίζει φτωχές επιδόσεις στις υπόλοιπες κατηγορίες, με χειρότερη την περιοχή της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης-κατάρτισης, όπου κατατάσσεται στις τελευταίες θέσεις παγκοσμίως. Επίσης οι ειδικοί φαίνεται να επισημαίνουν τη δύσκαμπτη λειτουργία της Δημόσιας Διοίκησης, ενώ συγκλίνουν με την άποψη του πληθυσμού για περιορισμένες επιχειρηματικές ευκαιρίες στο ελληνικό περιβάλλον.

Από τη συνθετική ανάλυση των απόψεων των ειδικών εμπειρογνομόνων μπορούν να αναφερθούν τρία βασικά συμπεράσματα:

1^{ov}) Τα γραφειοκρατικά εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι νεοσύστατες επιχειρήσεις αποτελούν βασικό ανασταλτικό παράγοντα στην εκδήλωση επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Οι χρονοβόρες και κοστοβόρες διαδικασίες που απαιτούνται, το πλήθος των υπηρεσιών που εμπλέκονται, η αδειοδότηση κτλ δρουν αποτρεπτικά στην επιχειρηματική προσπάθεια. Η απλούστευση και επίσπευση των διαδικασιών αποτελεί επομένως ένα σημαντικό βήμα που πρέπει βελτιωθεί ώστε να τονωθεί περισσότερο η άνθηση της επιχειρηματικότητας.

2^{ov}) Σε επίπεδο δημόσιας πολιτικής, υπάρχει μεν επάρκεια προγραμμάτων και δράσεων προώθησης της επιχειρηματικότητας, ωστόσο η αναποτελεσματικότητα των διαδικασιών και οι αγκυλώσεις των υπηρεσιών υπερακοντίζουν τις θετικές επιδράσεις αυτών των πολιτικών. Η διοχέτευση επομένως περισσότερων πόρων στην προώθηση της επιχειρηματικότητας δεν οδηγεί αυτόματα σε βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, αλλά απαιτούνται και πρακτικές διευκολύνσεις στη διεκπεραίωση των απαραίτητων διαδικασιών.

3^{ov}) Η σχέση του εκπαιδευτικού συστήματος με την επιχειρηματικότητα απαιτεί σημαντική βελτίωση σε όλες τις βαθμίδες του. Η παθητική εκμάθηση και η περιορισμένη προσπάθεια για έκφραση μεγαλύτερης δημιουργικότητας, αδυνατίζει την ανάπτυξη δεξιοτήτων που είναι απαραίτητες για την επιχειρηματικότητα. Η μικρή διάθεση ανάληψης ρίσκου σε συνδυασμό με την κακή εικόνα που προβάλλουν τα ΜΜΕ για τους επιχειρηματίες και μια κοινωνία που δείχνει να φθονεί την επιτυχία, απωθεί τους νέους από την επιχειρηματικότητα. Αλλά και στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, οι προσπάθειες εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα είναι ακόμα περιορισμένες.

Η σημασία των «έμμεσων» πολιτικών για την προώθηση της ποιοτικής επιχειρηματικότητας

Τα ευρήματα της έρευνας του 2006 αναδεικνύουν ένα κρίσιμο πρόβλημα για την επιχειρηματικότητα: ενώ η Ελλάδα εμφανίζει μια σημαντική αύξηση του δείκτη Επιχειρηματικότητας Αρχικών Σταδίων για τρίτο συνεχόμενο έτος, η άνοδος αυτή συμβαδίζει με αύξηση της επιχειρηματικότητας ανάγκης σε βάρος της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας. Ταυτόχρονα καταγράφεται ανησυχητική στασιμότητα σχεδόν σε όλους τους υπόλοιπους ποιοτικούς δείκτες που εκτιμά το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Το κρίσιμο ζήτημα λοιπόν για την Ελλάδα είναι ο σχεδιασμός ενός πλέγματος πολιτικών που ενισχύουν την ποιοτική επιχειρηματικότητα, προωθούν δηλαδή την καινοτομική πρωτοβουλία και την τεχνολογική αναβάθμιση του επιχειρηματικού αποθέματος.

Οι ελληνικές κυβερνήσεις έχουν εισαγάγει τα τελευταία χρόνια μια σειρά «άμεσων» πολιτικών για την προώθηση της καινοτομίας, οι οποίες έχουν επανειλημμένα συζητηθεί στις εκθέσεις του IOBE. Ωστόσο, η παρούσα Έκθεση επισημαίνει την αξία και κάποιων «έμμεσων» πολιτικών, οι οποίες ευνοούν την καινοτομικότητα της οικονομίας με έμμεσο τρόπο, ενισχύοντας την ικανότητα απορρόφησης νέας γνώσης από τους επιχειρηματικούς φορείς και την ικανότητά τους να την χρησιμοποιούν δημιουργικά. Ως «έμμεσες» πολιτικές περιγράφονται λοιπόν εκείνες που επιδρούν στην καινοτομικότητα, μολονότι αυτό δεν αποτελεί τον κεντρικό τους στόχο.

Σε αυτό το πλαίσιο, η παρούσα Έκθεση αναλύει τη σημασία πέντε «έμμεσων» πολιτικών: α) την προώθηση της σαφήνειας και της σταθερότητας του φορολογικού πλαισίου, β) την καταπολέμηση της γραφειοκρατίας, γ) τη βελτίωση της ποιότητας και της διαφάνειας της Δημόσιας Διοίκησης, δ) τη γεφύρωση του χάσματος ανάμεσα στην επιχειρηματική και την ερευνητική κοινότητα και ε) τη βελτίωση της ποιότητας του εκπαιδευτικού συστήματος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ
ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟ 2006**1.1 Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων**

Το επίπεδο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων (Early-Stage Entrepreneurial activity) αποτελεί τον κεντρικό διακρατικό δείκτη που εξάγεται στο πλαίσιο των ερευνών του GEM. Εννοιολογικά αναφέρεται στο επίπεδο της νέας επιχειρηματικότητας που εκδηλώνεται σε κάθε χώρα και συνθέτει δύο κατηγορίες ατόμων¹:

- α) Τους επίδοξους επιχειρηματίες², στους οποίους περιλαμβάνονται τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που – κατά το τελευταίο 12-μηνο - είχαν ξεκινήσει κάποιες προκαταρκτικές ενέργειες στην κατεύθυνση έναρξης ενός νέου εγχειρήματος στο οποίο (θα) είναι ιδιοκτήτες, είτε αποκλειστικοί, είτε σε συνεργασία με κάποιον «συνέταιρο». Οι ενέργειες αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν τη συγκέντρωση κεφαλαίου, την αναζήτηση χώρων εγκατάστασης και εξοπλισμού, τη σύνταξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου για αναζήτηση χρηματοδότη, ή άλλες σχετικές ενέργειες. Στην ίδια κατηγορία περιλαμβάνονται ωστόσο και τα άτομα που έχουν ξεκινήσει τη λειτουργία της επιχείρησής τους, πληρώνουν ενδεχομένως μισθούς και έχουν ήδη πραγματοποιήσει κάποιον κύκλο εργασιών από αυτή τη δραστηριότητα, όχι όμως για διάστημα μεγαλύτερο των τελευταίων τριών μηνών. Επιπροσθέτως, αυτή η ενέργεια ενδεχομένως να εντάσσεται στην υπάρχουσα εργασία του ατόμου και να πραγματοποιείται για λογαριασμό του εργοδότη, με τη συμμετοχή του ερωτώμενου να αφορά έτσι σε έναν διοικητικό / διευθυντικό ρόλο και όχι απαραίτητα ιδιοκτησία.
- β) Τους νέους επιχειρηματίες, στους οποίους περιλαμβάνονται τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που είναι ιδιοκτήτες ή διευθύνουν ένα νέο εγχείρημα για το οποίο

¹ Αναλυτικότερα στοιχεία για τους βασικούς ορισμούς και τύπους επιχειρηματικότητας που υιοθετούνται στο πλαίσιο του GEM περιγράφονται στο Παράρτημα.

² Συμπεριλαμβάνονται οι αυτοαπασχολούμενοι.

πληρώνουν ήδη μισθούς και έχουν καταγράψει έναν κύκλο εργασιών για τουλάχιστον τρεις, αλλά όχι περισσότερους από 42 μήνες³.

Σύμφωνα λοιπόν με τα στοιχεία της έρευνας, στην Ελλάδα κατά το 2006 ένα 7,9% του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών βρισκόταν στα αρχικά στάδια έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας (συμπεριλαμβανομένης της αυταπασχόλησης). Είναι ο δεύτερος κατά σειρά χρόνος που καταγράφεται αυξητική πορεία σε αυτόν το δείκτη επιχειρηματικότητας, καθώς το 2005 το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 6,5%, ενώ το 2004 στο 5,8%. Με βάση το συνολικό πληθυσμό των ατόμων ηλικίας 18-64 ετών στην Ελλάδα η επίδοση αυτή αναφέρεται περίπου σε 537000 άτομα, οι οποίοι επομένως κατά το 2006 βρίσκονταν σε αυτήν τη φάση προεργασίας ή έναρξης κάποιας επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι, περίπου ένας στους πέντε επιχειρηματίες αρχικών σταδίων που εντοπίστηκαν είναι νέος επιχειρηματίας, εντάσσεται δηλαδή στη δεύτερη κατηγορία που περιλαμβάνεται στην επιχειρηματικότητα, όταν το 2005 ήταν ένας στους τέσσερις. Έτσι το 2006 ένα 2,3% του εξεταζόμενου πληθυσμού (έναντι 1,6% το 2005) ήταν ιδιοκτήτης (ή συμμετείχε στην ιδιοκτησία) μιας νέας επιχείρησης κάτω από 3,5 χρόνια ζωής, είχε δηλαδή πράγματι προχωρήσει στην έναρξη του εγχειρήματός του. Αυτό σημαίνει ότι ανακόπτεται η τάση μείωσης των νέων επιχειρηματιών που είχε καταγραφεί στην προηγούμενη τριετία 2003-2005.

Ουσιαστικά η εξέλιξη αυτή υποδηλώνει ότι αρκετά από τα - αυξημένα σε αριθμό - άτομα που είχαν χαρακτηριστεί ως επίδοξοι επιχειρηματίες στην περσινή έρευνα πράγματι προχώρησαν στη φάση της υλοποίησης του εγχειρήματός τους και ξεκίνησαν τη δραστηριότητά τους. Έτσι η υπόθεση που είχε γίνει τότε για αναμενόμενη αυξημένη εισροή στην επόμενη κατηγορία «επιχειρηματικότητας» (νέες επιχειρήσεις 3-42 μηνών λειτουργίας), επιβεβαιώνεται τελικά στη φετινή έρευνα και δείχνει μια συνέπεια στα αποτελέσματά της.

Σε κάθε περίπτωση, με αυτήν την επίδοση, η Ελλάδα κατατάσσεται περίπου στη μέση της σχετικής κλίμακας (στην 19^η θέση σε 42 χώρες), ωστόσο είναι η 4^η ευρωπαϊκή (σε 21 χώρες αντιστοίχως). Το 2005 – με χαμηλότερη επίδοση στο δείκτη – η Ελλάδα βρισκόταν στην 17^η θέση (σε 35 όμως χώρες) και στην 5^η ευρωπαϊκή (σε 20 χώρες αντιστοίχως). Επομένως η βελτίωση του δείκτη το 2006 οδηγεί αφενός σε άνοδο στην

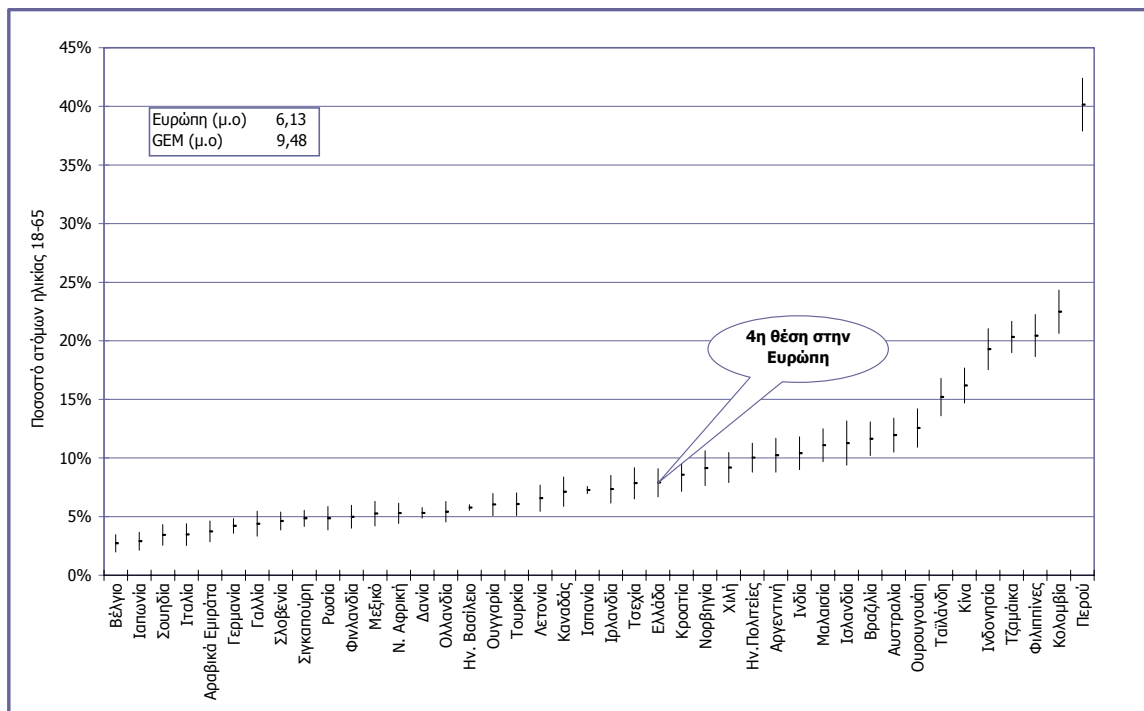
³ Τα 3,5 χρόνια λειτουργίας θεωρούνται έτσι ένα κρίσιμο και κομβικό σημείο για τη βιωσιμότητα ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος.

ευρωπαϊκή κατάταξη, αφετέρου επιτρέπει στην Ελλάδα να «κρατήσει» τη θέση της και στην παγκόσμια κατάταξη.

Όπως φανερώνει πάντως το Διάγραμμα 1.1, το 2006 αναπτυσσόμενες χώρες όπως το Περού, η Κολομβία και οι Φιλιππίνες καταλαμβάνουν τις πρώτες θέσεις της κατάταξης, εμφανίζοντας την υψηλότερη επιχειρηματικότητα παγκοσμίως, ενώ αναπτυγμένες χώρες (π.χ. Βέλγιο, Ιαπωνία, Σουηδία) βρίσκονται στο κάτω άκρο με χαμηλή επιχειρηματικότητα. Επομένως, αν και στις προηγούμενες έρευνες του GEM, η σχέση του επιπέδου επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων και της οικονομικής ανάπτυξης ήταν μάλλον αμφίσημη (υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων σε χώρες με διάφορα επίπεδα οικονομικής ανάπτυξης), στη φετινή έρευνα προκύπτει μια σαφέστερη διάκριση, τουλάχιστον στα άκρα της κατάταξης. Η οικονομική δυσπραγία εξακολουθεί να αποτελεί κινητήριο μοχλό για την εμφάνιση νέας επιχειρηματικότητας που έχει έντονο τον χαρακτήρα της αυτοαπασχόλησης και του μικρού μεγέθους των αντίστοιχων εγχειρημάτων.

Διάγραμμα 1.1

Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (νέοι και επίδοξοι επιχειρηματίες) ανα χώρα το 2006 (95% διάστημα εμπιστοσύνης)

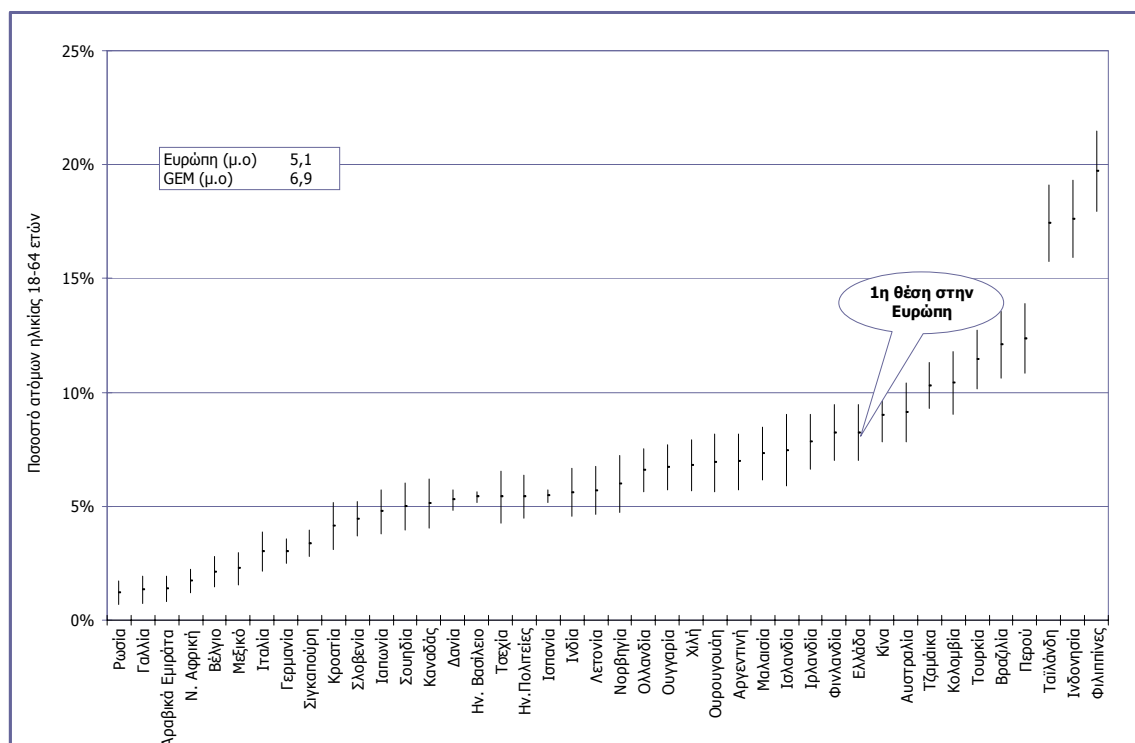


Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Γενικά πάντως οι 7 πρώτες χώρες με την υψηλότερη επιχειρηματικότητα, έχουν κατά κεφαλήν ετήσιο ΑΕΠ κάτω από 10000\$, ενώ η Αυστραλία είναι η πρώτη αναπτυγμένη χώρα που εμφανίζεται στη σχετική κατάταξη. Επιπροσθέτως, ο μέσος όρος αυτού του δείκτη στις ευρωπαϊκές χώρες εκτιμάται στο 6,1%, ενώ στις υπόλοιπες χώρες είναι διπλάσιος, καθώς ξεπερνά το 12% (9,5% στο σύνολο των χωρών GEM).

Διάγραμμα 1.2

Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που είναι ιδιοκτήτες / διαχειρίζονται μια καθιερωμένη επιχείρηση (τουλάχιστον 3,5 χρόνια λειτουργίας) ανα χώρα το 2006 (95% διάστημα εμπιστοσύνης)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Εκτός όμως από το τμήμα του πληθυσμού που εντάσσεται στην κατηγορία των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, η έρευνα προσεγγίζει και τους καθιερωμένους επιχειρηματίες σε μια χώρα. Πρόκειται για τα άτομα εκείνα (ηλικίας πάντα 18-64 ετών) που συμμετέχουν στην ιδιοκτησία μιας επιχείρησης που λειτουργεί ήδη πάνω από 3,5 χρόνια, έχουν δηλαδή ξεπεράσει το κρίσιμο αρχικό στάδιο λειτουργίας της επιχείρησης. Η Ελλάδα (λόγω και της υψηλής αυτοαπασχόλησης) διατηρεί την 1^η θέση στην Ευρώπη σε αυτή την κατηγορία. Συνολικά, λαμβάνοντας υπόψη όλους τους τύπους επιχειρηματιών, περίπου ένα 16% του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών δηλώνει ότι τη

στιγμή της έρευνας ήταν ο ιδιοκτήτης (ή συνιδιοκτήτης) μιας επιχείρησης συμμετέχοντας στη διοίκησή της, ή ήταν αυτοαπασχολούμενο, επίδοση πολύ υψηλότερη από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (10%).

Η έρευνα πεδίου εκτιμά ωστόσο και δύο ακόμα δείκτες που συνδέονται με την επιχειρηματικότητα, από διαφορετικό όμως πρίσμα η κάθε μία. Καταρχάς προσδιορίζεται η **πρόθεση επιχειρηματικότητας**, η εγρήγορση δηλαδή για εκδήλωση επιχειρηματικής συμπεριφοράς στη χώρα, όπως αυτή δηλώνεται σε έναν πιο μακροχρόνιο ορίζοντα τριετίας. Πιο συγκεκριμένα, το 2006 ένα 14,2% του πληθυσμού 18-64 ετών – περίπου 965 χιλιάδες άτομα - δηλώνει ότι **έχει σκοπό να ξεκινήσει μια επιχείρηση** (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης) τα επόμενα τρία χρόνια. Σε σχέση με το 2005 διαπιστώνεται υποχώρηση του ποσοστού αυτού πάνω από μία ποσοστιαία μονάδα (15,4%), ωστόσο υπερτερεί του ευρωπαϊκού μέσου (στο 11% περίπου) και προοιωνίζεται τουλάχιστον τη διατήρηση σταθερής εισροής στη νέα επιχειρηματικότητα και τα επόμενα χρόνια. Εξάλλου, εφόσον αυτή η μείωση συνοδεύεται με ταυτόχρονη αύξηση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων είναι ως ένα βαθμό δικαιολογημένη, καθώς σημαίνει ότι ένα τμήμα αυτών που δήλωναν στην προηγούμενη έρευνα ότι πρόκειται να ξεκινήσουν μια επιχείρηση, πράγματι προχωρούν σε αυτή την κίνησή τους. Σε παγκόσμιο επίπεδο οι χώρες με υψηλά επίπεδα νέας επιχειρηματικότητας κυριαρχούν και σε αυτήν τη δυνητική εκδήλωση επιχειρηματικής συμπεριφοράς⁴.

Από την άλλη πλευρά στην έρευνα εκτιμάται και το ποσοστό του πληθυσμού το οποίο κατά τη διάρκεια της προηγούμενης χρονιάς δηλώνει ότι διέκοψε ή ανέστειλε τη λειτουργία μιας επιχείρησης την οποία κατείχε ή/και συμμετείχε στη διοίκηση, ή παραιτήθηκε από μια επιχείρηση που διοικούσε, με αποτέλεσμα να έχει σταματήσει οποιαδήποτε μορφή αυτοαπασχόλησης ή πώλησης αγαθών ή υπηρεσιών σε τρίτους⁵. Ουσιαστικά δίνεται μία ένδειξη για το επίπεδο της **αναστολής της επιχειρηματικής δραστηριότητας** σε μία χώρα. Το ποσοστό αυτό προσδιορίζεται το 2006 στο 2,66% του πληθυσμού (18-64 ετών) και αφορά έτσι περίπου σε 181 χιλιάδες άτομα. Αν και περιορίζεται οριακά έναντι του 2005 (2,9%), εξακολουθεί να υπερτερεί από το μέσο όρο στην Ευρώπη (2,1%), ωστόσο είναι γεγονός ότι συνδέεται με την υψηλότερη επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων: αυξημένος αριθμός επίδοξων ή νέων

⁴ Άλλωστε η ανάλυση συσχέτισης των δύο μεταβλητών δίνει στατιστική σημαντικότητα σε υψηλό βαθμό ($p < 1\%$).

⁵ Δεν περιλαμβάνονται εδώ οι περιπτώσεις για εταιρείες που πουλήθηκαν σε τρίτους.

εγχειρημάτων σε σχέση με τις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες δημιουργεί πιθανόν και περισσότερες αποτυχίες στην αγορά⁶, σχέση που φαίνεται να ισχύει ακόμα εντονότερα σε παγκόσμιο επίπεδο.

Επιπροσθέτως στην έρευνα του 2006 για πρώτη φορά ερευνώνται περισσότερο οι λόγοι που οδήγησαν σε αυτή τη φαινομενικά δυσάρεστη εξέλιξη. Διαπιστώνεται λοιπόν ότι μόνο ένας στους τρεις απάντησε ότι η αιτία για την «έξοδο» από την επιχειρηματική δραστηριότητα ήταν οικονομικής φύσης. Ένα 30% ακόμα δήλωσε προσωπικούς λόγους (πιθανόν εδώ να υποκρύπτονται επίσης οικονομικοί λόγοι για κάποιους τουλάχιστον από αυτούς), ενώ σχεδόν ένας στους τέσσερις δήλωσε ότι βρήκε άλλη εργασία (23,5%). Χωρίς να μπορεί να επιβεβαιωθεί σαφώς, εκτιμάται ότι πρόκειται για μετάβαση σε μισθωτή απασχόληση.

Η εικόνα της Ελλάδας σε αυτό το χαρακτηριστικό διαφοροποιείται σημαντικά σε σχέση με τη μέση εικόνα στις υπόλοιπες χώρες, ευρωπαϊκές και μη, καθώς εμφανίζει την 2^η υψηλότερη επίδοση παγκοσμίως, πίσω μόνο από τη Νορβηγία. Μόνο το 12% αυτών των ατόμων (το μισό σε σχέση με την Ελλάδα) δήλωσε ότι η αιτία για την έξοδο του ήταν η εύρεση άλλης εργασίας (πιθανόν μισθωτής). Επομένως στην Ελλάδα φαίνεται ευκολότερα κάποιος να επιλέγει να αποχωρήσει από την επιχειρηματική δραστηριότητα εφόσον βρει άλλη (μισθωτή) απασχόληση, σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες.

1.2 Τα κίνητρα της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων: ανάγκη έναντι ευκαιρίας

Βασική παράμετρος της ανάλυσης της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που εκδηλώνεται σε μια χώρα αποτελούν τα κίνητρα που ωθούν στη ανάληψη επιχειρηματικής δράσης. Ενωσιολογικά, διακρίνονται δύο αντίστοιχες κατηγορίες: α) η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας, που αναφέρεται στην επιχειρηματικότητα που έχει ως κίνητρο κυρίως την εκμετάλλευση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας που γίνεται αντιληπτή στο οικονομικό περιβάλλον του ατόμου και β) η επιχειρηματικότητα ανάγκης, που αναφέρεται στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας λόγω έλλειψης άλλων επιλογών εργασίας ή/και δυσαρέσκειας με την υπάρχουσα απασχόληση.

Από τα αποτελέσματα της έρευνας του 2006 προκύπτει ανακοπή της πτωτικής πορείας της επιχειρηματικότητας ανάγκης που χαρακτήριζε την προηγούμενη τριετία: η

⁶ Και εδώ άλλωστε η συσχέτιση των δύο μεταβλητών αποδεικνύεται στατιστικά σημαντική.

επιχειρηματικότητα ανάγκης αντιπροσωπεύει το 2006 πάνω από το 20% των εγχειρημάτων που εντοπίστηκαν στην έρευνα (από 14,2% το 2005). Μάλιστα, αν συνυπολογιστεί το γεγονός ότι κάποιοι επίδοξοι επιχειρηματίες δηλώνουν συνδυασμό και των δύο παραμέτρων, ποσοστό επίσης αυξημένο το 2006, προκύπτει τελικά το συμπέρασμα ότι ένα μεγάλο μέρος της αύξησης της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που καταγράφεται το 2006 οφείλεται σε σημαντική άνοδο των επιχειρηματιών ανάγκης. Επομένως το θετικό στοιχείο της ανόδου της συνολικής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα συνοδεύεται από κάμψη σε αυτή την ποιοτική διάσταση της επιχειρηματικότητας.

Σύμφωνα λοιπόν με την έρευνα, το 2006 το 1,6% του πληθυσμού είναι νέος ή επίδοξος επιχειρηματίας λόγω ανάγκης (από 0,9% το 2005). Η επίδοση αυτή είναι η 5η υψηλότερη στην Ευρώπη, υπερτερεί του ευρωπαϊκού μέσου όρου (1,1%), αλλά είναι χαμηλότερη από το παγκόσμιο μέσο όρο (2,36%). Αντίστροφα, το 5% του πληθυσμού (έναντι 5,25% το 2005) δηλώνει ότι προχώρησε στην εκμετάλλευση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας, είναι δηλαδή νέος ή επίδοξος επιχειρηματίας ευκαιρίας. Η επίδοση αυτή φέρνει την Ελλάδα περίπου στη μέση της παγκόσμιας κατάταξης, αλλά στην 7η υψηλότερη ευρωπαϊκή, λόγω υψηλής όμως γενικά επιχειρηματικότητας. Σε παγκόσμιο επίπεδο τις υψηλότερες επιδόσεις στην επιχειρηματικότητα ευκαιρίας (σε ποσοστά άνω του 90% της συνολικής επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων) παρουσιάζουν η Δανία, Νορβηγία, Μαλαισία και Ολλανδία, ενώ κοντά σε αυτές κατατάσσεται και η Αυστραλία.

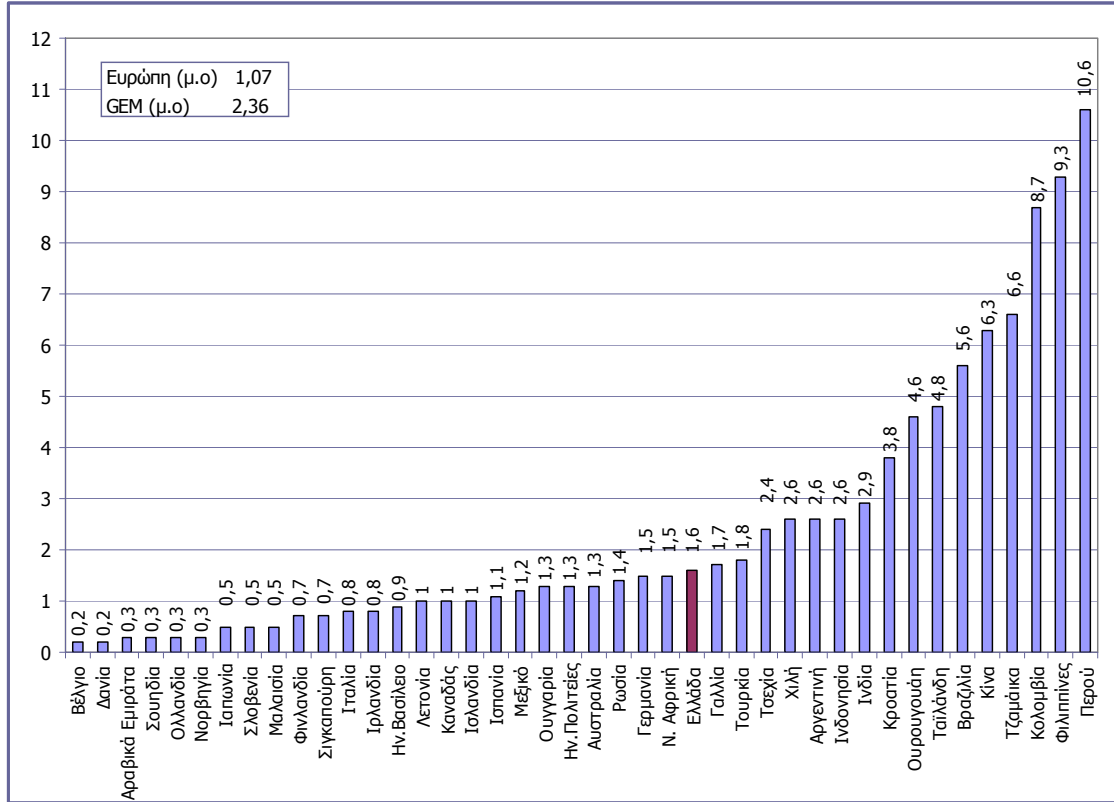
Στον αντίποδα - όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 1.3 και κατά το 2006 υψηλότερη επιχειρηματικότητα ανάγκης εμφανίζουν κυρίως χώρες με χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης, ωστόσο η υψηλή συνολική επιχειρηματικότητα επιτρέπει σε αρκετές να βρίσκονται στις πρώτες θέσεις της παγκόσμιας κατάταξης και στην επιχειρηματικότητα ευκαιρίας. Από όλες πάντως τις ευρωπαϊκές χώρες που συμμετέχουν στο GEM, τη δυσμενέστερη σχέση επιχειρηματικότητας ευκαιρίας / ανάγκης το 2006 εμφανίζουν η Κροατία, η Γερμανία και η Γαλλία, όπου τα εγχειρήματα ευκαιρίας είναι λιγότερο από το 62% του συνόλου.

Σε ότι αφορά τους επιχειρηματίες ευκαιρίας και τα αναλυτικότερα αίτια που τους ώθησαν στο να εκμεταλλευτούν αυτή την ευκαιρία, το 58% δηλώνει ότι ο λόγος που προχώρησε στην αξιοποίησή της ήταν η αύξηση του προσωπικού εισοδήματός τους, η βελτίωση δηλαδή συνολικά του επιπέδου ζωής τους, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό δηλώνει ότι επιθυμούσε απλώς μεγαλύτερη εργασιακή ανεξαρτησία.

Διάγραμμα 1.3

Δείκτης επιχειρηματικότητας (αρχικών σταδίων) ανάγκης ανά χώρα

(ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Αυτή η επίδοση είναι σημαντικά ανώτερη του ευρωπαϊκού μέσου όρου (30%), καθώς στις υπόλοιπες χώρες φαίνεται να κυριαρχεί η ανάγκη μεγαλύτερης ανεξαρτησίας (54%). Διατηρείται επομένως το ιδιαίτερο ελληνικό διαρθρωτικό χαρακτηριστικό που θέλει την αντίληψη για την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών στο ευρύτερο οικονομικό περιβάλλον να υποστηρίζεται τελικά περισσότερο από διάθεση έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας στη βάση της τόνωσης του προσωπικού εισοδήματος και λιγότερο στη δυναμική ή τις προοπτικές που μπορεί να έχει η αξιοποίησή της. Άρα φαίνεται να παγιώνεται η άποψη που υποστηρίζει ότι καθοριστικός παράγοντας στην εκδήλωση επιχειρηματικής συμπεριφοράς στην Ελλάδα δεν είναι μόνο ο όγκος των επιχειρηματικών ευκαιριών που υπάρχουν στην ελληνική οικονομία και ο βαθμός που αυτές γίνονται αντιληπτές από το άτομο, αλλά και η ίδια η επιθυμία του ατόμου να γίνει επιχειρηματίας και άρα να αναζητήσει πιο προσεκτικά το χώρο στον οποίο θα μπορούσε να δραστηριοποιηθεί επικερδώς. Διαφοροποιείται δε σε σχέση με το μέσο

ευρωπαϊό επιχειρηματία ευκαιρίας ο οποίος επιθυμεί κυρίως μεγαλύτερη εργασιακή ανεξαρτησία, παρά δείχνει δυσαρεστημένος από το επίπεδο ζωής που του εξασφαλίζει το τρέχον εισόδημά του.

1.3 Η τομεακή διάσταση της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων

Η ταξινόμηση των εγχειρημάτων που εντοπίστηκαν στην έρευνα με βάση το είδος και το περιεχόμενο των δραστηριοτήτων που αυτά αφορούν δεν δίνει σημαντικές διαφοροποιήσεις σε σχέση με τις προηγούμενες έρευνες⁷. Σχεδόν δύο στα τρία νέα εγχειρήματα (64%), όπως άλλωστε συμβαίνει και τα προηγούμενα χρόνια, εκδηλώνονται σε δραστηριότητες, τελικός πελάτης των οποίων είναι ο καταναλωτής ως φυσικό πρόσωπο (38,5% ο μέσος ευρωπαϊκός όρος). Αν και υπάρχει μικρή υποχώρηση σε σχέση με την έρευνα του 2005 (όταν σχεδόν το 70% προσέφερε προϊόντα / υπηρεσίες με τελικό αποδέκτη τον καταναλωτή ως φυσικό πρόσωπο), η Ελλάδα εξακολουθεί να εμφανίζει τη μεγαλύτερη ποσοστιαία συμμετοχή των εγχειρημάτων αυτής της κατηγορίας στο σύνολο της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων (5^ο υψηλότερο στο σύνολο των χωρών GEM)⁸.

Η υποχώρηση - σε σχέση με το 2005 - της συμμετοχής των εγχειρημάτων με κατεύθυνση τους καταναλωτές προκύπτει από τη μικρή - αλλά σημαντική τηρουμένων των αναλογιών - αύξηση του ποσοστού των νέων εγχειρημάτων σε υπηρεσίες προς επιχειρήσεις. Από 8,3% το 2005 εκτιμάται σε 13% το 2006, όμως και πάλι είναι από τις χαμηλότερες επιδόσεις στην Ευρώπη, καθώς υπερτερεί μόνο από την Τουρκία (μέσος όρος στην Ευρώπη για το 2006 στο 24,5%). Τα εγχειρήματα που σχετίζονται με υπηρεσίες προς επιχειρήσεις είναι γενικά περισσότερο επιθυμητά στη «ροή» της νέας επιχειρηματικότητας σε μία οικονομία, αφού θεωρείται ότι μπορεί να έχουν μεγαλύτερη επίδραση στη συνολική ανάπτυξη μιας οικονομίας.

⁷ Το GEM για να μπορεί να εξυπηρετήσει τις διεθνείς συγκρίσεις, χρησιμοποιεί την ταξινόμηση ISIC του ΟΗΕ βάσει της οποίας κωδικοποιεί τις επιχειρηματικές δραστηριότητες που καταγράφονται στην έρευνα. Οι δραστηριότητες αυτές κατατάσσονται σε 4 ευρείες κατηγορίες: α) τον πρωτογενή τομέα (Γεωργία, Κτηνοτροφία, κτλ), β) τον βιομηχανικό τομέα (Κατασκευές, Μεταποίηση, κτλ) γ) τις Υπηρεσίες προς Επιχειρήσεις, και δ) τα προϊόντα / υπηρεσίες προς καταναλωτές, - σε αντιδιαστολή δηλαδή από την προηγούμενη κατηγορία - που περιλαμβάνουν δραστηριότητες που απευθύνονται στους τελικούς καταναλωτές ως φυσικά πρόσωπα. Πρόκειται για δραστηριότητες λιανικού εμπορίου, ξενοδοχεία / εστιατόρια, υπηρεσίες υγείας, υπηρεσίας εκπαίδευσης, ψυχαγωγία, κλπ.

⁸ Στην ουσία περίπου το 28% των ελληνικών εγχειρημάτων που ξεκινούν το 2006 αφορά σε κάποια λιανεμπορική επιχείρηση (NACE 52).

Πίνακας 1.1

Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων στην Ευρώπη κατά τομέα

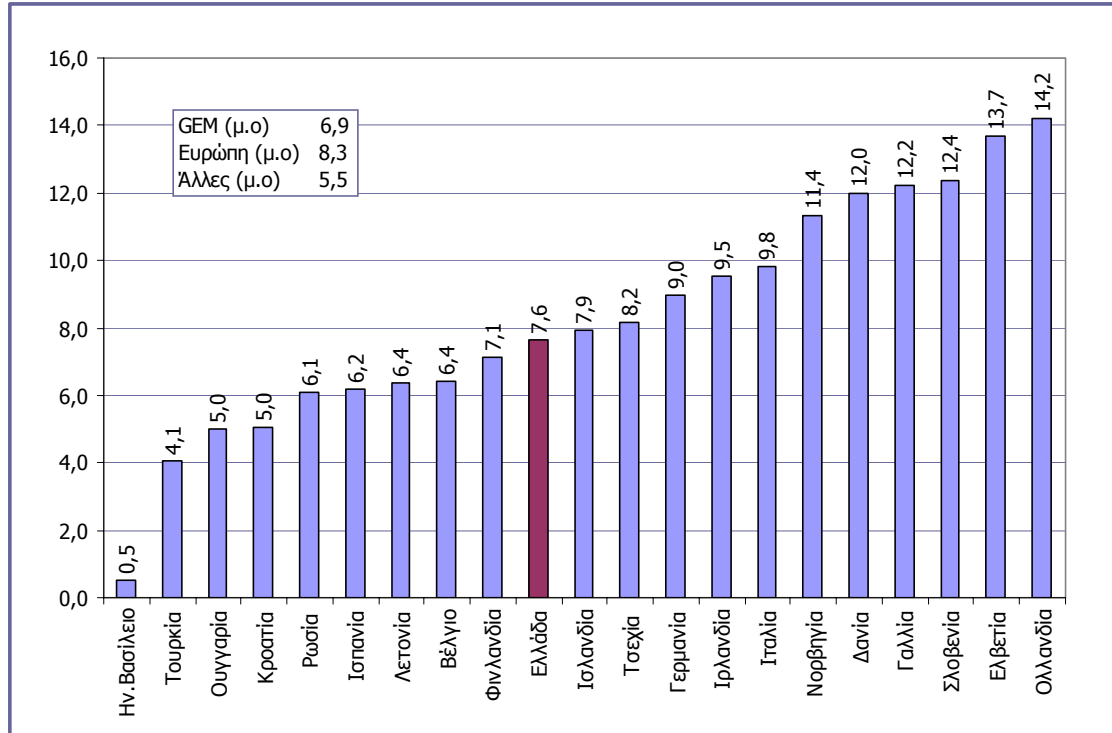
Χώρες	Πρωτογενής δραστηριότητα		Βιομηχανική δραστηριότητα		Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις		Προϊόντα / υπηρεσίες προς καταναλωτές	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006
Ελλάδα	0,6	0,81	21,72	22,96	8,3	12,69	69,37	63,54
Ολλανδία	5,19	3,83	24,41	12,28	28,27	31,91	42,13	51,98
Τουρκία	-	8,02	-	34,4	-	11,96	-	45,62
Γερμανία	3,59	6,93	20,44	23,55	31,23	25,52	44,74	43,99
Ην. Βασίλειο	3,08	0,93	26,89	17,94	31,05	41,4	38,97	39,74
Γαλλία	13,39	15,95	22,1	23,83	21,3	20,74	43,21	39,49
Κροατία	15,26	9,81	46,6	34,26	13,95	16,58	24,19	39,35
Ισλανδία	10,7	8,26	43,21	34,57	18,2	17,91	27,89	39,26
Ισπανία	0	6,4	23,92	29,86	25,6	24,75	50,48	38,98
Ρωσία	-	4,78	-	42,27	-	14,18	-	38,77
Σουηδία	7,71	4,65	18,51	35,12	32,17	22,22	41,6	38,01
Λετονία	9,69	9,38	25,03	34,32	22,46	18,84	42,82	37,46
Νορβηγία	5,52	6,9	27,21	28,23	34,84	29,27	32,43	35,6
Ιταλία	0,95	4,49	23,69	37,52	22,05	22,45	53,31	35,54
Φινλανδία	10	6,33	27,91	35,86	34,89	22,44	27,21	35,38
Δανία	5,93	7,15	23,86	28,23	40,33	30,4	29,87	34,22
Σλοβενία	1,47	1,37	32,21	33,34	36	31,33	30,32	33,95
Ουγγαρία	6	4,13	15,99	37,75	22,56	26,08	55,45	32,03
Ιρλανδία	5,08	5,69	36,41	30,34	27,83	32,08	30,67	31,89
Βέλγιο	7,05	5,26	16,81	39,69	32,16	28,12	43,98	26,93
Τσεχία	-	3,23	-	46,27	-	23,88	-	26,62
Χώρες GEM (μ.ο)	5,31	5,28	24,54	31,63	22,58	18,22	47,56	44,87
Ευρωπαϊκές χώρες (μ.ο)	6,16	5,98	25,80	31,02	27,28	24,53	40,76	38,48
Άλλες χώρες (μ.ο)	3,58	4,66	22,47	32,18	15,87	12,48	58,08	50,69

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Στη φετινή έρευνα εισάγεται επιπλέον μια νέα συγκριτική μεταβλητή μέτρησης που αφορά στο ποσοστό των νέων εγχειρημάτων που σχετίζονται με δραστηριότητες σε κλάδους υψηλής ή μεσαίας τεχνολογίας (κατά ΟΟΣΑ). Μόλις το 7,6% των νέων εγχειρημάτων μπορούν να καταταχθούν σε αυτούς τους εντονότερα τεχνολογικούς κλάδους, επίδοση που υστερεί σε σχέση με τον ευρωπαϊκό μέσο (8,3%) και φέρνει την Ελλάδα στη 12η θέση στην Ευρώπη (ανάμεσα σε 21 χώρες).

Διάγραμμα 1.4

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



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Τα ευρήματα αυτά επιβεβαιώνουν για άλλη μια φορά τη «ρηχότητα» της νέας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, το γεγονός δηλαδή ότι δεν εκδηλώνεται σε ολόκληρη την «αλυσίδα αξίας» μέχρι το τελικό καταναλωτικό προϊόν, αλλά μόνο στον έσχατο κρίκο αυτής της αλυσίδας. Πρόκειται συνήθως για εγχειρήματα με περιορισμένες δυνατότητες σημαντικής επίδρασης στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας σε όρους απασχόλησης, εξαγωγών, δημιουργίας νέων αγορών, κτλ. Οι δραστηριότητες αυτές αποτελούν χαρακτηριστικό χωρών με χαμηλό / μεσαίο επίπεδο ανάπτυξης, παρόλο που και στις χώρες με υψηλότερο επίπεδο ανάπτυξης παραμένει η κύρια κατηγορία δραστηριοτήτων (με μικρότερη όμως ένταση).

1.4 Ιδιοκτησία

Όπως έχει επανειλημμένα αναφερθεί και σε προηγούμενες εκθέσεις του IOBE, η επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα, είναι κυρίως ατομική υπόθεση. Πράγματι όπως φανερώνει ο Πίνακας 1.2 περίπου το 65% των νέων / επίδοξων εγχειρημάτων

που εντοπίστηκαν στην έρευνα το 2006 έχει έναν μόνο ιδιοκτήτη, τον ίδιο τον επίδοξο / νέο επιχειρηματία. Δύο στα τρία δηλαδή άτομα που εντόπισε η έρευνα δηλώνουν ότι στα εγχειρήματά που πρόκειται να ξεκινήσουν ή έχουν ήδη ξεκινήσει (και λειτουργούν το πολύ τρεις μήνες), αποτελούν τον μοναδικό ιδιοκτήτη.

Πίνακας 1.3

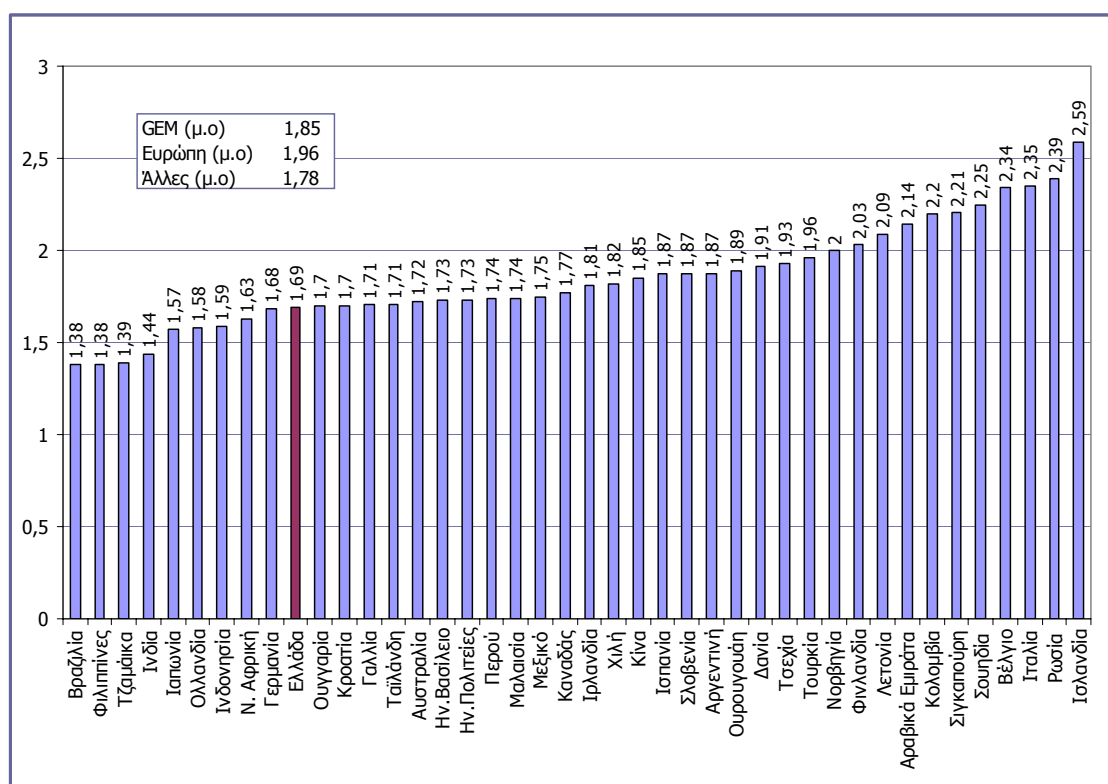
Αριθμός ιδιοκτητών ανά νέο/ επίδοξο εγχείρημα

Αριθμός ιδιοκτητών	2006	Μέσος όρος 2003-2006
Ένας	65,1%	64,0%
Δύο	16,8%	20,0%
Τρεις	12,8%	10,9%
Πάνω από 4	5,4%	5,1%
Μέσος όρος	1,69	1,65

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διάγραμμα 1.5

Μέσος Αριθμός ιδιοκτητών ανά επίδοξο επιχειρηματικό εγχείρημα το 2006



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Σε σύγκριση με το 2005 οι αλλαγές είναι μάλλον αμελητέες (67% οι μοναδικοί ιδιοκτήτες), ωστόσο το 2006 ο μέσος αριθμός ιδιοκτητών ενισχύεται σχετικά σε σχέση με τα στοιχεία για όλη την περίοδο 2003-2006. Με βάση την επίδοση αυτή η Ελλάδα κατατάσσεται στην 10η χαμηλότερη θέση στο σύνολο των χωρών του GEM και στην 3η στην Ευρώπη (Διάγραμμα 1.5).

1.5 Οι ποιοτικές διαστάσεις της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων: καινοτομία και ανταγωνισμός.

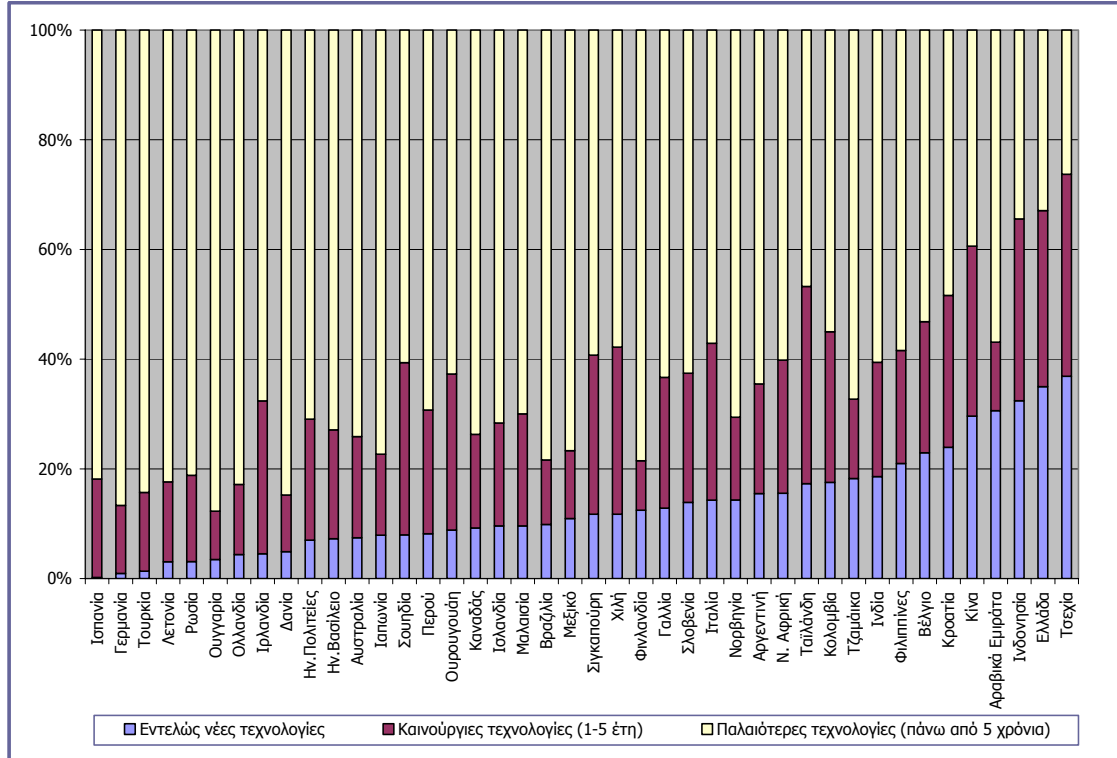
Στην ενότητα αυτή αναλύονται ορισμένα κρίσιμα ποιοτικά χαρακτηριστικά των νέων ή επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων του 2006. Με δεδομένο ότι όπως φάνηκε προηγούμενα αυτά εξακολουθούν να σχετίζονται κυρίως με «ρηχές» δραστηριότητες, δηλαδή αφορούν προϊόντα / υπηρεσίες που έχουν ως άμεσο αποδέκτη τον καταναλωτή, έχει ενδιαφέρον να εξεταστεί αν η εικόνα τους σε όρους καινοτομίας, ανταγωνισμού και χρήσης νέων τεχνολογιών έχει μεταβληθεί σε σχέση με το 2005.

Υπενθυμίζεται ότι στην έρευνα του GEM, η έννοια της καινοτομίας προσεγγίζεται με έναν διττό τρόπο. Από τη μία πλευρά εξετάζεται η καινοτομία προϊόντος, η οποία προσδιορίζεται εξωγενώς, κατά μία έννοια. Πιο συγκεκριμένα, αποδίδεται από την «αίσθηση» του καινούριου και του πρωτοποριακού που δημιουργείται στους πελάτες της επιχείρησης, στους αποδέκτες δηλαδή των προϊόντων / υπηρεσιών της, σύμφωνα με την υποκειμενική άποψη του ίδιου του επιχειρηματία. Από την άλλη πλευρά, προσδιορίζεται και η καινοτομία διεργασιών που αναφέρεται στο εσωτερικό περιβάλλον των εγχειρημάτων και σχετίζεται με την υιοθέτηση σχετικά νέων τεχνολογιών / διαδικασιών, για την παραγωγή των προϊόντων / παροχή υπηρεσιών.

Ξεκινώντας από την τελευταία, τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν μία σχεδόν ισάριθμη διάκριση των εγχειρημάτων στις τρεις προτεινόμενες κατηγορίες: εγχειρήματα που χρησιμοποιούν α) παλαιότερες τεχνολογίες / διαδικασίες, που είναι διαθέσιμες «στην αγορά» πάνω από πέντε χρόνια, β) καινούριες τεχνολογίες που είναι διαθέσιμες τα τελευταία πέντε χρόνια, ή γ) εντελώς «μοντέρνες» τεχνολογίες που έχουν εμφανιστεί κατά το τελευταίο μόλις χρόνο από τη διεξαγωγή της έρευνας. Στην πιο σημαντική κατηγορία, το 35% των επιχειρηματιών που βρίσκονται στα αρχικά στάδια της δραστηριότητάς τους κατά το 2006, δηλώνει ότι χρησιμοποιεί εντελώς **νέες τεχνολογίες / διαδικασίες** για την παραγωγή / διάθεση των προϊόντων / υπηρεσιών του.

Διάγραμμα 1.6

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



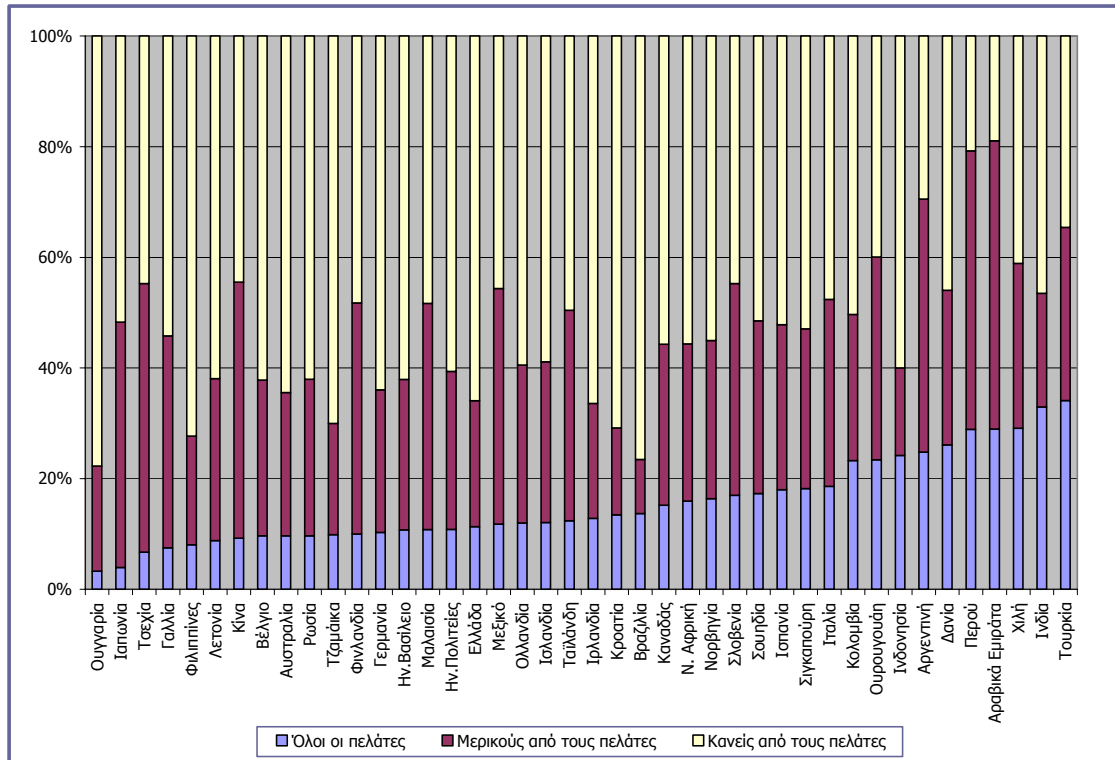
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Όπως φαίνεται και από το σχετικό Διάγραμμα όπου αποτυπώνεται η ποσοστιαία διάρθρωση των επιχειρηματικών εγχειρημάτων σε όρους νέας τεχνολογίας, η επίδοση αυτή είναι η 2η υψηλότερη σε όλες τις εξεταζόμενες χώρες του GEM, πίσω μόνο από τη Τσεχία (ευρωπαϊκός μέσος όρος στο 11,7%). Είναι μία παράμετρος όπου σταθερά η Ελλάδα εμφανίζει καλή εικόνα, γεγονός που υποδηλώνει ότι η τεχνολογική αναβάθμιση αποτελεί βασικό συστατικό των νέων εγχειρημάτων που ξεκινούν στην Ελλάδα, τα οποία συμβάλλουν έτσι στην τεχνολογική αναβάθμιση συνολικά της ελληνικής οικονομίας.

Άλλωστε, η αντίστοιχη μέτρηση για την καθιερωμένη επιχειρηματικότητα δείχνει ότι το 60% των υφιστάμενων επιχειρήσεων χρησιμοποιεί τεχνολογίες / διαδικασίες αρκετά παλαιότερες (πάνω από 5 έτη). Επομένως λογίζεται στα θετικά της χώρας το γεγονός ότι η επιχειρηματικότητα που εισρέει στην εθνική δεξαμενή επιχειρηματικότητας συμβάλλει στη σταδιακή αλλαγή του τεχνολογικού προφίλ της.

Διάγραμμα 1.7

Ποσοστιαία διάρθρωση νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων: Τι ποσοστό αυτών παρέχει προϊόντα / υπηρεσίες που (θα) θεωρούνται νέα και πρωτοποριακά από όλους, μερικούς ή κανέναν από τους δυνητικούς πελάτες



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Ωστόσο από την άλλη πλευρά ο **βαθμός καινοτομικότητας** της νέας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα υπό την έννοια των προϋποθέσεων για λανσάρισμα στην αγορά πραγματικά μοναδικών νέων προϊόντων είναι εξαιρετικά περιορισμένος. Εξακολουθεί να είναι πολύ χαμηλός σε σχέση με τις άλλες χώρες, ζήτημα που συνδέεται τελικά με την χαμηλή ποιότητα των νέων εγχειρημάτων. Έτσι, μόλις το 11,3% των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών θεωρεί ότι τα προϊόντα / υπηρεσίες που (θα) προσφέρουν είναι εντελώς νέα και πρωτοποριακά (μη συνηθισμένα κατά μία έννοια) για όλους τους δυνητικούς πελάτες στους οποίους (θα) απευθύνονται. Πρόκειται για επίδοση σημαντικά βελτιωμένη μεν σε σχέση με το 2005 (ήταν στο 5,9%), αλλά υστερεί σε σχέση με τον αντίστοιχο μέσο όρο των ευρωπαϊκών χωρών (13,8%) και του συνόλου των χωρών του GEM (15.5%).

Στο ίδιο πλαίσιο, το 22% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων δηλώνει το 2006 ότι το εγχείρημά του συγκεντρώνει κάποια στοιχεία νεωτερισμού και σε μερικούς τουλάχιστον

από του πελάτες τους το προϊόν ή η υπηρεσία θα φανεί πρωτοποριακό. Και σε αυτή την κατηγορία η επίδοση της Ελλάδας υστερεί έναντι των διεθνών μέσων όρων, ενώ έχει περιοριστεί ελαφρά σε σχέση με το 2005 (25%).

Συνεπώς, δύο στα τρία νέα εγχειρήματα (έναντι 70% το 2005 πάντως) δεν συγκεντρώνουν κανέναν βαθμό «καινοτομίας», με αποτέλεσμα οι αντίστοιχοι νέοι / επίδοξοι επιχειρηματίες να πιστεύουν ότι κανείς από τους δυνητικούς πελάτες δεν πρόκειται να θεωρήσει ότι αγοράζει κάτι καινούριο σε σύλληψη και περιεχόμενο. Βεβαίως, σε όλες τις χώρες αυτά τα «συνηθισμένα» εγχειρήματα κυριαρχούν, με μικρές μόνο διαφοροποιήσεις μεταξύ Ευρώπης και υπόλοιπων χωρών, ωστόσο ο αντίστοιχος μέσος όρος στην Ευρώπη είναι 54%.

Εκτός από την καινοτομικότητα των εγχειρημάτων, είτε αυτή σχετίζεται με το πόσο αντιληπτή γίνεται από τους πελάτες, είτε σχετίζεται με τις τεχνολογίες και διαδικασίες που ενσωματώνονται σε αυτά, σημαντικό χαρακτηριστικό αποτελεί και ο βαθμός του ανταγωνισμού που επικρατεί στην αντίστοιχη αγορά. Η ένταση του ανταγωνισμού προσδιορίζεται από μια ποιοτική εκτίμηση των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών για τον αριθμό των άλλων επιχειρήσεων που ήδη λειτουργούν στην αγορά και προσφέρουν τα ίδια προϊόντα / υπηρεσίες με το νέο εγχείρημα.

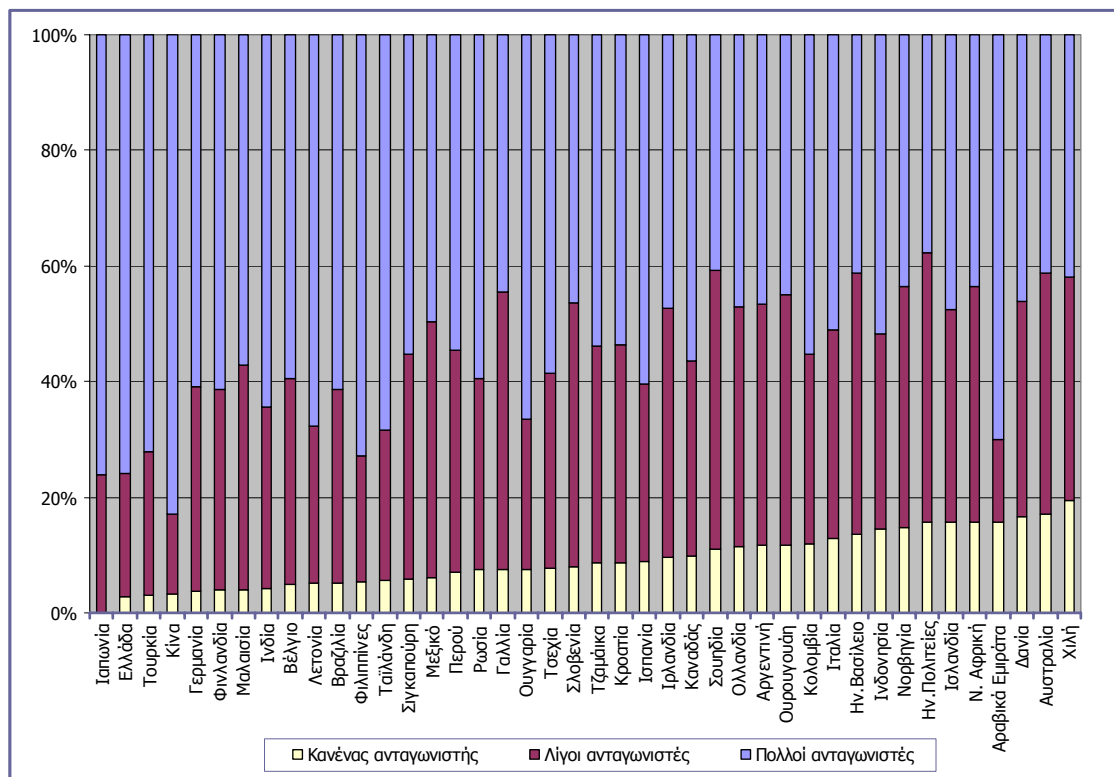
Σύμφωνα με την έρευνα το 2006, μόλις το 2,8% αυτών των επιχειρηματιών δηλώνει ότι εισέρχεται σε μία πραγματικά νέα αγορά όπου δεν υπάρχει κανένας άλλος ανταγωνιστής, αποτελώντας κατά κάποιον τρόπο τον πρωτοπόρο σε μία νέα αγορά έναντι σχεδόν μηδενικού αντίστοιχου ποσοστού το 2005. Όπως φανερώνει το σχετικό Διάγραμμα όπου αποδίδεται η ποσοστιαία διάρθρωση των επιχειρηματικών εγχειρημάτων, διακρίνοντας μεταξύ αγορών με πολλούς, λίγους και κανέναν ανταγωνιστή, η επίδοση αυτή φέρνει την Ελλάδα – όπως και πέρυσι - στην προτελευταία θέση στο σύνολο των χωρών του GEM. Αντίθετα, κατά μέσο όρο στην Ευρώπη, το 2006 περίπου 9% των εγχειρημάτων δεν αντιμετωπίζουν κανέναν ανταγωνιστή, κάτι που σημαίνει ότι συνιστούν νέες νησίδες αγοράς.

Έτσι τελικά τρία στα τέσσερα εγχειρήματα που συνθέτουν την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στην Ελλάδα αφορούν σε αγορές στις οποίες υπάρχουν ήδη πολλοί ανταγωνιστές που προσφέρουν τα ίδια προϊόντα / υπηρεσίες. Πρόκειται για την 3^η υψηλότερη επίδοση στο σύνολο των χωρών GEM, πίσω μόνο από Ιαπωνία και Κίνα, ενώ ο αντίστοιχος μέσος όρος στην Ευρώπη είναι μόλις 55%. Άλλωστε, παρόλο που στις περισσότερες χώρες η πλειονότητα των εγχειρημάτων αφορούν επιχειρήσεις που

δημιουργούνται σε περιοχές με ισχυρό ανταγωνισμό, ένα σημαντικό τμήμα τους αφορά στην είσοδο σε μία αγορά με περιορισμένο ακόμα ανταγωνισμό (λίγοι ανταγωνιστές προσφέρουν τα ίδια προϊόντα / υπηρεσίες). Στην Ελλάδα μόνο ένα στα τέσσερα εγχειρήματα, σε πτώση μάλιστα σε σχέση με το 2005, φαίνεται να αφορά αγορές με μικρό ανταγωνισμό, με τον αντίστοιχο μέσο ευρωπαϊκό όρο να βρίσκεται στο 34%.

Διάγραμμα 1.8

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



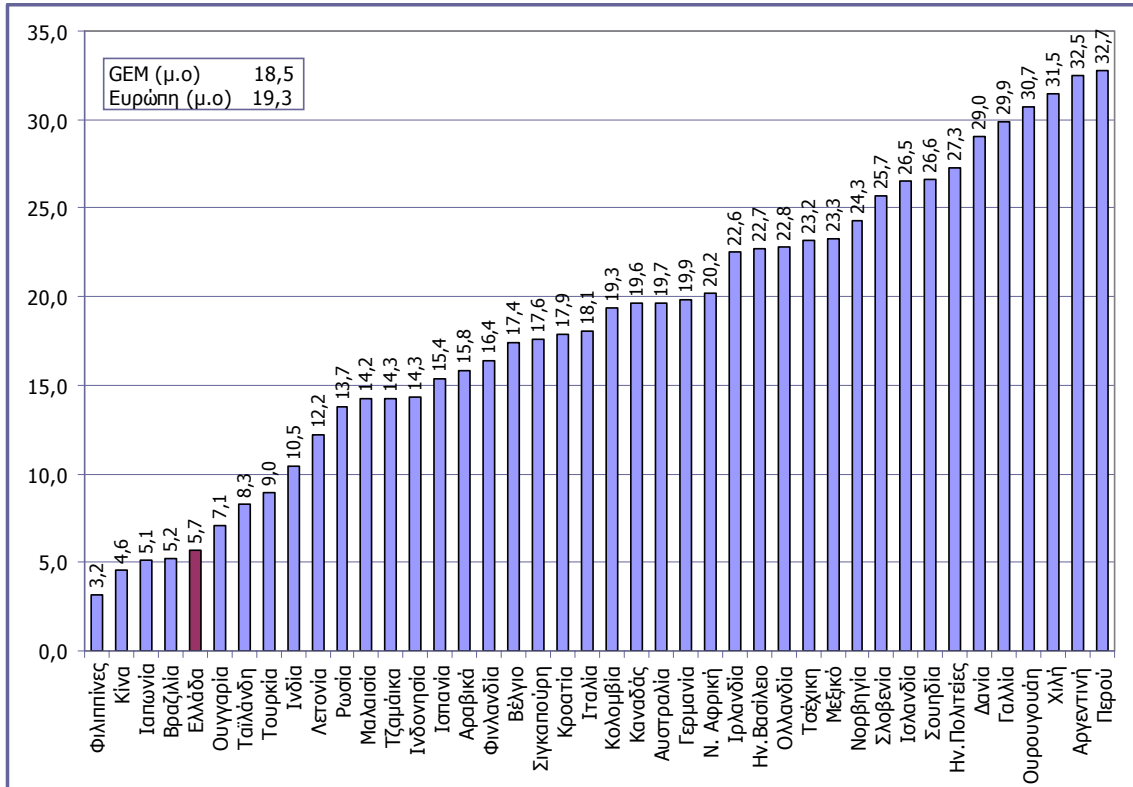
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Εξάλλου, το 2006 εισάγεται στην ανάλυση και μια νέα συνδυαστική μεταβλητή που αφορά στο ποσοστό των νέων εγχειρημάτων που παράγει ένα προϊόν που δείχνει νέο σε όλους ή μερικούς από τους δυνητικούς πελάτες και ταυτόχρονα λανσάρεται σε μια αγορά με λίγους ή και κανέναν ανταγωνιστή. Η επίδοση της Ελλάδας σε αυτόν τον δείκτη προσδιορίζεται στο 5,7% των νέων εγχειρημάτων, που είναι η 4^η χαμηλότερη στις χώρες του GEM (ευρωπαϊκός μέσος όρος στο 19,6%). Η δυνατότητα επομένως των ελληνικών εγχειρημάτων που καταγράφονται στη φετινή έρευνα να

δημιουργήσουν μία νέα αγορά, να διευρύνουν τα όριά της και να συμβάλουν σε κάποιο βαθμό στην επέκτασή της, είναι πολύ περιορισμένη.

Διάγραμμα 1.9

Ποσοτό σχετικά καινοτομικών νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων σε αγορές με λίγους ή κανέναν ανταγωνιστή



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.6 Ύψος επένδυσης και προοπτικές απασχόλησης

Στην ενότητα αυτή εξετάζονται δύο βασικά χαρακτηριστικά των εγχειρημάτων που συνθέτουν την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Πιο συγκεκριμένα εξετάζεται το ύψος της επένδυσης και η εκτιμώμενη συνεισφορά αυτών στην απασχόληση. Αναλυτικότερα:

Το επενδυτικό ύψος των επιχειρηματικών σχεδίων που εξετάζονται στο πλαίσιο του GEM αποτελεί ένα μέτρο της οικονομικής βαρύτητας των εγχειρημάτων που ξεκινούν στην Ελλάδα το 2006. Η ανάλυση εδώ επικεντρώνεται ακριβώς σε αυτό το μέγεθος και

δεν αγγίζει το κόστος έναρξης μιας επιχείρησης στην Ελλάδα που είναι ένα σημαντικό, αλλά διαφορετικό ζήτημα⁹.

Σύμφωνα λοιπόν με τη φετινή έρευνα, τα εγχειρήματα που βρίσκονταν στη φάση της ίδρυσης το 2006 απαιτούσαν ένα κεφάλαιο ύψους περίπου 82000 ευρώ, ωστόσο τα μισά περίπου απαιτούσαν μέχρι 50000 ευρώ. Σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά καταγράφεται αύξηση του μέσου απαιτούμενου κεφαλαίου, όταν είχε εκτιμηθεί μία μέση απαίτηση για περίπου 72000 €, όμως και τότε τα μισά εγχειρήματα δεν ξεπερνούσαν σε ύψος τα 50000 €. Η αύξηση αυτή είναι αποτέλεσμα του ελαφρά διευρυμένου ποσοστού από το μεγαλύτερο κλιμάκιο. Έτσι από ένα μέσο ύψος της τάξης των 190 χιλιάδων ευρώ το 2005, στη φετινή έρευνα ο μέσος όρος βρίσκεται λίγο πάνω από τις 300 χιλιάδες ευρώ (Πίνακας 1.3).

Με βάση τον συνολικό αριθμό των εγχειρημάτων που εκτιμάται ότι βρίσκονται σε φάση έναρξης το 2006 (περίπου 317000¹⁰), μπορεί να γίνει εκτίμηση για το συνολικό ύψος των επενδύσεων που δυνητικά εκδηλώνονται στην Ελλάδα αυτό το έτος. Με βάση αυτές τις εκτιμήσεις το συνολικό κεφάλαιο το οποίο φαίνεται να μοχλεύεται και να ενεργοποιείται το 2006 προσεγγίζει τα 27 δισεκ €, σημαντικά ενισχυμένο σε σχέση με το 2005 (19,5 δισεκ €), συνέπεια άλλωστε της ανόδου της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που καταγράφεται το 2006. Αν όλα δηλαδή τα επίδοξα εγχειρήματα που κατέγραψε η έρευνα το 2006 περνούσαν στη φάση της υλοποίησης θα είχαμε μία κεφαλαιακή εισροή στην ελληνική οικονομία αυτού του ύψους.

Η τελευταία στήλη του πίνακα αποτυπώνει την ίδια συμμετοχή του επίδοξου / νέου επιχειρηματία ανάλογα με το επενδυτικό κλιμάκιο στο οποίο βρίσκεται η επένδυσή του. Όπως συνέβαινε και το 2005, όσο χαμηλότερο είναι το ύψος της επένδυσης, τόσο υψηλότερο είναι το ποσοστό της ίδιας συμμετοχής. Έτσι στα επενδυτικά σχέδια που απαιτούν ένα συνολικό κεφάλαιο έως 25000 €, οι επίδοξοι επιχειρηματίες καλύπτουν με ίδιους πόρους κατά μέσο όρο το 85% της αντίστοιχης επένδυσης. Συνολικά πάντως οι επίδοξοι και νέοι επιχειρηματίες καλύπτουν με ίδιους πόρους περίπου τα ¾ της επένδυσης, σε σημαντική άνοδο σε σχέση με το 2005. Γενικά μάλιστα παρά τα χαμηλά επιτόκια φαίνεται ότι οι επίδοξοι και νέοι επιχειρηματίες να χρησιμοποιούν όλο και

⁹ Άλλωστε σε πρόσφατες μελέτες (Doing Business 2006) επισημαίνεται ότι αυτό το κόστος είναι ένας από τους βασικούς παράγοντες που εμποδίζουν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα χώρα. Έχει υπολογιστεί ότι για την ίδρυση μιας ΕΠΕ μεσαίου μεγέθους απαιτείται η υλοποίηση 15 διαδικασιών που διαρκούν 38 μέρες και κοστίζουν περίπου 4700\$.

¹⁰ Για την εκτίμηση του αριθμού των νέων / επίδοξων επιχειρημάτων γίνεται αρχικά αναγωγή των νέων / επίδοξων επιχειρημάτων στον πληθυσμό και στη συνέχεια λαμβάνεται υπόψη ο μέσος αριθμός των ιδιοκτητών ανά εγχείρημα.

περισσότερο πόρους από την προσωπική τους αποταμίευση ή από το στενό οικογενειακό περιβάλλον, παρά να καταφεύγουν σε άλλες μορφές χρηματοδότησης ή γενικότερα σε προσπορισμό ξένων κεφαλαίων.

Πίνακας 1.3

Κατανομή των επίδοξων εγχειρημάτων σε επενδυτικά κλιμάκια

Κλιμάκιο επένδυσης(σε €)	Ποσοστιαία κατανομή εγχειρημάτων		Μέσος όρος (σε €)		Εκτιμώμενο σύνολο επένδυσης κλιμακίου (σε εκατ. €)*		Ποσοστό ίδιας συμμετοχής	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006
10000-25000	25,0%	22,6%	18923	15714	1.277	1.128	92,3%	84,5%
25001-50000	26,9%	29,0%	37857	40000	2.750	3.690	84,0%	93,0%
50001-100000	19,2%	22,6%	74400	71111	3.836	5.102	50,9%	64,9%
100001-150000	19,2%	14,5%	128000	128889	6.636	5.945	71,6%	77,3%
Πάνω από 150000	9,6%	11,3%	190000	305833	4.925	10.972	37,5%	61,1%
Σύνολο	100,0%	100,0%	72038	82213	19.423	26.837	67,3%	76,2%

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

Το τελευταίο στοιχείο που εξετάζεται είναι η επίπτωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην απασχόληση συνεκτιμώντας δύο κριτήρια: αφενός τον αριθμό των θέσεων εργασίας που (θα) προσφέρει αυτό το νέο εγχείρημα τη στιγμή της έναρξης λειτουργίας του, αλλά και τον αριθμό των θέσεων εργασίας που ο νέος / επίδοξος επιχειρηματίας θα μπορεί να προσφέρει σε έναν χρονικό ορίζοντα πενταετίας, υπό την προϋπόθεση ότι κατορθώνει να επιβιώσει και ξεπεράσει το κρίσιμο όριο των 3,5 ετών λειτουργίας. Από τη μία πλευρά εξετάζεται δηλαδή η «εναρκτήρια» συνεισφορά του νέου εγχειρήματος στην απασχόληση και από την άλλη, η προοπτική του στη δημιουργία απασχόλησης μέσα σε μία πενταετία. Ο συνδυασμός των δύο κριτηρίων, οδηγεί στον χαρακτηρισμό ενός εγχειρήματος ως «εργοδοτικό» (employer), και οι επιδόσεις των ευρωπαϊκών χωρών αποτυπώνονται στον Πίνακα 1.4.

Σύμφωνα λοιπόν με τα αποτελέσματα του 2006 μόνο το 53% των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών δηλώνει ότι (θα) απασχολεί τουλάχιστον ένα ακόμα άτομο είτε κατά την έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης, είτε (εάν αυτό δεν καταστεί εφικτό αρχικά) μέσα στην επόμενη πενταετία. Πρόκειται για σημαντικότερη υποχώρηση σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές, ενώ συνιστά και τη χαμηλότερη επίδοση στην Ευρώπη το 2006 (συνολικός μέσος όρος στο 75%). Αν και το 2005 η εκτίναξη αυτού του ποσοστού ήταν συγκυριακή, γενικά περίπου το 70% των εγχειρημάτων στην περίοδο

2003-2006 εντάσσεται στην κατηγορία, των «εργοδοτικών» εγχειρημάτων, έχουν δηλαδή κάποια επίπτωση στην απασχόληση, εκτός δηλαδή της μόνιμης απασχόλησης που προσφέρουν στους ιδιοκτήτες της επιχείρησης.

Πίνακας 1.4

Ποσοστό της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που μπορεί να θεωρηθεί ως «εργοδοτική»: απασχολεί σήμερα ή πρόκειται να απασχολεί σε 5 χρόνια πρόσθετα άτομα εκτός των ιδιοκτητών

Χώρες	Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα	Μέσος όρος 2003-2006	2006
Ισπανία	7,27	88,8%	88,6%
Γαλλία	4,39	79,4%	75,4%
Ισλανδία	11,26	80,1%	83,6%
Ιρλανδία	7,35	76,5%	74,6%
Σουηδία	3,45	78,5%	82,6%
Ολλανδία	5,42	75,4%	70,5%
Ελβετία		76,8%	-
Ουγγαρία	6,04	71,5%	61,1%
Ελλάδα	7,9	69,8%	53,0%
Φινλανδία	4,99	73,5%	69,1%
Ην. Βασίλειο	5,77	71,8%	67,2%
Κροατία	8,58	75,6%	83,6%
Σλοβενία	4,63	73,9%	78,4%
Ιταλία	3,47	72,6%	74,4%
Βέλγιο	2,73	71,5%	70,3%
Νορβηγία	9,14	72,9%	77,1%
Δανία	5,32	71,7%	73,3%
Γερμανία	4,21	68,3%	61,3%
Ευρωπαϊκός μέσος όρος			75%
Μέσος όρος GEM			73%

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

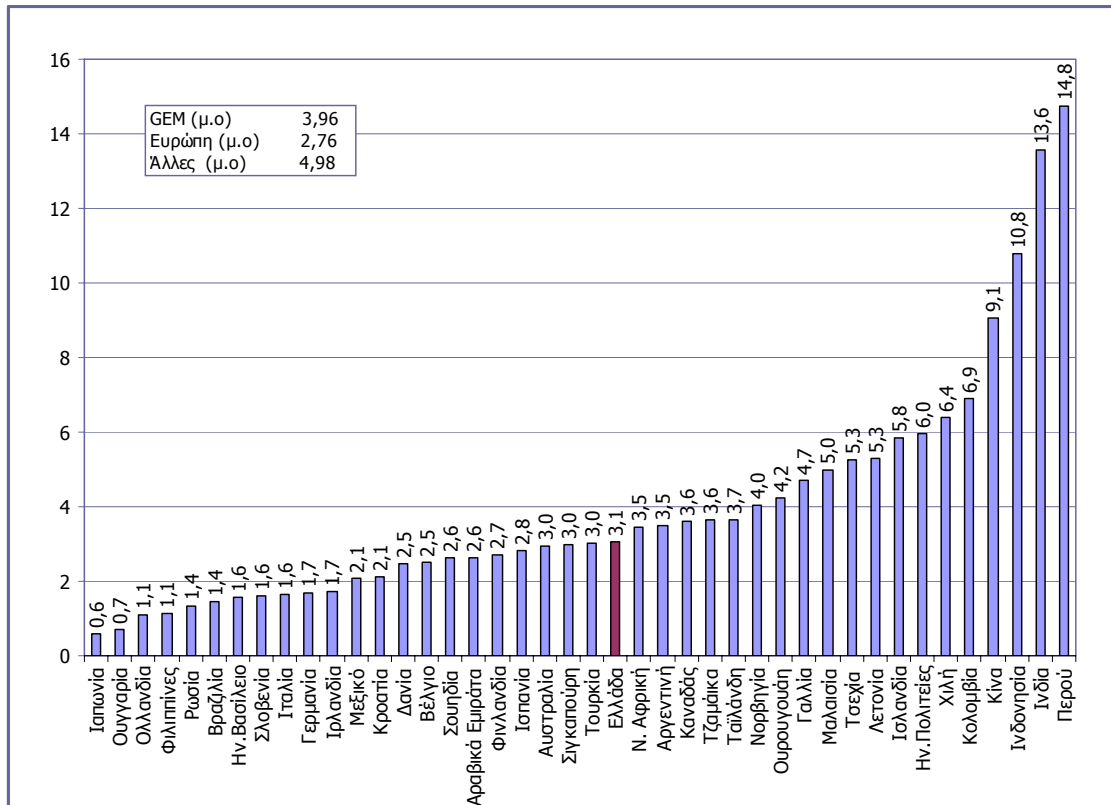
Σε κάθε περίπτωση πάντως και η μακροχρόνια επίδοση είναι από τις χαμηλότερες στην Ευρώπη, κάτι που τελικά σημαίνει ότι η άνοδος της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που καταγράφεται το 2006 αφορά πρωτίστως αυτοαπασχολούμενους χωρίς προσωπικό. Επιβεβαιώνεται επομένως και από αυτό το στοιχείο η ρηχότητα της νέας επιχειρηματικότητας, η οποία δεν επιφέρει σημαντικές επιδράσεις σε όρους απασχόλησης.

1.7 Οι άτυποι επενδυτές

Η έρευνα του GEM προσεγγίζει κάθε χρόνο μια ακόμα σημαντική κατηγορία του πληθυσμού που σχετίζεται με την εξέλιξη της επιχειρηματικότητας. Πιο συγκεκριμένα εκτιμά το ποσοστό του πληθυσμού που χαρακτηρίζεται ως «άτυπος επενδυτής». Σύμφωνα με τη μεθοδολογία του GEM πρόκειται για το άτομο το οποίο δηλώνει ότι έχει χρηματοδοτήσει κατά την τελευταία τριετία με προσωπικά κεφάλαια την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας από κάποιον άλλον, χωρίς δηλαδή ο ίδιος να γίνεται ιδιοκτήτης μεριδίου, ή να ασκεί διευθυντικά καθήκοντα στο νέο εγχείρημα¹¹.

Διάγραμμα 1.10

Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-24 ετών που χρηματοδότησαν με προσωπικά κεφάλαια μια νέα επιχείρηση που ξεκίνησε κάποιος άλλος (2006)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Στο Διάγραμμα 1.10 αποτυπώνεται η εκτίμηση αυτή για όλες τις χώρες που έλαβαν μέρος στην έρευνα του GEM το 2006. Στην Ελλάδα ένα 3,07% του πληθυσμού ηλικίας

¹¹ Πρόκειται για την απόδοση στα ελληνικά του όρου "informal investor". Σε αυτήν την χρηματοδότηση δεν περιλαμβάνονται ενέργειες όπως η πιθανή αγορά μετοχών μιας επιχείρησης ή αμοιβαίων κεφαλαίων.

18-64 ετών, δήλωσε ότι έχει χρηματοδοτήσει με προσωπικούς πόρους ένα νέο/επίδοξο εγχείρημα που ξεκίνησε κάποιος άλλος. Η επίδοση αυτή συνιστά σημαντική αύξηση σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά όταν και είχε εκτιμηθεί στο 2,6%, καθώς αναφέρεται σε έναν πληθυσμό τουλάχιστον 200000 ατόμων.

Η εξέλιξη αυτή φέρνει την Ελλάδα στην 20^η θέση στο σύνολο των χωρών του GEM ωστόσο για πρώτη φορά τα τελευταία χρόνια υπερτερεί του ευρωπαϊκού μέσου όρου. Γενικά χώρες με υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, χαμηλότερου βιοτικού επιπέδου, αλλά αναπτυσσόμενες καταλαμβάνουν τις πρώτες θέσεις της κατάταξης. Από τις αναπτυγμένες χώρες, οι ΗΠΑ (5,96%) και Ισλανδία (5,83%) κατατάσσονται στις υψηλότερες θέσεις, ενώ στο άλλο άκρο της κλίμακας Ουγγαρία και Ιαπωνία εμφανίζουν χαμηλές επιδόσεις σε αυτό τον δείκτη (κάτω από 1%).

Κατά μέσο όρο το ποσό το οποίο δαπανήθηκε από τους άτυπους επενδυτές του 2006 ξεπερνά τα 50000 ευρώ (έναντι 48000 € το 2005) ωστόσο το μέσο ύψος επένδυσης προσδιορίζεται σταθερά στα 40000 €. Γενικά πάντως τα δύο τελευταία χρόνια έχει καταγραφεί μια αυξητική τάση σε σχέση με τη διετία 2003-2004, όταν το μέσο ύψος επένδυσης βρισκόταν στην περιοχή των 30000 €. Το ποσό αυτό θεωρείται αρκετά υψηλό σε σχέση με ότι συμβαίνει σε άλλες χώρες, κάτι που σημαίνει ότι οι επίδοξοι επιχειρηματίες έχουν πρόσβαση σε ένα σημαντικό ύψος διαθέσιμων κεφαλαίων. Όπως έχει αναφερθεί σε προηγούμενες εκθέσεις του IOBE με δεδομένο το μέσο εισόδημα στην Ελλάδα, το διευρυμένο αυτό ύψος των άτυπων επενδυτικών κεφαλαίων αντανakλά μάλλον τις υψηλές κεφαλαιακές απαιτήσεις για την εκκίνηση νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα, παρά αφθονία κεφαλαίων για χρηματοδότηση της επιχειρηματικότητας.

Τέλος, όπως συμβαίνει σχεδόν σε κάθε ετήσια μέτρηση έτσι και το 2006 οι άτυποι επενδυτές αποτελούν κυρίως συγγενικό πρόσωπο (μέλος είτε της στενής, είτε της ευρύτερης οικογένειας). Ωστόσο το 2006 φαίνεται να ενισχύεται και ο ρόλος των φίλων ή συναδέλφων οι οποίοι διευρύνουν την παρουσία τους. Σε κάθε περίπτωση ο οικογενειακός χαρακτήρας των άτυπων επενδύσεων στην Ελλάδα διατηρείται ισχυρός, όπως και ο οικονομικός ανορθολογισμός που διέπει την απόφαση χρηματοδότησης: ένα μεγάλο μέρος αυτών των άτυπων επενδυτών δεν θεωρεί ότι η επένδυσή του μπορεί να αποφέρει κέρδος, γεγονός που ερμηνεύεται από την οικογενειακή σχέση άτυπου επενδυτή και χρηματοδότη, και άρα τα κοινωνικά παρά στενά οικονομικά κίνητρα τέτοιων επενδύσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ
ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ

Στο κεφάλαιο αυτό συνοψίζονται τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που εντόπισε η έρευνα το 2006. Πιο συγκεκριμένα εξετάζεται το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, το εισοδηματικό επίπεδο εκπαίδευσης, αλλά και η γεωγραφική κατανομή τους στις περιφέρειες της χώρας. Επίσης αναλύονται τα τέσσερα προσωπικά χαρακτηριστικά των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα και τα οποία χρησιμοποιούνται ως ενδεικτικοί παράγοντες που επιδρούν στην εκδήλωση νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας σε μία χώρα.

2.1 Επιχειρηματικότητα και φύλο

Το χάσμα που καταγράφεται στην εκδήλωση επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανάμεσα στα δύο φύλα αποτελεί χαρακτηριστικό σχεδόν όλων των χωρών που συμμετέχουν στην έρευνα του GEM. Με εξαίρεση τη Μαλαισία και τις Φιλιππίνες, σε όλες τις υπόλοιπες χώρες το ποσοστό της συμμετοχής των ανδρών σε αυτό το τύπο επιχειρηματικότητας είναι υψηλότερο της αντίστοιχης συμμετοχής των γυναικών.

Όπως αποτυπώνεται στον Πίνακα 2.1¹², στην Ελλάδα το 2006 το 11,12% των ανδρών ηλικίας 18-64 ετών (περίπου 377000 άτομα) βρισκόταν στη φάση έναρξης ενός νέου εγχειρήματος και αντίστοιχα το 4,69% των γυναικών (περίπου 160000 άτομα). Και οι δύο δείκτες εμφανίζουν άνοδο σε σχέση με το προηγούμενο έτος (9,68% στους άνδρες, 3,37% στις γυναίκες), ως αποτέλεσμα της ανόδου του συνολικού δείκτη επιχειρηματικότητας. Για δεύτερη μάλιστα χρονιά, η γυναικεία επιχειρηματικότητα εμφανίζει ταχύτερη άνοδο σε σχέση με την ανδρική (αύξηση κατά 40% έναντι 15% στους άνδρες), εξέλιξη που θεωρείται θετική για την Ελλάδα.

¹² Η επιχειρηματικότητα ανδρών αναφέρεται στο ποσοστό των ανδρών ηλικίας 18-64 ετών κάθε χώρας που ασκούν επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (επίδοχοι και νέοι επιχειρηματίες). Αντίστοιχα ορίζεται η επιχειρηματικότητα των γυναικών.

Πίνακας 2.1

**Συνολική εικόνα διάρθρωσης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων με βάση το φύλο
(% ατόμων ηλικίας 18-64 ετών)**

Χώρες	Συνολική Ανδρική επιχειρηματικότητα (2006)	Συνολική Γυναικεία επιχειρηματικότητα (2006)
Ην. Πολιτείες	12,73	7,36
Ρωσία	7,33	2,57
Ν. Αφρική	5,79	4,83
Ελλάδα	11,12	4,69
Ολλανδία	7,2	3,6
Βέλγιο	4,39	1,04
Γαλλία	6,26	2,53
Ισπανία	8,83	5,7
Ουγγαρία	8,09	4,05
Ιταλία	3,87	3,06
Ην. Βασίλειο	7,88	3,61
Δανία	7,31	3,3
Σουηδία	4,44	2,43
Νορβηγία	12,31	5,87
Γερμανία	5,79	2,58
Περού	41,02	39,27
Μεξικό	6,1	4,48
Αργεντινή	13,93	6,55
Βραζιλία	13,74	9,61
Χιλή	11,38	7,02
Κολομβία	27,97	17,3
Μαλαισία	11,05	11,13
Αυστραλία	14,02	9,87
Ινδονησία	19,84	18,73
Φιλιππίνες	18,4	22,45
Σιγκαπούρη	6	3,75
Ταϊλάνδη	16,25	14,18
Ιαπωνία	3,2	2,6
Κίνα	18,46	13,79
Τουρκία	8,53	3,53
Ινδία	11,6	9,16
Καναδάς	8,25	5,99
Ιρλανδία	10,51	4,2
Ισλανδία	16,65	5,73
Φινλανδία	5,92	4,04
Λετονία	9,41	3,92
Κροατία	12,35	4,87
Σλοβενία	6,93	2,29
Τσεχία	10,75	4,93
Ουρουγουάη	16,61	8,6
Τζαμάικα	22,58	18,14
Αραβικά Εμιράτα	5,87	0,29
Ευρώπης (μ.ο)	8,37	3,74
Χώρες GEM (μ.ο)	11,38	7,51

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Με τις επιδόσεις αυτές η Ελλάδα διατηρεί την 4η θέση στην Ευρώπη στους άνδρες, υπερτερώντας σημαντικά από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (8,37%), ενώ βρίσκεται οριακά χαμηλότερα από τον παγκόσμιο μέσο όρο. Η σημαντική άνοδος της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στις γυναίκες επιτρέπει στην Ελλάδα να κερδίσει αρκετές θέσεις στην ευρωπαϊκή κατάταξη (6η θέση το 2006 από 12η θέση το 2005), ενώ για πρώτη φορά η ελληνική επίδοση υπερτερεί του ευρωπαϊκού μέσου όρου (3,74%). Επομένως η άνοδος της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα το 2006, αγγίζει πλέον και τις γυναίκες.

Πίνακας 2.2

Συγκριτική εικόνα διάρθρωσης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων με βάση το φύλο (% ατόμων ηλικίας 18-64 ετών)

	Χώρες μεσαίου εισοδήματος	Χώρες υψηλής ανάπτυξης	Ευρώπη	GEM	Ελλάδα
Ανδρική επιχειρηματικότητα	14,6%	7,6%	8,37%	11,44%	11,12%
Γυναικεία επιχειρηματικότητα	10,6%	3,9%	3,74%	7,47%	4,69%

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Από τον Πίνακα 2.2 είναι εμφανής η διαφορά στο επίπεδο της γυναικείας επιχειρηματικότητας μεταξύ των αναπτυγμένων και υπό ανάπτυξη χωρών, καθώς οι δύσκολες συνθήκες βιοπορισμού αλλά και η περιορισμένη δυνατότητα πρόσβασης σε καθιερωμένες αγορές εργασίας στις τελευταίες, ωθεί τις γυναίκες στην άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας – συνήθως ανάγκης - ακόμα και ενάντια σε ισχυρά κοινωνικά στερεότυπα που τις θέλουν να ασχολούνται αποκλειστικά με την οικογένεια. Εξάλλου, στις πιο ανεπτυγμένες χώρες οι γυναίκες δείχνουν μια σαφή προτίμηση - ειδικά στη αρχή της επαγγελματικής τους σταδιοδρομίας – της μισθωτής εργασίας στον δημόσιο τομέα ή σε μεγάλες επιχειρήσεις που παρέχουν σημαντικές διευκολύνσεις στην εργαζόμενη μητέρα (ιατρικές υπηρεσίες, άδειες μητρότητας, κτλ). Οι ευνοϊκότερες και θεσμικά κατοχυρωμένες επομένως συνθήκες εργασίας για τις γυναίκες δικαιολογούν μία εντονότερη προσπάθεια για εύρεση / διατήρηση της μισθωτής εργασίας αυτού του τύπου, ειδικά αν εκλείπουν πιθανά κίνητρα ευκαιρίας που θα μπορούσαν να σηματοδοτήσουν μία αλλαγή συμπεριφοράς του γυναικείου πληθυσμού.

Ο Πίνακας 2.3. περιλαμβάνει συγκριτικά δεδομένα για την πρόσφατη τριετία (2004-2006). Καταγράφει τη γυναικεία επιχειρηματική δραστηριότητα αρχικών σταδίων ως ποσοστό του αντίστοιχου δείκτη σε κάθε έτος, αποδίδοντας δηλαδή το τμήμα της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που αφορά γυναίκες.

Πίνακας 2.3

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

Χώρες	Επιχειρηματική δραστηριότητα					
	Συνολική (ΤΕΑ) 2006	Γυναικεία (%) 2006	Συνολική (ΤΕΑ) 2005	Γυναικεία (%) 2005	Συνολική (ΤΕΑ) 2004	Γυναικεία (%) 2004
Αυστρία	-	-	5,28	34,7%	-	-
Βέλγιο	2,73	19,2%	3,93	30,8%	3,47	29,6%
Γαλλία	4,39	28,8%	5,35	31,0%	6,03	31,6%
Γερμανία	4,21	30,8%	5,39	35,6%	5,07	30,6%
Δανία	5,32	31,1%	4,75	32,6%	5,31	30,0%
Ελβετία	-	-	6,06	40,2%	-	-
Ελλάδα	7,9	29,7%	6,5	25,8%	5,77	25,1%
Ην. Βασίλειο	5,77	31,4%	6,22	30,1%	6,25	31,4%
Ιρλανδία	7,35	28,6%	9,83	27,8%	7,7	32,5%
Ισλανδία	11,26	25,6%	10,66	30,2%	13,57	35,2%
Ισπανία	7,27	39,2%	5,65	36,7%	5,15	28,3%
Ιταλία	3,47	44,2%	4,94	37,5%	4,32	26,5%
Κροατία	8,58	28,3%	6,11	20,9%	3,73	23,2%
Λετονία	6,57	29,4%	6,65	37,2%	-	-
Νορβηγία	9,14	32,3%	9,25	24,3%	6,98	25,5%
Ολλανδία	5,42	33,3%	4,36	24,3%	5,11	30,5%
Ουγγαρία	6,04	33,4%	1,9	63,2%	4,29	40,4%
Σλοβενία	4,63	24,8%	4,36	33,5%	2,6	30,7%
Σουηδία	3,45	35,4%	4,04	37,1%	3,71	29,6%
Φινλανδία	4,99	40,6%	4,97	44,4%	4,39	35,5%

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της φετινής έρευνας, σχεδόν το 30% της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που καταγράφηκε στην Ελλάδα το 2006 αφορά γυναίκες. Τρία στα δέκα άτομα που βρίσκονταν δηλαδή το 2006 στη φάση έναρξης μιας νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας, είναι γυναίκες, σε αύξηση σε σχέση με το 2005 (26%). Η εξέλιξη αυτή αν και είναι θετική, πάσχει στο ζήτημα των κινήτρων της, καθώς ένα μεγάλο τμήμα της επιχειρηματικότητας γυναικών είναι τελικά αποτέλεσμα ανάγκης: λιγότερα από τα μισά εγχειρήματα τα οποία έχουν ξεκινήσει γυναίκες έχουν ως

αποκλειστικό κίνητρο την ευκαιρία, όταν στους άνδρες το αντίστοιχο ποσοστό ξεπερνά το 70%. Διαχρονικά μάλιστα η διαφορά μεταξύ ανδρικής και γυναικείας επιχειρηματικότητας ευκαιρίας διατηρείται σε υψηλά επίπεδα, ενώ οξύνεται με την πάροδο των ετών. Εξάλλου οι άνδρες μπορεί να υπερτερούν σε επιχειρηματικότητα ευκαιρίας στις περισσότερες χώρες ωστόσο η διαφορά δεν είναι τόσο έντονη όσο στην Ελλάδα. Επομένως, η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα μπορεί να εμφορείται και αυτή κυρίως από κίνητρα αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών, ωστόσο υστερεί σημαντικά σε σχέση με την αντίστοιχη επιχειρηματικότητα των ανδρών¹³.

2.2 Επιχειρηματικότητα και ηλικία

Η ηλικιακή διάρθρωση των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων στην Ελλάδα δεν μεταβάλλεται σημαντικά το 2006. Ένας στους τρεις προέρχεται από το ηλικιακό κλιμάκιο των 25-34 ετών, ενώ ένα 30% ακόμα ανήκει στο αμέσως επόμενο κλιμάκιο (35-44 ετών). Αυτό σημαίνει τελικά ότι πάνω από το 60% των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών που εντοπίστηκαν στην έρευνα προέρχεται από εκείνο το τμήμα του πληθυσμού που βρίσκεται στη φάση της επαγγελματικής ανέλιξης και προσπαθεί να καταξιωθεί στον επαγγελματικό στίβο¹⁴.

Η Ελλάδα δεν διαφοροποιείται πάντως σημαντικά από τη αντίστοιχη μέση ηλικιακή διάρθρωση στο σύνολο της Ευρώπης, αφού το κυρίαρχο ηλικιακό κλιμάκιο είναι κοινό. Από την άλλη πλευρά, η Ελλάδα φαίνεται να έχει πιο περιορισμένη συμμετοχή από τις μικρότερες ηλικίες, καθώς στην υπόλοιπη Ευρώπη ένα 10% των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών είναι ηλικίας 18-24 ετών, όταν στην Ελλάδα το αντίστοιχο ποσοστό είναι μόνο 6,4%. Πάντως πιο έντονη συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα από αυτή την κατηγορία πληθυσμού εμφανίζουν κυρίως χώρες μεσαίου και χαμηλότερου επιπέδου ανάπτυξης.

Ενδιαφέρον έχει ωστόσο και Πίνακας 2.5 όπου αποδίδονται τα ηλικιακά χαρακτηριστικά στο σύνολο του ελληνικού πληθυσμού σε σύγκριση με το διεθνές περιβάλλον. Παρουσιάζεται έτσι το ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων από κάθε ηλικιακό κλιμάκιο και η θέση της Ελλάδας στην ευρωπαϊκή κατάταξη, καθώς και η σύγκριση με τους αντίστοιχους διεθνείς μέσους όρους. Το γεγονός ότι οι χώρες μεσαίου επιπέδου

¹³ Περισσότερες λεπτομέρειες πάντως για τα χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας δίνονται σε ειδική θεματική έκθεση του Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα του IOBE (Ιωαννίδης 2007).

¹⁴ Ο μέσος νέος / επίδοξος επιχειρηματίας τη στιγμή της έρευνας είναι πάντως περίπου 38 ετών και κρίνεται μάλλον «μεγάλος» ακόμα και για τα δεδομένα της Ευρώπης. Σε αυτά τα επίπεδα κινείται σε όλη την εξεταζόμενη περίοδο.

ανάπτυξης υπερέχουν σε όλα τα ηλικιακά κλιμάκια, ερμηνεύεται από το υψηλό ποσοστό επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που παρουσιάζουν αυτές τις χώρες.

Πίνακας 2.4

Ποσοστό επιχειρηματιών αρχικών σταδίων ανά ηλικιακό κλιμάκιο

Ευρωπαϊκές χώρες (2006)	% ατόμων ηλικίας 18-24	% ατόμων ηλικίας 25-34	% ατόμων ηλικίας 35-44	% ατόμων ηλικίας 45-54	% ατόμων ηλικίας 55-64	Σύνολο
Ρωσία	22,1	34,0	27,7	10,8	5,5	100
Ελλάδα	6,4	32,3	30,0	22,8	8,5	100
Ολλανδία	10,2	28,1	26,1	24,6	11,1	100
Βέλγιο	8,3	30,1	30,7	27,7	3,2	100
Γαλλία	3,0	24,0	32,8	23,3	16,9	100
Ισπανία	7,7	36,5	29,5	18,2	8,2	100
Ουγγαρία	7,5	38,9	20,5	23,2	9,9	100
Ιταλία	15,3	37,3	30,0	15,8	1,5	100
Ην. Βασίλειο	10,1	24,8	31,8	21,3	12,0	100
Δανία	8,1	26,0	34,3	18,8	12,8	100
Ελβετία	11,9	21,8	32,2	23,7	10,4	100
Νορβηγία	10,2	27,3	30,7	23,3	8,6	100
Γερμανία	6,6	25,7	35,3	20,2	12,3	100
Τουρκία	14,3	44,7	27,2	11,1	2,7	100
Ιρλανδία	11,4	38,0	29,2	17,0	4,4	100
Ισλανδία	7,6	26,9	27,4	24,9	13,3	100
Φινλανδία	6,0	30,7	34,9	17,1	11,2	100
Λετονία	26,6	35,8	19,7	13,1	4,7	100
Κροατία	20,1	34,4	21,9	15,1	8,5	100
Σλοβενία	10,1	33,5	27,9	22,6	5,9	100
Τσεχία	9,4	30,7	25,0	29,8	5,0	100
Χώρες GEM (μ.ο)	13,55	32,05	27,33	18,48	8,59	100
Ευρώπης (μ.ο)	11,08	31,49	28,81	20,20	8,41	100

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Η χαμηλή συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα των νέων ηλικίας 18-24 ετών φέρνει την Ελλάδα στην 13η θέση στην Ευρώπη, καθώς μόλις το 3,84% των ατόμων αυτής της ηλικιακής κατηγορίας προσπαθεί να ξεκινήσει το 2006 μια επιχείρηση (4,57% ο ευρωπαϊκός μέσος όρος). Από την άλλη πλευρά, η Ελλάδα κατατάσσεται στην 3η θέση στο ηλικιακό κλιμάκιο 35-44 ετών, αφού το 10% των αντίστοιχων ελλήνων είναι το 2006 νέος / επίδοξος επιχειρηματίας. Με δεδομένη την υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων η Ελλάδα υπερτερεί του ευρωπαϊκού αντίστοιχου μέσου όρου, αλλά και των χωρών με υψηλό επίπεδο ανάπτυξης σε όλες τις ηλικιακές κατηγορίες εκτός από την πρώτη.

Πίνακας 2.5**Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά ηλικιακό κλιμάκιο στην Ελλάδα (2006)**

Ηλικιακή ομάδα	% αντίστοιχου πληθυσμού (Ελλάδα)	Θέση στην Ευρώπη	Μέσος όρος Ευρώπης	Χώρες μεσαίου εισοδήματος (μ.ο.)	Χώρες υψηλής ανάπτυξης (μ.ο.)
18-24 ετών	3,84%	13 ^η	4,57%	10,9%	3,8%
25-34 ετών	10,71%	6 ^η	8,45%	16,5%	7,8%
35-44 ετών	9,98%	3 ^η	7,41%	14,4%	7,1%
45-54 ετών	8,47%	4 ^η	5,68%	10,7%	5,4%
55-64 ετών	3,73%	5 ^η	2,90%	6,8%	3,2%

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

2.3 Επιχειρηματικότητα και επίπεδο εκπαίδευσης

Το μορφωτικό επίπεδο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων αποτελεί σημαντικό παράγοντα που επηρεάζει τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η ανακάλυψη μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας βασίζεται και στη συσσωρευμένη γνώση και εμπειρία του ατόμου, κάτι που σημαίνει ότι το μορφωτικό επίπεδό του δεν καθορίζει πάντα απόλυτα το αν κάποιος είναι σε θέση να «εντοπίσει» στην αγορά κάποιες καλές επιχειρηματικές ευκαιρίες. Άλλωστε η ανακάλυψη μόνο δεν αρκεί, καθώς ακόμα και αν εντοπίσει κάποιες ευκαιρίες, θα είναι πιθανόν σε καλύτερη θέση να τις αξιοποιήσει, εφόσον κατέχει ένα επίπεδο γνώσεων που του επιτρέπει να σχεδιάσει καλύτερα ένα πρόγραμμα δράσης¹⁵.

Όπως φαίνεται από τον Πίνακα 2.6 που συνοψίζει την ποσοστιαία διάρθρωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά εκπαιδευτικό επίπεδο, η εικόνα δεν διαφοροποιείται κατά το 2006. Η πλειονότητα αυτών (54%) προέρχεται από τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση, ενώ ένα 9% έχει απλώς παρακολουθήσει κάποιες τάξεις αυτής της βαθμίδας. Έτσι συνολικά οι μισοί νέοι / επίδοξοι επιχειρηματίες που έχουν εντοπιστεί στις έρευνες του GEM την περίοδο 2003-2006 διαθέτουν απλώς ένα Απολυτήριο Λυκείου. Από την άλλη πλευρά, το 18% έχει πανεπιστημιακή εκπαίδευση, ενώ ισόποσο τμήμα των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών έχει ακόμα υψηλότερη εκπαίδευση (μεταπτυχιακά / διδακτορικό).

¹⁵ Υπενθυμίζεται ότι για λόγους διακρατικών συγκρίσεων χωρών με πολύ διαφορετικά εκπαιδευτικά συστήματα, το GEM διακρίνει το μορφωτικό επίπεδο σε τέσσερα κλιμάκια: α) άτομα που έχουν αποκτήσει μερική μόνο δευτεροβάθμια εκπαίδευση, β) άτομα με ολοκληρωμένη δευτεροβάθμια εκπαίδευση, γ) απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και δ) απόφοιτοι σε ανώτερο επίπεδο (μεταπτυχιακό, διδακτορικό κτλ).

Πίνακας 2.6

Ποσοστιαία διάθρωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως προς το εκπαιδευτικό κλιμάκιο

Εκπαιδευτικό επίπεδο	2006	Μέσος όρος 2003-2006*
Μερική Δευτεροβάθμια	9,2%	8,9%
Δευτεροβάθμια	54,2%	50,2%
Τριτοβάθμια	18,3%	22,1%
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	18,3%	18,9%
Σύνολο	100%	100%

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

Στον Πίνακα 2.7, παρουσιάζεται η σύγκριση με το διεθνές περιβάλλον. Η υψηλή συμμετοχή ατόμων από το κλιμάκιο της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (8,43% των συνολικών αποφοίτων Λυκείου της χώρας) φέρνει την Ελλάδα στην 3^η υψηλότερη θέση στην Ευρώπη. Αντίθετα η συμμετοχή από το πρώτο κλιμάκιο είναι περιορισμένη, ενώ στα άλλα τρία κινείται λίγο πάνω από 8%.

Πίνακας 2.7

Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά εκπαιδευτικό επίπεδο στην Ελλάδα (2006)

Εκπαιδευτικό επίπεδο	% αντίστοιχου πληθυσμού (Ελλάδα)	Θέση στην Ευρώπη	Μέσος όρος Ευρώπης	Χώρες μεσαίου εισοδήματος (μ.ο.)	Χώρες υψηλής ανάπτυξης (μ.ο.)
Μερική Δευτεροβάθμια	3,19%	13 ^η	4,30%	11,0%	4,5%
Δευτεροβάθμια	8,43%	3 ^η	5,78%	13,1%	5,3%
Τριτοβάθμια	8,23%	5 ^η	6,66%	14,8%	5,8%
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	8,05%	8 ^η	7,64%	14,2%	7,2%

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Είναι πάντως χαρακτηριστικό ότι, τόσο για το σύνολο των χωρών του GEM, όσο και για τις χώρες της Ευρώπης, η συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων αυξάνεται καθώς βελτιώνεται το εκπαιδευτικό επίπεδο. Ωστόσο, φαίνεται ότι οι ελληνικές επιδόσεις διαφοροποιούνται από το γενικό κανόνα. Ο μέσος όρος στην Ελλάδα είναι χαμηλότερος από όλους τους μέσους όρους που χρησιμοποιούνται στο πρώτο κλιμάκιο,

ενώ αν και είναι υψηλότερος στα άλλα τρία παρουσιάζει όμως πτωτική πορεία. Επομένως, σε αντίθεση με τη γενική εικόνα, στην Ελλάδα δεν φαίνεται ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων να μεταβάλλεται με το εκπαιδευτικό επίπεδο, όσο έντονα αυτό συμβαίνει σε άλλες χώρες.

2.4 Επιχειρηματικότητα και εισόδημα

Η σχέση της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης με το επίπεδο του εισοδήματος του ατόμου έχει μεν ενδιαφέρον, υπό αρκετές ωστόσο προϋποθέσεις. Όπως έχει διαπιστωθεί, το μεγαλύτερο μέρος της χρηματοδότησης που απαιτείται για την εκκίνηση ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος καλύπτεται από τον ίδιο τον επιχειρηματία μέσω κυρίως προσωπικής αποταμίευσης ή με την οικονομική συνεισφορά ατόμων από το στενό οικογενειακό ή επαγγελματικό περιβάλλον. Επομένως υπάρχει ισχυρή συσχέτιση ανάμεσα στην επιχειρηματική δραστηριότητα και το επίπεδο του εισοδήματος¹⁶. Από την άλλη πλευρά δεν είναι απαραίτητο όλα τα εγχειρήματα να απαιτούν υψηλά ποσά επένδυσης. Το 2006 άλλωστε το 20% των εγχειρημάτων δεν ξεπερνά σε επενδυτικό ύψος τις 25000 ευρώ, από τα οποία τα 2/3 περίπου προέρχονται από ίδια συμμετοχή του επιχειρηματία – επενδυτή.

Το GEM λόγω των διαφορετικών οικονομικών συνθηκών των χωρών που συμμετέχουν στην έρευνα, προχωρά σε αναγωγή των εισοδηματικών επιπέδων σε μια κοινή κλίμακα, βασισμένη σε σχετικά και όχι απόλυτα μεγέθη. Έτσι υιοθετείται η διάκριση σε τρία κλιμάκια: κατώτερο 1/3 της κατανομής εισοδημάτων του πληθυσμού, μεσαίο και ανώτερο αντίστοιχα επίπεδο εισοδήματος. Όπως φαίνεται από τον επόμενο πίνακα οι μισοί από τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων που εντοπίστηκαν στην έρευνα προέρχονται από το ανώτερο εισοδηματικό κλιμάκιο (του ελληνικού πληθυσμού), ενώ σημαντικό τμήμα του προέρχεται από το μεσαίο κλιμάκιο. Μόνο το 14% προέρχεται από το χαμηλότερο εισοδηματικό κλιμάκιο, οι μισοί από τους οποίους μάλιστα όπως φανερώνει η ανάλυση των πρωτογενών στοιχείων, είναι επιχειρηματίες ανάγκης. Διαχρονικά παρατηρείται σταθερότητα στην αντίστοιχη διάθρωση, στα επίπεδα που υποδεικνύει και ο αντίστοιχος μέσος όρος της περιόδου 2003-2006: σταθερά οι μισοί από τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων προέρχονται από το ανώτερο εισοδηματικό κλιμάκιο της ελληνικής κοινωνίας.

¹⁶ Η θετική αυτή σχέση έχει αποδειχθεί και οικονομετρικά (βλ. Ιωαννίδης & Τσακανίκας 2006).

Πίνακας 2.8

Ποσοστιαία διάθρωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως προς το εισοδηματικό κλιμάκιο

Εισοδηματικό κλιμάκιο	2006	Μέσος όρος 2003-2006*
Χαμηλότερο 1/3	13,9	13,5%
Μεσαίο 1/3	36,2	35,3%
Ανώτερο 1/3	49,9	50,8%
Σύνολο	100%	100%

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

Ο Πίνακας 2.9 που ακολουθεί παρουσιάζει τα σχετικά δεδομένα για την Ελλάδα, σε σύγκριση με τους αντίστοιχους μέσους όρους της έρευνας του GEM.

Πίνακας 2.9

Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά εισοδηματικό κλιμάκιο στην Ελλάδα (2005)

Εισοδηματικό κλιμάκιο	% αντίστοιχου πληθυσμού (Ελλάδα)	Θέση στην Ευρώπη	Μέσος όρος Ευρώπης	Χώρες μεσαίου εισοδήματος (μ.ο.)	Χώρες υψηλής ανάπτυξης (μ.ο.)
Χαμηλότερο 1/3	1,74%	13 ^η	5,67%	12,8%	4,9%
Μεσαίο 1/3	4,4%	7 ^η	6,71%	13,3%	5,5%
Ανώτερο 1/3	6,97%	6 ^η	7,19%	14,5%	8,2%

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Από τον πίνακα είναι φανερή η θετική συσχέτιση ανάμεσα στην εκδήλωση επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων και το εισόδημα, όχι μόνο στην Ευρώπη αλλά στο σύνολο των χωρών του GEM. Όσο υψηλότερο το εισόδημα, τόσο ισχυρότερη εμφανίζεται η ροπή προς επιχειρηματική δραστηριότητα. Μολονότι τα ποσοστά στο σύνολο των χωρών του GEM είναι γενικά υψηλότερα – λόγω υψηλότερης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στις χώρες μεσαίου εισοδήματος -, η γενική τάση ισχύει απόλυτα και για την Ευρώπη.

Η ίδια τάση χαρακτηρίζει και τα ελληνικά δεδομένα. Η συμμετοχή του πληθυσμού από το ανώτερο κλιμάκιο είναι υψηλή, καθώς το 7% του αντίστοιχου πληθυσμού εντάσσεται στην κατηγορία των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων. Αν και οριακά χαμηλότερη από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (7,2%) η επίδοση αυτή είναι η 6^η υψηλότερη στην Ευρώπη.

Αντίθετα, η ελληνική επίδοση στο χαμηλότερο εισοδηματικό κλιμάκιο βρίσκεται πολύ κάτω από τον ευρωπαϊκό (αλλά και παγκόσμιο) μέσο όρο, καθώς μόνο το 1,7% (σε άνοδο πάντως από το 1,2% του 2005) εκδηλώνει αυτή τη συμπεριφορά. Είναι προφανές επομένως ότι οι ανάγκες της χρηματοδότησης νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα είναι αυξημένες, καθώς το επιχειρείν είναι ακόμα μια «ακριβή» διαδικασία. Αν και η πρόσβαση σε χρηματοδότηση δεν διαφέρει σημαντικά από τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες, η Ελλάδα διακρίνεται για τον εντονότατο ρόλο της οικογένειας στην οικονομική ενίσχυση των μελών της. Οι Έλληνες προτιμούν να διαθέσουν αυξημένο μέρος του προσωπικού ή ευρύτερα οικογενειακού εισοδήματος για να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά, παρά να καταφύγουν σε έντονο δανεισμό. Επομένως το εισόδημα αποτελεί μεν προσδιοριστικό παράγοντα για την εκδήλωση επιχειρηματικότητας αλλά ταυτόχρονα λειτουργεί προωθητικά στο πλαίσιο μιας κοινωνικής / πολιτισμικής κουλτούρας που θέλει την άσκηση οικονομικής δραστηριότητας να στηρίζεται περισσότερο σε ίδια μέσα.

2.5 Επιχειρηματικότητα ανά περιφέρεια

Στον Πίνακα 2.10 αποδίδεται ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων σε κάθε μία από τις περιφέρειες της Ελλάδας, καθώς και η αντίστοιχη διάρθρωση για το 2006 και συγκριτικά για την περίοδο 2004-2005. Την υψηλότερη επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων εμφανίζουν το 2006 τα Ιόνια νησιά και η Δυτική Ελλάδα: το 15% του αντίστοιχου πληθυσμού από κάθε περιφέρεια ήταν το 2006 επίδοξος / νέος επιχειρηματίας. Όλες οι υπόλοιπες περιφέρειες έχουν μονοψήφιες τιμές στο δείκτη, με την Περιφέρεια του Νότιου Αιγαίου να συγκεντρώνει τη χαμηλότερη επίδοση (1,8%).

Η σύγκριση με το μέσο όρο της περιόδου 2004-2005 φανερώνει πάντως ότι οι δείκτες αυτοί είναι εξαιρετικά ευμετάβλητοι, ειδικά στις περιφέρειες όπου το δείγμα του πληθυσμού είναι κάτω από 100 άτομα. Έτσι για παράδειγμα οι δύο περιοχές με τον υψηλότερο δείκτη το 2006 δεν ξεπερνούν το 10% στις προηγούμενες μετρήσεις, κάτι που φανερώνει ότι η έκρηξη αυτή είναι μάλλον συγκυριακή. Σε κάθε περίπτωση ωστόσο και οι δύο αυτές περιφέρειες διακρίνονται διαχρονικά για την υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων.

Η δεύτερη στήλη αποδίδει τη ποσοστιαία σύνθεση των αντίστοιχων εγχειρημάτων ανά περιφέρεια. Το 2006 περίπου το 37% αυτών εντοπίζεται στο πολεοδομικό συγκρότημα των Αθηνών, επίδοση ενισχυμένη σημαντικά σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές. Παρά τη συγκυριακή υποχώρηση του 2006, η Κεντρική Μακεδονία συγκεντρώνει γενικά

αρκετά νέα εγχειρήματα, ταυτόχρονα με τη Δυτική Ελλάδα από την οποία προέρχεται το 10% των συνολικών εγχειρημάτων.

Πίνακας 2.10

Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά περιφέρεια: συμμετοχή και ποσοστιαία διάρθρωση

Περιφέρεια	Εργατικό δυναμικό (χιλ. άτομα)	Ανεργία 2006	2006		Μέσος όρος 2004-2005	
			TEA	% TEA	TEA	% TEA
Π.Σ. ΑΘΗΝΩΝ	1809,6*	8,3%*	8,4%	36,9%	6,7%	29,4%
Π.Σ. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	**	**	7,6%	6,8%	8,4%	7,1%
ΑΝ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ	260,4	11%	9,9%	7,9%	6,5%	6,1%
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	834,9	9,3%	2,0%	1,5%	5,3%	11,7%
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	120,8	14,2%	8,1%	2,8%	4,9%	2,0%
ΗΠΕΙΡΟΣ	145,8	9,8%	8,8%	4,1%	5,7%	2,9%
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	319,8	8,2%	6,7%	4,4%	7,3%	7,6%
ΙΟΝΙΑ	96,8	11,2%	15,0%	4,2%	8,3%	2,6%
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	299,1	9,5%	15,1%	13,3%	9,4%	10,0%
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	245,6	9,2%	8,8%	10,5%	3,7%	4,9%
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	272,6	7,7%	2,9%	2,2%	5,6%	5,1%
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	77,8	9,4%	8,4%	1,7%	6,9%	2,0%
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	126,5	8,8%	1,8%	0,7%	7,7%	3,4%
ΚΡΗΤΗ	277,2	7,1%	4,7%	2,9%	6,0%	5,2%
Σύνολο	4886,7	11,2%		100%		100%

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM, Έρευνες Εργατικού Δυναμικού

* Ανεργία Αττικής, ** δεν είναι διαθέσιμη, περιλαμβάνεται στην Κεντρική Μακεδονία

2.6 Προσωπικοί παράγοντες

Στην ενότητα αυτή αναλύονται τα τέσσερα προσωπικά χαρακτηριστικά του πληθυσμού, τα οποία χρησιμοποιούνται ως ενδεικτικοί παράγοντες που ενδεχομένως επιδρούν σε κάποιον βαθμό στην εκδήλωση νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας σε μία χώρα. Πρόκειται για παράγοντες που σχετίζονται: α) με την εξοικείωση του ατόμου με πρότυπα επιχειρηματικής δραστηριότητας, την ύπαρξη δηλαδή κάποιου προσώπου στο άμεσο συγγενικό / φιλικό περιβάλλον του που ξεκίνησε πρόσφατα μία επιχείρηση, β) το επίπεδο αυτοπεποίθησής του, είτε σε επίπεδο γνώσεων / ικανοτήτων για έναρξη μιας επιχείρησης, είτε γ) σε επίπεδο φόβου αποτυχίας, ως αποτρεπτικού παράγοντα για την εκδήλωση επιχειρηματικής συμπεριφοράς και τέλος δ) την ύπαρξη πιθανών

επιχειρηματικών ευκαιριών στο κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον στο οποίο κινείται, την άποψή του δηλαδή για την τρέχουσα επιχειρηματική συγκυρία¹⁷.

2.6.1 Συναναστροφή με νέους επιχειρηματίες

Στον Πίνακα 2.11 καταγράφεται ο πρώτος από αυτούς τους παράγοντες, η προσωπική γνωριμία του ερωτώμενου με έναν επιχειρηματία που έχει ξεκινήσει την δραστηριότητά του κατά την τελευταία διετία. Η έρευνα προσπαθεί να εκτιμήσει το τμήμα του πληθυσμού σε μια χώρα που έχει «παραστάσεις» από επιχειρηματικές δραστηριότητες στον κοινωνικό του περίγυρο, διαθέτει δηλαδή κάποια μορφής εξοικείωσης με πρότυπα επιχειρηματικής δραστηριοποίησης που μπορούν να λειτουργήσουν ενδεχομένως ως κίνητρο να συμπεριφερθούν αναλόγως. Η σύγκριση γίνεται κάθε φορά με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες που συμμετέχουν στο GEM το 2006, ενώ με βάση τα διαθέσιμα διαχρονικά στοιχεία αποδίδεται και ένας μέσος όρος για την περίοδο 2003-2006¹⁸.

Το 2006 σχεδόν ένας στους τρεις Έλληνες / Ελληνίδες (32,1%) απάντησε θετικά στη σχετική ερώτηση, ποσοστό ελαφρά ενισχυμένο σε σχέση με το 2005 (27%). Η Ελλάδα ωστόσο με αυτή την επίδοση υστερεί έναντι του ευρωπαϊκού αλλά και παγκόσμιου μέσου όρου, παρόλο που - όπως έχει αναφερθεί και προηγούμενα - παρουσιάζει τον 4^ο υψηλότερο δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Αλλά και σε πιο μακροχρόνια βάση, η αναλογία των θετικών απαντήσεων στην ερώτηση αυτή εκτιμάται σε αυτά τα επίπεδα, κάτι που σημαίνει ότι παρά τη σταδιακή αύξηση της επιχειρηματικότητας στην εξεταζόμενη περίοδο, μεγάλα τμήματα του πληθυσμού δεν έχουν προσωπική επαφή με άτομα που ξεκινούν να δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά και άρα να μπορούν να αποτελέσουν πρότυπα που θα παρακινήσουν πιθανόν και αυτούς προς αυτήν την κατεύθυνση.

¹⁷ Μια δεύτερη ομάδα παραγόντων σχετίζεται περισσότερο με τα ευρύτερα πολιτισμικά χαρακτηριστικά της εξεταζόμενης χώρας, που αναφέρονται στις κοινωνικές αντιλήψεις που υπάρχουν για την επιχειρηματικότητα σε μια χώρα. Πιο συγκεκριμένα, οι παράγοντες αυτοί καταγράφουν τις απόψεις του ερωτώμενου για το ευρύτερο περιβάλλον στο οποίο κινείται και τον τρόπο που θεωρεί ότι προσεγγίζονται διαστάσεις της επιχειρηματικότητας συνολικά από τους Έλληνες. Οι επιδόσεις σε αυτούς τους παράγοντες έχει παρατηρηθεί ότι δεν διαφοροποιούνται σημαντικά από το ένα έτος στο άλλο, καθώς αντανακλούν γενικά παγιωμένες αντιλήψεις στο ελληνικό περιβάλλον. Γι' αυτό και δεν κρίθηκε σκόπιμο να αναλυθούν και στη φετινή έκθεση, όμως ο αναγνώστης μπορεί να αναζητήσει στοιχεία γι' αυτά στις προηγούμενες εκθέσεις για την επιχειρηματικότητα.

¹⁸ Υπενθυμίζεται ότι τα αποτελέσματα αυτά βασίζονται σε ένα μικτό αντιπροσωπευτικό δείγμα πληθυσμού που αποτελείται από νέους & επίδοξους επιχειρηματίες (επιχειρηματίες αρχικών σταδίων), καθιερωμένους επιχειρηματίες, αλλά και από άτομα που δεν έχουν εκδηλώσει - ακόμα τουλάχιστον - κάποια επιχειρηματική διάθεση.

Πίνακας 2.11

**Προσωπική Γνώση ατόμου που ξεκίνησε νέα επιχείρηση τα προηγούμενα 2 έτη:
Ποσοστό θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών (2006)**

Χώρες	Συνολική επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (2006)	Γνωριμία με επιχειρηματία	
		2006	Μέσος όρος 2003-2006
Ελλάδα	7,9	32,1%	34,3%
Ολλανδία	5,42	28,9%	29,9%
Βέλγιο	2,73	27,7%	31,3%
Γαλλία	4,39	46,6%	40,1%
Ισπανία	7,27	34,1%	29,8%
Ουγγαρία	6,04	26,3%	-
Ιταλία	3,47	36,9%	33,7%
Ην. Βασίλειο	5,77	27,2%	27,1%
Δανία	5,32	43,1%	45,9%
Σουηδία	3,45	45,9%	46,9%
Νορβηγία	9,14	43,1%	42,0%
Γερμανία	4,21	34,0%	36,8%
Ιρλανδία	7,35	39,3%	41,5%
Ισλανδία	11,26	60,8%	68,9%
Φινλανδία	4,99	46,7%	45,2%
Λετονία	6,57	48,3%	-
Κροατία	8,58	47,4%	46,8%
Σλοβενία	4,63	44,9%	42,7%
Τσεχία	7,85	33,0%	-
Τουρκία	6,07	34,5%	-
Ρωσία	4,86	41,1%	-

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

2.6.2 Επιχειρηματική Συγκυρία

Σε ότι αφορά την εκτίμηση της επιχειρηματικής συγκυρίας στο εθνικό περιβάλλον ένα μικρό ποσοστό της τάξης του 22% θεωρεί ότι θα υπάρξουν καλές ευκαιρίες για έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας στη χώρα το επόμενο εξάμηνο, οι οποίες και θα δικαιολογούσαν μία πιθανή ενεργοποίηση περισσότερων ατόμων προς εκμετάλλευσή τους. Πρόκειται για την 5η χαμηλότερη επίδοση στην Ευρώπη, παρά τη μικρή άνοδο σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά, εξέλιξη που δεν ενισχύει ιδιαίτερα το διαχρονικό μέσο όρο ο οποίος εκτιμάται στα ίδια επίπεδα: μόλις δύο στα εννέα άτομα κατά μέσο όρο στην εξεταζόμενη περίοδο απαντούν θετικά στη σχετική ερώτηση. Είναι φανερό ότι η συγκυρία για έναρξη επιχείρησης δεν βελτιώνεται ούτε και το 2006, με τις εκτιμήσεις για περιορισμένες επιχειρηματικές ευκαιρίες να παραμένουν σε χαμηλά επίπεδα, παρά τους υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας στην ίδια περίοδο.

Πίνακας 2.12

Καλές Ευκαιρίες Έναρξης Νέας Επιχειρηματικότητας το Προσεχές Εξάμηνο: Ποσοστό θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών (2006)

Χώρες	Συνολική επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (2006)	Επιχειρηματικές ευκαιρίες το προσεχές 6μηνο	
		2006	Μέσος όρος 2003-2006
Ελλάδα	7,9	22,2%	22,9%
Ολλανδία	5,42	45,7%	38,0%
Βέλγιο	2,73	15,4%	28,3%
Γαλλία	4,39	20,8%	18,1%
Ισπανία	7,27	32,7%	36,3%
Ουγγαρία	6,04	16,1%	-
Ιταλία	3,47	23,2%	24,4%
Ην. Βασίλειο	5,77	36,8%	36,7%
Δανία	5,32	64,6%	55,4%
Σουηδία	3,45	46,0%	42,7%
Νορβηγία	9,14	51,0%	44,0%
Γερμανία	4,21	20,0%	16,1%
Ιρλανδία	7,35	44,0%	43,5%
Ισλανδία	11,26	60,4%	57,1%
Φινλανδία	4,99	49,8%	45,9%
Λετονία	6,57	41,2%	-
Κροατία	8,58	42,8%	31,2%
Σλοβενία	4,63	38,8%	32,3%
Τσεχία	7,85	26,7%	-
Τουρκία	6,07	33,9%	-
Ρωσία	4,86	23,7%	-

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Το γεγονός ότι μόνο ένας στους τέσσερις Έλληνες «βλέπει» καλές ευκαιρίες στο οικονομικό περιβάλλον του παραμένει μια από τις χαμηλότερες επιδόσεις στην Ευρώπη. Η φαινομενική αντίφαση αυτής της αντίληψης με τα υψηλά επίπεδα της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που καταγράφονται στην Ελλάδα, σημαίνει ότι αν και η επιχειρηματική «χωρητικότητα» (entrepreneurial capacity) κρίνεται περιορισμένη, εν τούτοις υπάρχουν κάποιες ευκαιρίες, τις οποίες ένα αυξανόμενο τμήμα του πληθυσμού σπεύδει να τις αξιοποιήσει. Πάντως ειδικά για το 2006 όπως φάνηκε και προηγούμενα η αύξηση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων τροφοδοτείται σημαντικά και από επιχειρηματίες ανάγκης, κάτι που συγκλίνει με τη γενική εικόνα περί έλλειψης πραγματικών ευκαιριών.

2.6.3 Γνώσεις και Ικανότητες

Ταυτόχρονα όμως, οι Έλληνες εξακολουθούν να εμφανίζουν πολύ υψηλά επίπεδα αυτοπεποίθησης, καθώς σχεδόν οι μισοί (46%) θεωρούν ότι διαθέτουν τις γνώσεις, την ικανότητα και την εμπειρία για να ξεκινήσουν μία νέα επιχείρηση. Αν και μέχρι σήμερα η Ελλάδα κατατασσόταν στην 1^η θέση, το 2006 αρκετές χώρες βελτιώνουν την επίδοσή τους και ξεπερνούν την Ελλάδα (ευρωπαϊκός μέσος όρος στο 42% το 2006). Διαχρονικά ωστόσο η Ελλάδα διατηρεί την πρωτοπορία, με τους μισούς να απαντούν θετικά στην ερώτηση, γεγονός που αποτυπώνει ένα πάγιο χαρακτηριστικό γνώρισμα του Έλληνα που ίσως υπερτιμά τις δυνατότητές του και θεωρεί ότι είναι ικανός να πετύχει τα πάντα.

Πίνακας 2.13

Γνώσεις, Ικανότητα και Εμπειρία Επιχειρηματικότητας: Ποσοστό θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών (2006)

Χώρες	Συνολική επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (2006)	Γνώσεις, ικανότητα και εμπειρία επιχειρηματικότητας	
		2006	Μέσος όρος 2003-2006
Ελλάδα	7,9	46,4%	49,4%
Ολλανδία	5,42	37,5%	37,0%
Βέλγιο	2,73	34,6%	38,3%
Γαλλία	4,39	33,3%	31,6%
Ισπανία	7,27	46,2%	42,7%
Ουγγαρία	6,04	43,1%	-
Ιταλία	3,47	44,5%	36,1%
Ην. Βασίλειο	5,77	49,6%	50,2%
Δανία	5,32	36,4%	37,8%
Σουηδία	3,45	41,9%	42,8%
Νορβηγία	9,14	39,1%	40,6%
Γερμανία	4,21	39,0%	38,5%
Ιρλανδία	7,35	50,9%	48,6%
Ισλανδία	11,26	50,2%	48,2%
Φινλανδία	4,99	36,5%	36,8%
Λετονία	6,57	36,1%	-
Κροατία	8,58	58,1%	48,9%
Σλοβενία	4,63	47,7%	41,2%
Τσεχία	7,85	38,0%	-
Τουρκία	6,07	54,7%	-
Ρωσία	4,86	25,1%	-

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

2.6.4 Φόβος Αποτυχίας

Παρά την υψηλή αυτοπεποίθηση όμως των Ελλήνων, ο φόβος της αποτυχίας παραμένει ένας από τους πλέον βασικούς αποτρεπτικούς παράγοντες στη μετουσίωση της υψηλής αυτοπεποίθησης σε ουσιαστική επιχειρηματική δραστηριοποίηση: το 2006, πέντε στους εννέα Έλληνες/ Ελληνίδες δηλώνουν ότι ο φόβος της επιχειρηματικής αποτυχίας θα τους απέτρεπε από την προσπάθεια έναρξης μιας νέας επιχείρησης, επίδοση που διατηρεί σταθερά τη χώρα στην υψηλότερη θέση, όχι μόνο στην Ευρώπη αλλά στο σύνολο των χωρών του GEM. Οι έλληνες / ελληνίδες παραμένουν έτσι οι «παγκόσμιοι πρωταθλητές» ως προς το φόβο της επιχειρηματικής αποτυχίας.

Πίνακας 2.14

**Φόβος Αποτυχίας ως Παράγοντας Αποτροπής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας:
Ποσοστό θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών**

Χώρες	Συνολική επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (2006)	Φόβος αποτυχίας	
		2006	Μέσος όρος 2003-2006
Ελλάδα	7,9	57,8%	57,6%
Ολλανδία	5,42	28,9%	29,5%
Βέλγιο	2,73	27,3%	30,8%
Γαλλία	4,39	49,7%	49,1%
Ισπανία	7,27	46,4%	45,6%
Ουγγαρία	6,04	28,2%	-
Ιταλία	3,47	38,8%	36,0%
Ην. Βασίλειο	5,77	35,8%	34,5%
Δανία	5,32	40,2%	35,0%
Σουηδία	3,45	29,4%	34,8%
Νορβηγία	9,14	26,5%	25,7%
Γερμανία	4,21	46,5%	48,7%
Ιρλανδία	7,35	35,0%	38,1%
Ισλανδία	11,26	38,6%	40,1%
Φινλανδία	4,99	40,5%	38,2%
Λετονία	6,57	44,0%	-
Κροατία	8,58	38,3%	40,7%
Σλοβενία	4,63	31,8%	31,1%
Τσεχία	7,85	35,0%	-
Τουρκία	6,07	32,8%	-
Ρωσία	4,86	51,6%	-

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Οι διαφοροποιήσεις που καταγράφονται σε αυτούς τους προσωπικούς παράγοντες ως προς το φύλο του νέου / επίδοξου επιχειρηματία έχουν ενδιαφέρον. Έτσι για παράδειγμα οι Ελληνίδες εμφανίζονται να υστερούν σε επαφές με νέους επιχειρηματίες, είναι πιο απαισιόδοξες από τους άνδρες, ενώ εμφανίζονται και πιο διστακτικές ως προς τις ικανότητές τους. Αυτή η ανάλυση, καθώς και συνολικότερα στοιχεία για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα περιλαμβάνονται σε ειδική έκδοση του ΙΟΒΕ, στην οποία και παραπέμπεται ο ενδιαφερόμενος αναγνώστης.

2.6.5 Διαφοροποιήσεις προσωπικών χαρακτηριστικών

Ιδιαίτερα ενδιαφέρουσες ωστόσο είναι οι διαφοροποιήσεις στους τέσσερις αυτούς προσωπικούς παράγοντες ανάλογα με την επιχειρηματική δραστηριοποίηση ή όχι του ερωτώμενου. Στον Πίνακα 2.15 παρουσιάζονται συγκριτικά οι θετικές απαντήσεις που εντοπίστηκαν στην έρευνα του 2006 σε κάθε έναν από τους εξεταζόμενους παράγοντες ώστε να αποτυπωθεί η ενδεχομένως διαφορετική συμπεριφορά των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών και των καθιερωμένων επιχειρηματιών σε σχέση με όσους δεν έχουν εκδηλώσει τουλάχιστον έως τώρα αντίστοιχη πρόθεση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση.

Οι διαφορές που προκύπτουν είναι εμφανείς και στατιστικά σημαντικές, ειδικά μεταξύ των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών και των ατόμων που δεν έχουν εκδηλώσει κάποια επιχειρηματική δραστηριότητα. Τόσο οι επιχειρηματίες που βρίσκονται στα αρχικά στάδια της επιχειρηματικής τους δραστηριοποίησης, όσο και οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες εμφανίζουν μία μεγαλύτερη επαφή με πρότυπα επιχειρηματικότητας, σε σχέση με τους μη επιχειρηματίες. Οι πρώτοι πάντως φαίνεται να υστερούν σε σχέση με τους αντίστοιχους «συναδέλφους τους» σε άλλες χώρες ανεξαρτήτως επιπέδου ανάπτυξης, ενώ οι μη επιχειρηματίες ομοιάζουν περισσότερο προς τους αντίστοιχους στις χώρες μεσαίου εισοδήματος.

Το πολύ έντονο αίσθημα αυτοπεποίθησης των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων είναι χαρακτηριστικό των χωρών τόσο υψηλού, όσο και χαμηλού επιπέδου ανάπτυξης και οι έλληνες δεν διαφοροποιούνται από τη γενική εικόνα: εννέα στους δέκα δηλώνουν ότι διαθέτουν ισχυρό γνωστικό υπόβαθρο και ικανότητες για την ανάληψη κάποιας νέας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας. Υψηλή αυτοπεποίθηση εμφανίζουν και οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες, όχι όμως τόσο έντονη, όσο κατά μέσο όρο συμβαίνει στους καθιερωμένους επιχειρηματίες των χωρών υψηλού και χαμηλού μεσαίου εισοδήματος: ένας στους τέσσερις εμφανίζεται πιο συγκρατημένος. Το ότι πέντε στα εννέα άτομα που

δεν έχουν εκδηλώσει επιχειρηματική διάθεση απαντά θετικά στη σχετική ερώτηση, επιβεβαιώνει το γενικά υψηλό αίσθημα αυτοπεποίθησης που επικρατεί στην Ελλάδα, σε βαθμό μάλιστα σημαντικά υψηλότερο σε σχέση με τις άλλες χώρες, ανεξαρτήτως επιπέδου ανάπτυξης.

Πίνακας 2.15

**Οι προσωπικοί παράγοντες ανά κατηγορία πληθυσμού στην Ελλάδα το 2006:
(Ποσοστό θετικών απαντήσεων)**

	Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Μη επιχειρηματίες
Γνωρίζω προσωπικά κάποιον που ξεκίνησε μια επιχείρηση τα τελευταία δύο έτη	57,0%	40,2%	36,6%
<i>Χώρες μεσαίου εισοδήματος</i>	<i>63,7%</i>	<i>54,4%</i>	<i>37,6%</i>
<i>Χώρες υψηλού εισοδήματος</i>	<i>60,6%</i>	<i>51,9%</i>	<i>30,4%</i>
Διαθέτω τις γνώσεις, ικανότητα και εμπειρία που απαιτούνται για να ξεκινήσω μια νέα επιχείρηση	89,4%	72,7%	54,5%
<i>Χώρες μεσαίου εισοδήματος</i>	<i>85,0%</i>	<i>79,1%</i>	<i>44,8%</i>
<i>Χώρες υψηλού εισοδήματος</i>	<i>89,4%</i>	<i>88,3%</i>	<i>38,8%</i>
Στο επόμενο εξάμηνο θα υπάρξουν καλές ευκαιρίες για την ίδρυση μιας επιχείρησης στην περιοχή μου	33,3%	13,9%	23,6%
<i>Χώρες μεσαίου εισοδήματος</i>	<i>66,3%</i>	<i>51,5%</i>	<i>35,9%</i>
<i>Χώρες υψηλού εισοδήματος</i>	<i>60,0%</i>	<i>49,6%</i>	<i>35,2%</i>
Φοβάμαι την αποτυχία, σε βαθμό που θα με απέτρεπε από το να ξεκινήσω μια νέα επιχείρηση	35,0%	59,6%	54,1%
<i>Χώρες μεσαίου εισοδήματος</i>	<i>27,9%</i>	<i>30,1%</i>	<i>36,9%</i>
<i>Χώρες υψηλού εισοδήματος</i>	<i>23,7%</i>	<i>22,8%</i>	<i>41,6%</i>

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Ο διαστρωματικός χαρακτήρας πάντως του φόβου της αποτυχίας σε όλες τις κατηγορίες πληθυσμού είναι εμφανής από τον παραπάνω πίνακα. Το πιο εντυπωσιακό στοιχείο είναι το υψηλό ποσοστό των καθιερωμένων επιχειρηματιών που φαίνεται να «επιχειρούν» υπό τη δαμόκλειο σπάθη της επιχειρηματικής αποτυχίας (60%). Πρόκειται για επίδοση διπλάσια από τις χώρες μεσαίου εισοδήματος και τριπλάσια από τις χώρες υψηλού

εισοδήματος, ενώ υπερτερεί ακόμα και από τους μη επιχειρηματίες, κάτι που καταδεικνύει τη δυσκολία του επιχειρείν στην Ελλάδα. Επομένως ο φόβος της αποτυχίας όχι μόνο δεν αμβλύνεται με την επιχειρηματική καθιέρωση αλλά συνεχώς εντείνεται, δημιουργώντας διαρκή πίεση για την επιτυχία και φόβο για το ενδεχόμενο «πισωγύρισμα» που μπορεί να επιφέρει μία αποτυχία στην επιχειρηματική τους καριέρα.

Εξάλλου, ένας στους τρεις από αυτούς που ξεκινούν μόλις την επιχειρηματική τους δραστηριοποίηση – ποσοστό υψηλότερο από τους μέσους όρους των υπολοίπων χωρών του GEM - δηλώνει ότι φοβάται το ενδεχόμενο της αποτυχίας. Με δεδομένο το ότι η πλειονότητα των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων είναι επίδοξοι επιχειρηματίες, έχουν δηλαδή απλώς ξεκινήσει κάποιες προκαταρκτικές ενέργειες και δεν έχουν περάσει στη φάση της ίδρυσης της επιχείρησης, σημαίνει ότι αυτός ο φόβος ενδεχομένως να λειτουργήσει τελικά ανασταλτικά στην υλοποίηση του κρίσιμου επόμενου βήματος.

Όσον αφορά στην επιχειρηματική συγκυρία, οι απόψεις όλων των κατηγοριών πληθυσμού συγκλίνουν στην απαισιοδοξία, απέχοντας σημαντικά σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες. Το υψηλότερο ποσοστό θετικών εκτιμήσεων εντοπίζεται – όπως άλλωστε συμβαίνει σε κάθε χώρα - στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων οι οποίοι άλλωστε με δεδομένο ότι είναι στην πλειονότητά τους επιχειρηματίες ευκαιρίας, έχουν αυξημένη ευαισθησία σε πιθανές καλές επιχειρηματικές ευκαιρίες στην περιοχή τους.

Παρόλαυτά όμως, ουσιαστικά μόνο ένας στους τρεις βλέπει θετικά το επιχειρηματικό περιβάλλον, ποσοστό υποδιπλάσιο του αντίστοιχου στις χώρες μεσαίου ή και υψηλού εισοδήματος. Ακόμα δηλαδή και στο πλέον δυναμικό τμήμα του πληθυσμού που βρίσκεται στα αρχικά στάδια εκδήλωσης επιχειρηματικής δραστηριότητας, η άποψη για τις βραχυ-μεσοπρόθεσμες δυνατότητες του ελληνικού οικονομικού περιβάλλοντος να δημιουργήσει ευκαιρίες είναι απαισιοδοξία, παρόλο που οι ίδιοι σπεύδουν να αξιοποιήσουν τις έστω περιορισμένες ευκαιρίες που προφανώς υπάρχουν.

Το εντυπωσιακότερο στοιχείο όμως είναι η έντονη απαισιοδοξία για την επιχειρηματική συγκυρία που διέπει ακόμα και τους καθιερωμένους επιχειρηματίες: μόνο το 14% αυτών, τοποθετείται θετικά για το επιχειρηματικό περιβάλλον όταν στις υπόλοιπες χώρες περίπου οι μισοί καθιερωμένοι αντιλαμβάνονται αναξιοποίητες ευκαιρίες στο περιβάλλον τους. Μάλιστα η άποψη αυτή είναι δυσμενέστερη ακόμα και σε σχέση με τον υπόλοιπο πληθυσμό που δεν σχετίζεται με την επιχειρηματικότητα, καθώς το 24% αυτών απαντά θετικά στη σχετική ερώτηση, σταθερά χαμηλότερα από τις υπόλοιπες χώρες (στο 35%).

Συνοψίζοντας επομένως, οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων είναι άτομα τα οποία σχετίζονται προσωπικά με άλλους νέους επιχειρηματίες σε βαθμό υψηλότερο από τον υπόλοιπο πληθυσμό, έχουν πολύ υψηλότερο αίσθημα αυτοπεποίθησης και βλέπουν περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες στο περιβάλλον τους, όχι όμως σε σημαντικά υψηλότερο βαθμό από τους υπόλοιπους Έλληνες, καθώς η απαισιοδοξία είναι διάχυτη. Από την άλλη πλευρά ο φόβος της αποτυχίας αγγίζει διαστρωματικά όλους τους Έλληνες ανεξαρτήτως επιχειρηματικής ή όχι δραστηριοποίησης, ενώ αγγίζει τουλάχιστον τον έναν στους τρεις νέους / επίδοξους επιχειρηματίες, ποσοστό σημαντικά μικρότερο ωστόσο σε σχέση ακόμα και με τους καθιερωμένους επιχειρηματίες. Οι τελευταίοι τοποθετούνται κάπου ενδιάμεσα, αν και προσεγγίζουν περισσότερο τους νέους / επίδοξους επιχειρηματίες, όπως είναι λογικό. Είναι και αυτοί σίγουροι για τις ικανότητες και τις γνώσεις τους, όμως εντύπωση προκαλεί η πολύ έντονη απαισιοδοξία τους για την επιχειρηματική συγκυρία. Ο δε φόβος για το ενδεχόμενο επιχειρηματικής αποτυχίας, όχι μόνο δεν έχει αμβλυνθεί, αλλά είναι υψηλότερος σε σχέση ακόμα και με το μη επιχειρηματικό τμήμα του πληθυσμού, κάτι που φανερώνει το δύσκολο και μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον, αλλά και το διαρκή φόβο για πιθανό στιγματισμό ενός καθιερωμένου επιχειρηματία, από μία ενδεχομένως λανθασμένη κίνηση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ - ΟΙ ΓΝΩΜΕΣ ΤΩΝ ΕΙΔΙΚΩΝ
ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΝΩΝ

Στο πλαίσιο του ερευνητικού προγράμματος του GEM, εκτός της έρευνας που διεξάγεται στον πληθυσμό, τα σημαντικότερα αποτελέσματα της οποίας αναλύθηκαν στα προηγούμενα κεφάλαια, διεξάγεται μία ακόμα συμπληρωματική εμπειρική εργασία. Πρόκειται για τη συλλογή μιας σειράς ποιοτικών στοιχείων μέσω δομημένου ερωτηματολογίου από επιλεγμένα άτομα σε κάθε χώρα. Τα άτομα αυτά θεωρούνται ειδικοί εμπειρογνώμονες σε διάφορες διαστάσεις του φαινομένου της επιχειρηματικότητας και έχουν προσεκτικά επιλεγθεί ώστε να συνεισφέρουν και με τις δικές τους εκτιμήσεις στην πιο ολοκληρωμένη μελέτη της επιχειρηματικότητας.

Στην Ελλάδα, η έρευνα πραγματοποιείται σε 36 «ειδικούς» κάθε χρόνο οι οποίοι και συμμετέχουν στην έρευνα συμπληρώνοντας το σχετικό ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο του 2006 διαρθρώνεται σε 15 ενότητες. Κάθε ενότητα αποτελείται από 5-6 επιμέρους ερωτήσεις οι οποίες συνολικά καλύπτουν 18 διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

Αντίθετα με την έρευνα του πληθυσμού, όπου οι ερωτώμενοι καλούνται να μιλήσουν για τις δικές τους δραστηριότητες και ικανότητες, οι ειδικοί απαντούν σε ερωτήσεις - τοποθετήσεις (statements) που περιγράφουν το επιχειρηματικό περιβάλλον της χώρας τους. Οι απαντήσεις δίνονται με τη μορφή αξιολόγησης σε μια πενταβάθμια κλίμακα Likert, όπου το ένα (1) σημαίνει απόλυτη διαφωνία με την κάθε πρόταση – τοποθέτηση και το πέντε (5) απόλυτη συμφωνία. Οι μέσοι όροι των απαντήσεών τους μπορούν να θεωρηθούν ικανοποιητικές εκτιμήσεις του περιβάλλοντος και επιτρέπουν διεθνείς συγκρίσεις ώστε να αναγνωριστούν πιθανόν κάποιες βαθύτερες πτυχές της επιχειρηματικότητας κάθε χώρας.

Στη συνέχεια αναλύονται τα αποτελέσματα της έρευνας του 2006. Η απεικόνιση των αποτελεσμάτων πραγματοποιείται σε σύγκριση με τις απαντήσεις των αντίστοιχων ειδικών εμπειρογνομώνων στο σύνολο της Ευρώπης (17 χώρες) αλλά και το σύνολο των χωρών του GEM (37 χώρες) για να εντοπιστούν οι πιθανές ιδιαιτερότητες ή διαφοροποιήσεις της ελληνικής περίπτωσης.

Σύμφωνα λοιπόν με την άποψη των «ειδικών», οι επιδόσεις της Ελλάδας στις 18 επιμέρους περιοχές που χαρακτηρίζουν το εθνικό επιχειρηματικό περιβάλλον δεν είναι ικανοποιητικές. Αν και η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων έχει παρουσιάσει σταθερή αύξηση τα προηγούμενα έτη, σύμφωνα με τις σχετικές μετρήσεις στον πληθυσμό, οι ειδικοί παραμένουν το ίδιο ή και περισσότερο αρνητικοί και απαισιόδοξοι για την κατάσταση στην Ελλάδα στις περισσότερες διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Όπως φαίνεται στον Πίνακα 3.1 όπου οι 18 διαστάσεις – περιοχές κατατάσσονται σε φθίνουσα σειρά, με βάση τη θέση της Ελλάδας στην παγκόσμια κατάταξη, μόλις σε τέσσερις η Ελλάδα βρίσκεται στην πρώτη 20άδα των εξεταζόμενων χωρών.

Πίνακας 3.1

Η Γνώμη των Ειδικών για το Επιχειρηματικό Περιβάλλον στην Ελλάδα

(βαθμοί της πενταβάθμιας κλίμακας Likert)

	Μέσος όρος Ελλάδας	Μέσος όρος GEM	Κατάταξη σε GEM (37 χώρες)	Μέσος όρος Ευρώπης	Κατάταξη σε Ευρώπη (17 χώρες)
Επιχειρηματικές ικανότητες	2,81	2,67	12 ^η	2,68	5 ^η
Εμπορική και επαγγελματική υποδομή	3,31	3,36	17 ^η	3,25	10 ^η
Επιχειρηματική κουλτούρα	2,75	2,7	18 ^η	2,83	5 ^η
Χαμηλά εμπόδια εισόδου	2,64	2,89	19 ^η	2,75	13 ^η
Μεταφορά τεχνολογίας	2,28	2,55	22 ^η	2,41	14 ^η
Προστασία πνευματικών δικαιωμάτων	2,58	3,24	22 ^η	2,97	15 ^η
Χρηματοδοτική υποστήριξη	2,55	2,74	23 ^η	2,66	12 ^η
Επιχειρηματικότητα ταχείας ανάπτυξης	2,77	3,09	24 ^η	3,01	12 ^η
Πρόσβαση σε υλικές υποδομές	3,43	3,86	25 ^η	3,75	14 ^η
Αδειοδότηση και φορολογία	1,94	2,52	26 ^η	2,38	13 ^η
Υποστήριξη επιχειρηματικότητας γυναικών	3,12	3,31	26 ^η	3,31	12 ^η
Γρήγορα μεταβαλλόμενες αγορές	2,56	2,76	27 ^η	2,85	12 ^η
Δημόσιες πολιτικές	2,27	2,7	28 ^η	2,6	16 ^η
Κυβερνητικά προγράμματα	2,2	2,78	28 ^η	2,59	16 ^η
Επιχειρηματικά κίνητρα	3,04	3,27	31 ^η	3,43	12 ^η
Επιχειρηματικές ευκαιρίες	2,94	3,28	33 ^η	3,42	14 ^η
Πρωτοβάθμια & Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	1,68	2,23	34 ^η	2,14	17 ^η
Τριτοβάθμια και επαγγελματική εκπαίδευση	2,47	2,78	35 ^η	2,87	16 ^η

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Συνοπτικά, οι Έλληνες ειδικοί φαίνεται να πιστεύουν στις επιχειρηματικές ικανότητες του πληθυσμού και θεωρούν ότι υπάρχει μια κουλτούρα που βοηθάει την επιχειρηματικότητα. Ταυτόχρονα οι υπάρχουσες βασικές υποδομές διευκολύνουν την εκδήλωση επιχειρηματικότητας, ενώ τα εμπόδια εισόδου στις αγορές είναι σχετικά περιορισμένα. Στις περιοχές αυτές οι επιδόσεις της Ελλάδας κινούνται σε επίπεδα που βρίσκονται τουλάχιστον κοντά στους παγκόσμιους ή ευρωπαϊκούς μέσους όρους. Από την άλλη πλευρά, σε όλες τις υπόλοιπες περιοχές, η Ελλάδα καταλαμβάνει πολύ χαμηλότερες θέσεις, με δυσμενέστερη την περιοχή της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης-κατάρτισης, όπου κατατάσσεται στις τελευταίες θέσεις παγκοσμίως. Επίσης οι ειδικοί φαίνεται να «καταδικάζουν» εκτός από το εκπαιδευτικό σύστημα και τη λειτουργία της Δημόσιας Διοίκησης, ενώ συγκλίνουν με την άποψη του πληθυσμού για περιορισμένες επιχειρηματικές ευκαιρίες στο ελληνικό περιβάλλον. Αναλυτικότερα:

Σχετικά θετική είναι η αξιολόγηση των ειδικών στην κατηγορία των **Επιχειρηματικών ικανοτήτων**, δηλαδή στην αξιολόγηση των γνώσεων, και ικανοτήτων που διαθέτουν οι Έλληνες / ελληνίδες για την έναρξη μιας επιχείρησης. Έτσι σε αυτήν την κατηγορία η Ελλάδα επιτυγχάνει την υψηλότερη θέση από όλες τις διαστάσεις που εξετάζονται, καθώς κατατάσσεται στη 12^η θέση μεταξύ όλων των χωρών του GEM και στην 5^η θέση στην Ευρώπη.

Οι ειδικοί κρίνουν ότι οι Έλληνες είναι σχετικά ικανοί να ξεκινήσουν και να διοικήσουν μια μικρή επιχείρηση, καθώς και να αντιδράσουν γρήγορα στις επιχειρηματικές ευκαιρίες που τους παρουσιάζονται (8^η θέση στο GEM, 4^η στην Ευρώπη). Επιβεβαιώνεται έτσι το αίσθημα αυτοπεποίθησης που είχε εντοπιστεί στον πληθυσμό, το οποίο σε συνδυασμό με τον υψηλό αριθμό των αυτοαπασχολούμενων στην Ελλάδα, ερμηνεύει τουλάχιστον τη διάθεση επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Από την άλλη πλευρά, οι Έλληνες φαίνεται να πάσχουν οργανωτικά, μιας και η οργάνωση των πόρων που απαιτούνται για την ίδρυση και λειτουργία μιας νέας επιχείρησης (2,29) βαθμολογούνται χαμηλότερα. Ακόμα πιο χαμηλά αξιολογείται η ικανότητα των ελλήνων στο να δημιουργήσουν μια επιχείρηση ταχείας ανάπτυξης (21^η). Οι εκτιμήσεις αυτές υποδηλώνουν ότι οι ειδικοί κρίνουν ότι οι Έλληνες διαθέτουν μεν τις γνώσεις και την εμπειρία να αρχίσουν μια απλή επιχείρηση που αξιοποιεί κάποια απλή και βραχυπρόθεσμα αξιοποιήσιμη ιδέα, ωστόσο η ικανότητά τους να οργανώνουν τους πόρους και να αναλάβουν τη διοίκηση μιας επιχείρησης με υψηλότερες ή πιο μακροπρόθεσμες προοπτικές δεν είναι ικανοποιητική σε σύγκριση με άλλες χώρες. Οι απόψεις των ειδικών συγκλίνουν έτσι με τα αποτελέσματα της έρευνας στον

πληθυσμό, καθώς επιβεβαιώνουν ότι υπάρχει μεν η γνωστική βάση και εκείνο των απόθεμα ικανοτήτων που απαιτείται για την έναρξη μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας, ωστόσο αυτό το απόθεμα δεν μετουσιώνεται τελικά σε επιχειρηματικότητα υψηλών προοπτικών, παρά σε «ρηχές» και ευκαιριακές επιχειρηματικές πρωτοβουλίες.

Ικανοποιητικές κρίνουν επίσης οι ειδικοί τις **Εμπορικές και Επαγγελματικές υποδομές**, οι οποίες αξιολογούνται κοντά στους ευρωπαϊκούς και παγκόσμιους μέσους όρους. Κρίνουν δηλαδή ότι οι νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις έχουν στη διάθεσή τους καλές και εύκολα προσβάσιμες υπηρεσίες υπεργολάβων, συμβουλευτικών υπηρεσιών κλπ με σχετικά χαμηλό κόστος, ενώ η Ελλάδα διαθέτει καλές λογιστικές, νομικές αλλά και τραπεζικές υπηρεσίες.

Στον τομέα της **Επιχειρηματικής Κουλτούρας**, το βαθμό δηλαδή που το εθνικό πολιτισμικό πλαίσιο δρα ενθαρρυντικά στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας, η Ελλάδα βαθμολογήθηκε μέτρια στην παγκόσμια κατάταξη (18^η θέση) αλλά αρκετά καλά σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη (5^η θέση). Αναδεικνύονται όμως δύο σαφείς τάσεις: από τη μία πλευρά οι ειδικοί εκτιμούν ότι η ελληνική κουλτούρα ενθαρρύνει την προσωπική επιτυχία που επέρχεται μέσω της ατομικής προσπάθειας, δίνει έμφαση στην ατομική πρωτοβουλία και την αυτάρκεια ως αξίες (4^η θέση στην Ευρώπη) ενώ ενθαρρύνεται και η ανάληψη επιχειρηματικού ρίσκου (3^η στην Ευρώπη). Από την άλλη πλευρά όμως είναι πιο μετριοπαθείς στις εκτιμήσεις τους για την ενθάρρυνση της δημιουργικότητας και την έμφαση στην καινοτομία (15^η στην Ευρώπη).

Η Ελλάδα με βάση τις εκτιμήσεις των ειδικών τοποθετείται ακριβώς στο μέσο της παγκόσμιας κατάταξης στον τομέα των **Εμποδίων Εισόδου** (19^η θέση). Τα εμπόδια εισόδου στις διάφορες αγορές, αυτά καθαυτά κρίνονται σχετικά περιορισμένα, ενώ και το κόστος εισόδου δεν είναι απαγορευτικό, τουλάχιστον σε σχέση με άλλες χώρες ιδιαίτερα της Ευρώπης. Η δυνατότητα των μεγάλων επιχειρήσεων να εμποδίσουν τις νέο-ιδρυόμενες επιχειρήσεις να τις ανταγωνιστούν επί ίσοις όροις είναι σχετικά περιορισμένη, ωστόσο το αδύνατο σημείο της χώρας εξακολουθεί όλα αυτά τα χρόνια να εντοπίζεται στο θεσμικό / ρυθμιστικό περιβάλλον και στην αντιμονοπωλιακή νομοθεσία η οποία κρίνεται αναποτελεσματική και όχι σωστά εφαρμοζόμενη.

Στην κατηγορία της **Μεταφοράς Τεχνολογίας**, υπάρχουν ακόμα σημαντικά προβλήματα. Αν και οι κυβερνητικές επιδοτήσεις για την προώθηση των νέων τεχνολογιών στις επιχειρήσεις κρίνονται επαρκείς (5^η θέση στον κόσμο), η μεταφορά

τεχνολογίας δεν φαίνεται να είναι συνεκτική. Η πρόσβαση καινούριων και αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων στις νέες τεχνολογίες, χωρίς να είναι ιδιαίτερα ακριβή, είναι χαμηλή σε σχέση με άλλες χώρες, ενώ οι περιορισμένες δυνατότητες της επιστημονικής κοινότητας να μετατρέπει τα αποτελέσματα της έρευνας σε καινοτομικά εμπορικά προϊόντα (24η θέση), έχει ως αποτέλεσμα να μην διαθέτει η Ελλάδα τεχνολογικές επιχειρήσεις παγκόσμιας κλάσης (36η θέση). Οι ειδικοί εντοπίζουν το πρόβλημα της έλλειψης συνεργασίας σε ερευνητικό και τεχνολογικό επίπεδο, καθώς η διαδικασία μεταφοράς τεχνολογίας από πανεπιστήμια σε επιχειρήσεις δεν είναι αποτελεσματική (26η θέση). Παράλληλα επισημαίνεται ότι το υπάρχον επιστημονικό και τεχνολογικό σύστημα δεν υποστηρίζει επαρκώς σοβαρές επιχειρηματικές προσπάθειες που ενσωματώνουν σε μεγαλύτερο βαθμό κάποιες νέες εφαρμογές.

Από την άλλη πλευρά όμως η έρευνα στον πληθυσμό έχει δείξει ότι αρκετά από τα νέα εγχειρήματα που εκδηλώνονται στην Ελλάδα ενσωματώνουν σχετικά πρόσφατες τεχνολογίες στην παραγωγή προϊόντων / παροχή υπηρεσιών. Συνήθως πρόκειται για τεχνολογίες / προϊόντα που έρχονται από το εξωτερικό και αυτό προφανώς επισημαίνουν οι ειδικοί στο σημείο αυτό: την αδυναμία του ελληνικού συστήματος καινοτομίας να δημιουργήσει το ίδιο καινοτομία, εμπορικά αξιοποιήσιμα προϊόντα που ενσωματώνουν ενδεχομένως ερευνητικά αποτελέσματα από τα πανεπιστήμια.

Πίνακας 3.2

Η αξιολόγηση των Ειδικών για την Μεταφοράς τεχνολογίας (βαθμοί της πενταβάθμιας κλίμακας Likert)

	Ελλάδα	Μέσος όρος GEM	Κατάταξη σε GEM (37)	Μέσος όρος Ευρώπης	Κατάταξη σε Ευρώπη (17)
Μεταφορά τεχνολογίας	2,28	2,55	22	2,41	14
Κυβερνητικές επιδοτήσεις σε τεχνολογίες	2,94	2,39	5	2,57	3
Κόστος υιοθέτησης νέας τεχνολογίας	2,23	2,24	19	2,42	13
Πρόσβαση νέων επιχειρήσεων σε τεχνολογία	2,12	2,21	21	2,29	13
Υποστήριξη εμπορευματοποίησης ιδεών	2,23	2,44	24	2,58	14
Μεταφορά τεχνολογίας από ΑΕΙ σε επιχειρήσεις	2,14	2,37	26	2,43	14
Υποστήριξη τεχνολογικών εγχειρημάτων παγκόσμιας κλάσης από την επιστημονική κοινότητα	2,03	2,86	36	3,04	17

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Οι ειδικοί αναγνωρίζουν επίσης το πρόβλημα της **Προστασίας των Πνευματικών Δικαιωμάτων** στην Ελλάδα, αν και δεν το θεωρούν μεγάλο (22^η θέση στο σύνολο των χωρών GEM). Θεωρούν ότι οι πατέντες των εταιριών είναι συνήθως σεβαστές (20^η θέση) και ενώ κρίνουν μέτρια τη νομοθεσία στο ζήτημα (22^η θέση), εντοπίζουν το πρόβλημα στην εφαρμογή της (27^η θέση) και στη ύπαρξη αρκετών πειρατικών CD/DVD, παράνομου λογισμικού κτλ (26^η θέση). Το πρόβλημα αυτό έχει άλλωστε αποτυπωθεί και σε διάφορες διεθνείς μελέτες όπως τουλάχιστον το αντιλαμβάνονται οργανώσεις που κατέχουν πνευματικά δικαιώματα, που προβάλλουν την Ελλάδα ως τη χώρα με το μεγαλύτερο πρόβλημα πειρατείας στην Ευρώπη (60% πειρατική μουσική και 65% πειρατικό εταιρικό λογισμικό)¹⁹.

Μικτή εικόνα δίνουν οι ειδικοί για τη **Χρηματοδοτική υποστήριξη των νέων επιχειρήσεων**. Ως αδύναμα σημεία επισημαίνουν το χαμηλό ύψος των venture capital (25^η θέση) αλλά και τη δυσκολία εύρεσης ικανοποιητικού αρχικού κεφαλαίου (30^η θέση), παρόλο που την ίδια στιγμή υπάρχουν αρκετές κρατικές επιχορηγήσεις για την ίδρυση νέων επιχειρήσεων (10^η θέση στο GEM, 6^η θέση στην Ευρώπη). Μέτρια κρίνεται η διαθεσιμότητα εταιρικών κεφαλαίων και μάλλον αδύναμες οι δυνατότητες εισόδου στο χρηματιστήριο και άρα άντλησης κεφαλαίων από εκεί (22^η θέση), αλλά και οι επενδυτικές δυνατότητες που προσφέρουν πιθανοί άτυποι επενδυτές προς νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις (23^η θέση).

Οι εκτιμήσεις των ειδικών για την **Πρόσβαση σε Βασικές Υλικές Υποδομές** φέρνουν την Ελλάδα κάτω από τους παγκόσμιους και ευρωπαϊκούς μέσους όρους σε κάθε επιμέρους χαρακτηριστικό που απαρτίζει αυτή τη διάσταση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Η διαθεσιμότητα και το κόστος των βασικών υποδομών για τις νέες επιχειρήσεις (11^η θέση στην Ευρώπη) δεν κρίνεται ακόμα ικανοποιητική. Σημαντικότερη αδυναμία του εγχώριου επιχειρηματικού περιβάλλοντος είναι ωστόσο το υψηλό κόστος των επικοινωνιών (14^η θέση στην Ευρώπη), καθώς και ο σχετικά μεγάλος χρόνος σύνδεσης ή εγκατάστασης σε βασικές υποδομές σε σχέση με άλλες χώρες της Ευρώπης.

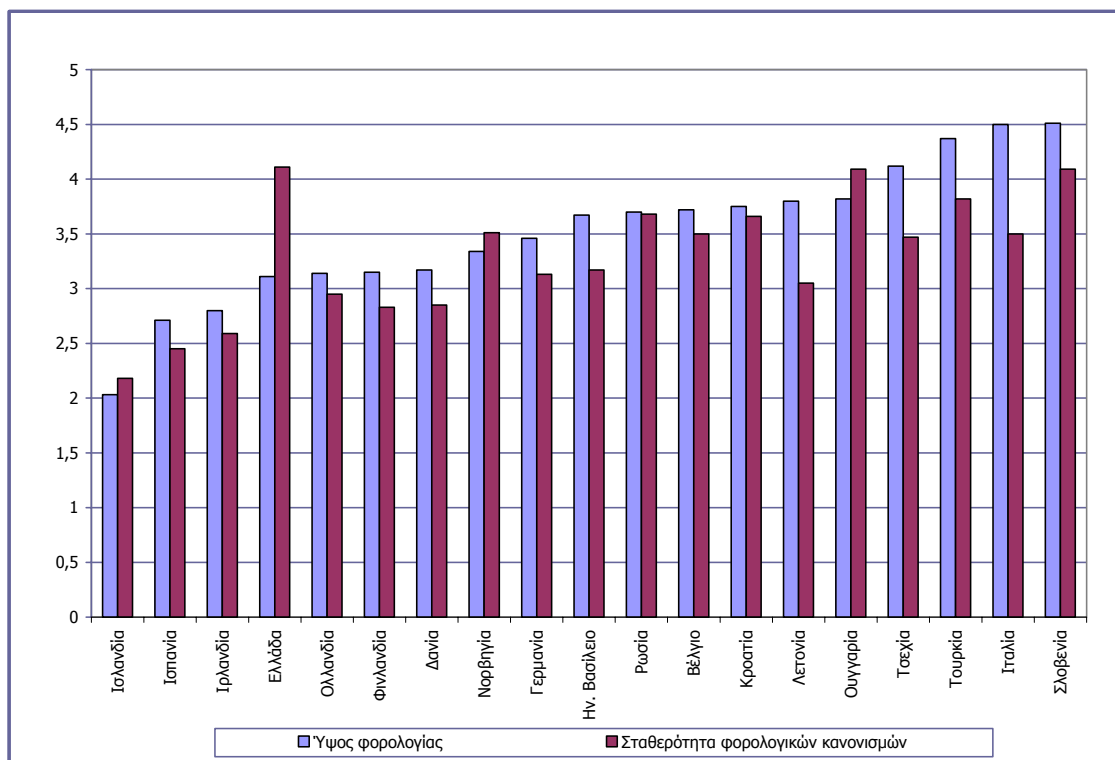
Στην κατηγορία της **Αδειοδότησης και Φορολογικού πλαισίου** επισημαίνονται ορισμένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Ενώ οι ειδικοί κρίνουν ότι το ύψος της φορολογίας καθαυτό δεν είναι αντικίνητρο για τις νέες επιχειρήσεις σε σχέση τουλάχιστον με την υπόλοιπη Ευρώπη (4^η θέση),

¹⁹ International Intellectual Property Alliance 2007 Special 301 Report: Greece.

βαθμολογούν δυσμενώς την αστάθεια και τις συνεχείς μεταβολές του φορολογικού πλαισίου. Όπως φαίνεται στο σχετικό γράφημα, το κυρίως πρόβλημα της φορολογίας είναι τελικά ο απρόβλεπτος και ανορθολογικός χαρακτήρας του φορολογικού πλαισίου και των σχετικών διαδικασιών και όχι τόσο το ύψος τους. Εξάλλου, οι ειδικοί επισημαίνουν τη γραφειοκρατία που ενέχει η έναρξη μιας νέας επιχείρησης με δυσμενή αξιολόγηση, που φέρνει την Ελλάδα στη χαμηλότερη θέση στην Ευρώπη (17η στην Ευρώπη), ενώ κρίνονται υπερβολικά δύσκαμπτες και κοστοβόρες οι διαδικασίες, η εφαρμογή των κανονισμών και η αδειοδότηση μιας νέας επιχείρησης (17η στην Ευρώπη). Το γραφειοκρατικό βάρος που επισημαίνουν οι ειδικοί στην Ελλάδα αντανakλά έτσι τις δύσκολες καταστάσεις που αντιμετωπίζει μία νέα επιχείρηση αντιμέτωπη με το δημόσιο.

Διάγραμμα 3.1

Αξιολόγηση Ειδικών στην περιοχή της Αδειοδότησης και Φορολογικού πλαισίου: επιδόσεις στο ύψος φορολογίας και σταθερότητα φορολογικών κανονισμών (βαθμοί της πενταβάθμιας κλίμακας Likert)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Τα αποτελέσματα αυτά συγκλίνουν στα αντίστοιχα ποσοτικά στοιχεία που καταγράφονται σε διάφορες διεθνείς εκθέσεις που μελετούν το ελληνικό επιχειρηματικό περιβάλλον όπως το Doing Business της World Bank, όπου σημειώνεται ότι η έναρξη μιας επιχείρησης απαιτεί τον υπερδιπλάσιο χρόνο στην Ελλάδα από το μέσο όρο του ΟΟΣΑ, πενταπλάσιο ποσό χρημάτων και τριπλάσιες διαδικασίες, κατατάσσοντας την Ελλάδα σε πολύ χαμηλές θέσεις της παγκόσμιας κατάταξης²⁰.

Όσον αφορά στο ζήτημα της **Υποστήριξης της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας**, η εικόνα είναι επίσης αρνητική (26^η θέση στο GEM), αν και υπάρχουν κάποια ενθαρρυντικά στοιχεία. Οι ειδικοί αναγνωρίζουν ότι οι Ελληνίδες διαθέτουν τις γνώσεις και τις ικανότητες να ξεκινούν νέες επιχειρήσεις (10^η θέση), παρόλο που θεωρούν μάλλον μέτρια την κοινωνική αποδοχή των γυναικών σε επιχειρηματική καριέρα (18^η θέση). Ταυτόχρονα όμως εκτιμούν ότι οι γυναίκες δεν ενθαρρύνονται αρκετά για να ακολουθήσουν επιχειρηματική δραστηριότητα (25^η θέση), ενώ δεν φαίνεται να τους παρέχονται επαρκείς κοινωνικές υπηρεσίες ώστε να είναι σε θέση να συνεχίσουν αυτή τη δραστηριότητα μετά την απόκτηση οικογένειας (30^η θέση). Κατά τους ειδικούς, το μεγαλύτερο πρόβλημα όμως είναι ότι οι γυναίκες δεν έρχονται αντιμέτωπες με επιχειρηματικές ευκαιρίες το ίδιο συχνά με τους άντρες (35^η θέση). Όπως δείχνει και η ανάλυση του πληθυσμού, οι ίδιες οι γυναίκες πιστεύουν ότι υπάρχουν λιγότερες ευκαιρίες στον τόπο τους για την έναρξη μιας νέας επιχείρησης. Αποκαλύπτονται επομένως και από την πλευρά των ειδικών 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.

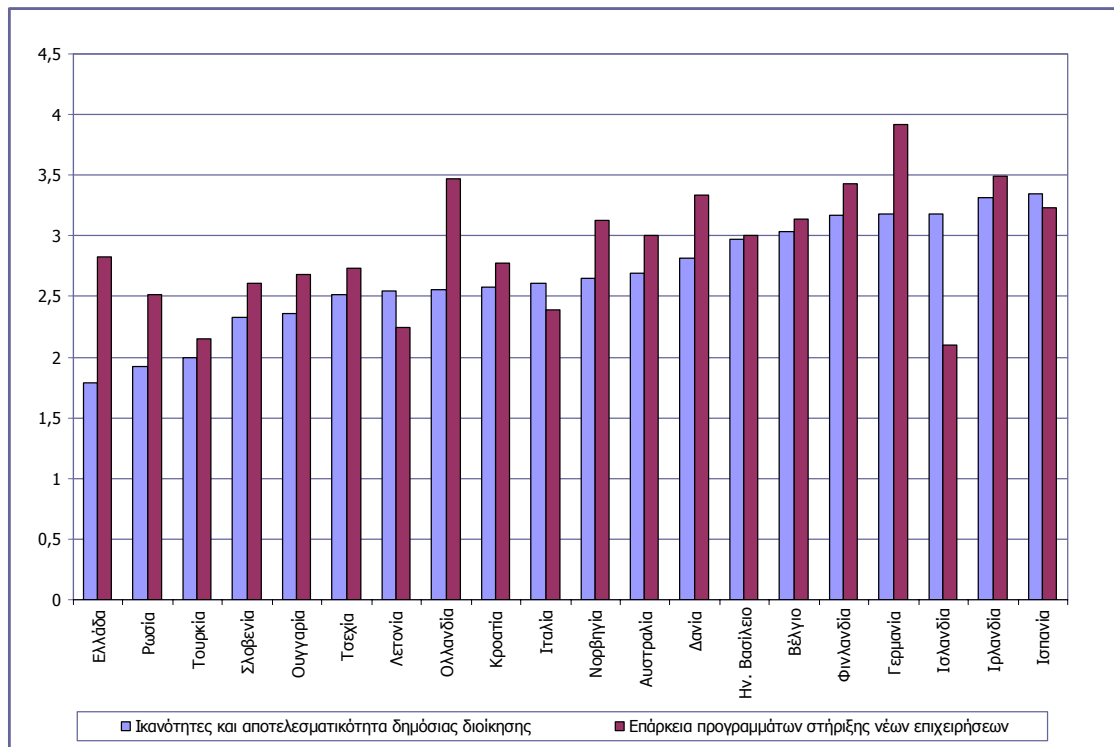
Οι Έλληνες ειδικοί αξιολογούν επίσης χαμηλά την επίδοση της Ελλάδας σε ότι αφορά την **Ταχύτητα Μεταβολής των Αγορών** (27^η θέση) καθώς πιστεύουν ότι οι αγορές καταναλωτικών (26^η θέση) και παραγωγικών (28^η θέση) αγαθών αλλάζουν μάλλον αργά από χρόνο σε χρόνο, με τις ήδη εδραιωμένες επιχειρήσεις να κυριαρχούν στο πεδίο. Αυτό δικαιολογεί επομένως και την άποψή τους για περιορισμένες νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες.

²⁰ www.doingbusiness.org Doing Business 2006: Starting a Business in Greece

Στην περιοχή των **Δημοσίων Πολιτικών προς την Επιχειρηματικότητα** η Ελλάδα τοποθετείται επίσης σε πολύ χαμηλή θέση (16^η θέση στην Ευρώπη) κυρίως λόγω αδυναμιών των τοπικών κοινωνιών. Οι πολιτικές δηλαδή υποστήριξης των νέων επιχειρήσεων που υπάρχουν σε κεντρικό επίπεδο (20^η θέση στον κόσμο), δεν υποστηρίζονται ή δεν «μεταφράζονται» σε τοπικό – περιφερειακό επίπεδο στον βαθμό που θα έπρεπε. Η τοπική αυτοδιοίκηση δεν συμμετέχει στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας (35^η θέση στον κόσμο) και η υποστήριξη της επιχειρηματικότητας γίνεται σχεδόν μόνο σε κρατικό επίπεδο. Το αποτέλεσμα είναι οι κεντρικές πολιτικές να παρουσιάζουν ακαμψίες, οι περιφέρειες να αισθάνονται ότι δεν συμμετέχουν στις διαδικασίες και τελικά οι δράσεις να μην προσαρμόζονται εύκολα στις τοπικές συνθήκες.

Διάγραμμα 3.2

Αξιολόγηση Ειδικών στην περιοχή των Κυβερνητικών Προγραμμάτων υποστήριξης επιχειρηματικής δραστηριότητας: επιδόσεις στις ικανότητες και αποτελεσματικότητα της δημόσιας διοίκησης και επάρκεια προγραμμάτων στήριξης νέων επιχειρήσεων (βαθμοί της πενταβάθμιας κλίμακας Likert)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Στο ίδιο πλαίσιο σε ότι αφορά τα **Κυβερνητικά Προγράμματα** υποστήριξης της επιχειρηματικής δραστηριότητας, η Ελλάδα κατατάσσεται μόλις στην 28η θέση της παγκόσμιας κλίμακας. Οι ειδικοί δίνουν μια μέση βαθμολογία στην επάρκεια κυβερνητικών προγραμμάτων ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (18^η θέση), βαθμολογούν όμως πολύ χαμηλά την πραγματική υποστήριξη που προσφέρουν αυτά τα προγράμματα για δύο λόγους: τον μεγάλο αριθμό κρατικών υπηρεσιών με τις οποίες πρέπει κάποιος να συνδιαλλαγεί για να ιδρύσει μίαν επιχείρηση (35^η θέση), αλλά και την ίδια την ποιότητα και αποτελεσματικότητα του προσωπικού που στελεχώνει αυτές τις υπηρεσίες (17^η θέση στην Ευρώπη). Τέλος οι ειδικοί δεν θεωρούν ουσιαστική την υποστήριξη που προσφέρουν τα όποια επιστημονικά πάρκα της χώρας (35^η θέση).

Η διάσταση των **Επιχειρηματικών Κινήτρων** συνδέεται με το πλαίσιο κινήτρων ενός δυνητικού επιχειρηματία, όπως αυτό δομείται βάσει πολιτισμικών χαρακτηριστικών που περιλαμβάνουν την κοινωνική καταξίωση, τον σεβασμό και την αποδοχή που απολαμβάνουν οι επιχειρηματίες σε κάθε χώρα. Οι ειδικοί αξιολογώντας πέντε παραμέτρους που περιγράφουν αυτό το αξιακό σύστημα του ελληνικού περιβάλλοντος, εκφράζουν μια έλλειψη γενικότερης κοινωνικής καταξίωσης του επιχειρηματία (31^η θέση). Με πολύ ήπιες βαθμολογίες, σε σχέση με τις περισσότερες χώρες, δηλώνουν ότι οι επιχειρηματίες στην Ελλάδα δεν αντιμετωπίζονται με σεβασμό (32^η θέση), δεν τονίζεται η δημιουργικότητά τους (29^η), αλλά το σημαντικότερο, δεν προβάλλονται θετικά από τα ΜΜΕ (36^η). Από την άλλη πλευρά οι ειδικοί θεωρούν ότι η ελληνική κοινωνία αποδέχεται μεν την επιχειρηματικότητα ως επιθυμητή επαγγελματική επιλογή (12^η) και ως τρόπο πλουτισμού (16^η). Η αξιολόγηση επομένως των ειδικών αποτυπώνει σε κάποιο βαθμό την αμφίθυμη εικόνα για τον επιχειρηματία στην Ελλάδα. Από τη μία πλευρά υπάρχει ο θαυμασμός για την επιχειρηματική επιτυχία και ο σεβασμός για τις ικανότητές του. Από την άλλη πλευρά όμως η ελληνική κοινωνία τείνει να αντιμετωπίζει την επιτυχία με καχυποψία, καθώς συνήθως υποθέτει ότι αυτή δεν είναι αποτέλεσμα της δημιουργικής του δραστηριότητας, αλλά προϊόν και άλλων - όχι απαραίτητα ηθικά αποδεκτών - παραγόντων.

Σε ότι αφορά την άποψη των ειδικών για το επίπεδο των **Επιχειρηματικών Ευκαιριών** σε κάθε χώρα και τη διάθεση / ευκολία των ατόμων να τις εκμεταλλευτούν, και εδώ η εικόνα είναι απαισιόδοξη. Βλέπουν λίγες καλές ευκαιρίες (32^η θέση) για τη δημιουργία επιχειρήσεων στην ελληνική αγορά, μικρότερη πρόθεση για αξιοποίησή τους από τους επίδοξους επιχειρηματίες (37^η) αλλά και δυσκολίες στο να τύχουν κατάλληλης αξιοποίησης (31^η θέση). Εξάλλου, οι λιγοστές αυτές ευκαιρίες

δεν έχουν πολλαπλασιαστεί ιδιαίτερα τα τελευταία 5 χρόνια (25^η θέση), άποψη που συγκλίνει με τις έρευνες στον πληθυσμό.

Πίνακας 3.3

Η αξιολόγηση των Ειδικών για τα Επιχειρηματικά Κίνητρα (βαθμοί της πενταβάθμιας κλίμακας Likert)

	Ελλάδα	Μέσος όρος GEM	Κατάταξη σε GEM(37)	Μέσος όρος Ευρώπης	Κατάταξη σε Ευρώπη (17)
Επιχειρηματικά κίνητρα	3,04	3,27	31	3,43	12
Επιθυμητή η επιχειρηματική καριέρα	3,17	3,00	12	2,92	5
Η επιχειρηματικότητα ως τρόπος πλουτισμού	3,42	3,37	16	3,19	4
Οι επιχειρηματίες θεωρούνται έξυπνοι και ικανοί	3,28	3,59	29	3,37	11
Σεβασμός και κύρος προς επιχειρηματίες	3,08	3,63	32	3,40	13
Προβολή επιτυχημένων επιχειρήσεων. στα ΜΜΕ	2,31	3,48	36	3,34	17

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Η κατηγορία στην οποία όμως οι ειδικοί επισημαίνουν τα περισσότερα προβλήματα, είναι η ευρύτερη περιοχή της εκπαίδευσης, που περιλαμβάνει μάλιστα όλες τις βαθμίδες. Πιο συγκεκριμένα στην **Πρωτοβάθμια και Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση** η Ελλάδα καταλαμβάνει την 34^η θέση στο σύνολο των χωρών που συμμετέχουν στο GEM, και στην περιοχή της **Τριτοβάθμιας και Επαγγελματικής Εκπαίδευσης** την 35^η θέση. Αναλυτικότερα:

Σύμφωνα με τους ειδικούς, οι μαθητές δεν φαίνεται να εξοικειώνονται σε σημαντικό βαθμό στο Δημοτικό/ Γυμνάσιο / Λύκειο με τη λειτουργία της οικονομίας της αγοράς (30^η), ενώ απουσιάζουν μαθήματα που σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα και την ίδια την ιδέα ίδρυσης μιας επιχείρησης ή άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας (33^η). Άλλωστε σε έκθεση της Ευρωπαϊκής Ένωσης²¹, επισημαίνεται ότι στις εκπαιδευτικές αυτές βαθμίδες υπάρχουν ελάχιστα προγράμματα για την επιχειρηματικότητα, καθώς φαίνεται να μετατίθεται το σχετικό βάρος στην τριτοβάθμια

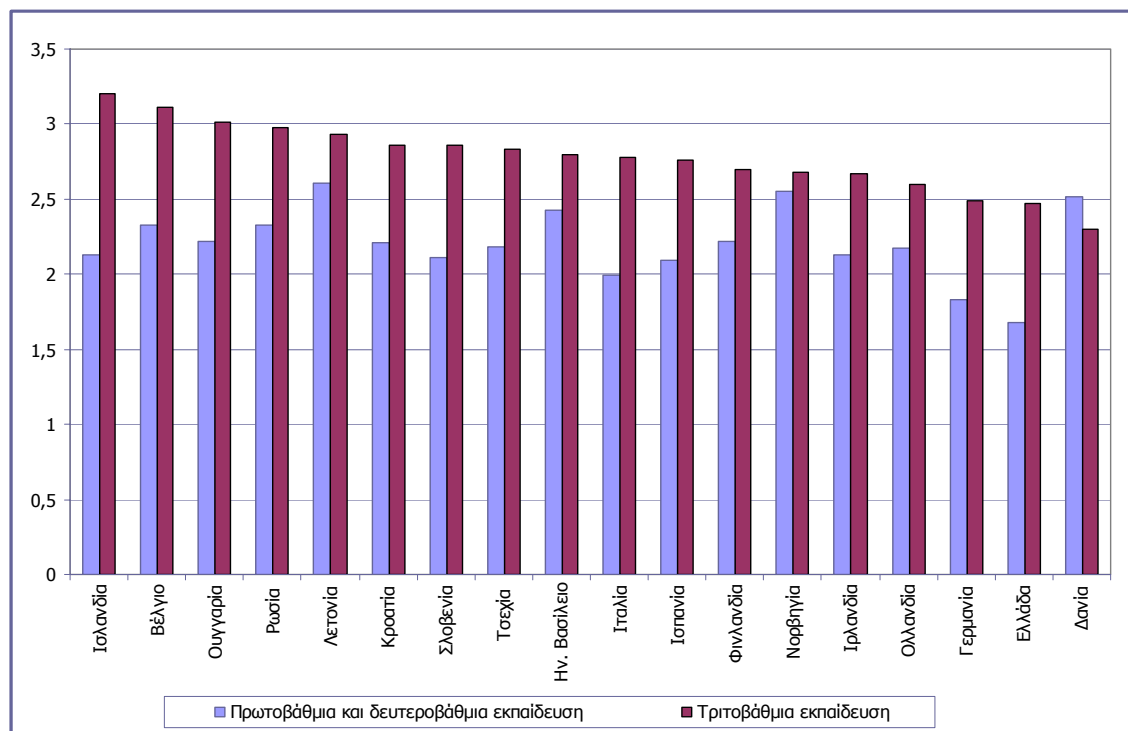
²¹ Ευρωπαϊκή Επιτροπή: Τελική Έκθεση της Ομάδας Εμπειρογνομώνων <<Εκπαίδευση στην Επιχειρηματικότητα>>
http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/support_measures/training_education/doc/entrepreneurship_education_final_el.pdf

εκπαίδευση. Οι ειδικοί επίσης βρίσκουν μάλλον περιορισμένο το βαθμό στον οποίο ενθαρρύνεται η ατομική πρωτοβουλία, η δημιουργικότητα και η αυτάρκεια (32^η) σε αυτές τις βαθμίδες εκπαίδευσης.

Σε ότι αφορά την Τριτοβάθμια και Επαγγελματική Εκπαίδευση οι ειδικοί κρίνουν κάτω του μετρίου τις σχολές διοίκησης επιχειρήσεων (27^η), ενώ είναι δυσαρεστημένοι από τα προγράμματα επιχειρηματικότητας και την προετοιμασία που τα πανεπιστήμια παρέχουν στους φοιτητές τους για την ίδρυση και ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων (35^η). Ανεπαρκείς κρίνονται και οι δράσεις κατάρτισης ή δια βίου εκπαίδευσης (37^η). Η κατάταξη της Ελλάδας τόσο χαμηλά δείχνει την έντονη αδυναμία του συστήματος στην ανάπτυξη κατάλληλων δεξιοτήτων για τους φοιτητές έτσι ώστε να είναι σε θέση να υιοθετήσουν μετέπειτα πιθανόν μία επιχειρηματική καριέρα. Έχει άλλωστε παρατηρηθεί ότι παρόλο που έχουν γίνει τα τελευταία χρόνια προσπάθειες ένταξης προγραμμάτων επιχειρηματικότητας στα πανεπιστήμια, το ενδιαφέρον και από την πλευρά των φοιτητών είναι μάλλον περιορισμένο.

Διάγραμμα 3.3

Η αξιολόγηση των ειδικών στις περιοχές της Εκπαίδευσης (βαθμοί της πενταβάθμιας κλίμακας Likert)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Συμπερασματικά, από τη συνθετική ανάλυση των απόψεων των ειδικών εμπειρογνομόνων μπορούν να αναφερθούν τρία βασικά συμπεράσματα:

1^ο) Τα γραφειοκρατικά εμπόδια που πρέπει να αντιμετωπίσουν οι νεοσύστατες επιχειρήσεις αποτελούν έναν από τους βασικούς ανασταλτικούς παράγοντες στην εκδήλωση επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Οι χρονοβόρες και κοστοβόρες διαδικασίες που απαιτούνται, το πλήθος των υπηρεσιών που εμπλέκονται, η αδειοδότηση κτλ δρουν αποτρεπτικά στην επιχειρηματική προσπάθεια. Ενώ στις περισσότερες χώρες της Ευρώπης οι διαδικασίες είναι λιγότερο χρονοβόρες, στην Ελλάδα απαιτείται ένα σημαντικό διάστημα ενασχόλησης με τη σχετική γραφειοκρατία το οποίο θα μπορούσε να αφιερωθεί στην καλύτερη τοποθέτηση μιας νέας επιχείρησης στην αγορά και την ταχύτερη αναπτυξιακή της λειτουργία. Η απλούστευση και επίσπευση των διαδικασιών αποτελεί επομένως ένα σημαντικό βήμα που πρέπει βελτιωθεί ώστε να τονωθεί περισσότερο η άνθηση της επιχειρηματικότητας.

2^ο) Οι ειδικοί εμπειρογνώμονες επισημαίνουν ότι σε επίπεδο δημόσιας πολιτικής και με τη βοήθεια των κοινοτικών κονδυλίων υπάρχει επάρκεια επιδοτούμενων προγραμμάτων και χρηματοδότησης δράσεων για την προώθηση της επιχειρηματικότητας. Ωστόσο, η αναποτελεσματικότητα των διαδικασιών, οι αγκυλώσεις των υπηρεσιών και των δημόσιων λειτουργιών της δρουν ανασταλτικά και υπερακοντίζουν τις θετικές επιδράσεις αυτών των πολιτικών. Οι ειδικοί θεωρούν δηλαδή ότι η διοχέτευση περισσότερων πόρων για την προώθηση της επιχειρηματικότητας δεν οδηγεί αυτόματα σε βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, καθώς απαιτούνται ενδεχομένως καταλληλότερα εκπαιδευμένοι υπάλληλοι και απλοποίηση των σχετικών διαδικασιών. Σαφώς η συγκέντρωση σε μία υπηρεσία μέσω της οποίας θα μπορεί οποιουδήποτε τύπου επιχείρηση να επιζητά βοήθεια και να διεκπεραιώνει τις απαραίτητες διαδικασίες (one stop shop) είναι ένα ακόμα σημαντικό βήμα προόδου. Το μέτρο αυτό έχει υιοθετηθεί επιτυχώς σε αρκετές χώρες και συνιστά ουσιαστική τομή που θα διευκόλυνε τους νέους επιχειρηματίες και ταυτόχρονα θα απαιτούσε λιγότερο ανθρώπινο δυναμικό από την πλευρά του κράτους.

3^ο) Η σχέση του εκπαιδευτικού συστήματος με την επιχειρηματικότητα απαιτεί επίσης σημαντική βελτίωση. Στις πρώτες βαθμίδες του εκπαιδευτικού συστήματος, η παθητική εκμάθηση και η περιορισμένη προσπάθεια για έκφραση μεγαλύτερης δημιουργικότητας και πρωτοβουλίας, αδυνατίζει την ανάπτυξη εκείνων των δεξιοτήτων που είναι απαραίτητες όχι μόνο για επιχειρηματικότητα, αλλά για γενικότερη διάθεση για δημιουργία. Η περιορισμένη διάθεση ανάληψης ρίσκου σε συνδυασμό με την κακή

εικόνα που προβάλλουν τα ΜΜΕ για τους επιχειρηματίες και μια κοινωνία που φθονεί την επιτυχία, απωθεί τους νέους από την επιχειρηματικότητα. Στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, οι προσπάθειες εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα είναι περιορισμένες, με αποτέλεσμα οι απόφοιτοι να δυσκολεύονται να επιδείξουν αντίστοιχη διάθεση για πρωτοβουλία.

Κλείνοντας αυτό το κεφάλαιο θα πρέπει πάντως να σημειωθεί το εξής: όπως όλες οι παγκόσμιες κατατάξεις χωρών που στηρίζονται σε ποιοτικές εκτιμήσεις (soft data) και όχι σε «σκληρά» ποσοτικά στοιχεία (hard data), έτσι και η παρούσα θα πρέπει να αντιμετωπίζεται υπό το εννοιολογικό πλαίσιο στο οποίο διεξάγεται. Προφανώς οι δυσκολίες τις οποίες επισημαίνουν ή δεν επισημαίνουν πιθανόν οι ειδικοί εμπειρογνώμονες της Κολομβίας, της Ινδίας αλλά και της Τσεχίας ή της Κροατίας, να έχουν διαφορετική χροιά από την αναποτελεσματικότητα την οποία επισημαίνουν οι έλληνες ειδικοί. Αυτό σημαίνει τελικά ότι η 35^η θέση μεταξύ 37 χωρών παγκοσμίως που κατατάσσεται η Ελλάδα για παράδειγμα ως προς την Τριτοβάθμια εκπαίδευση δεν θα πρέπει να σημαίνει αυτόματα ότι τα ελληνικά πανεπιστήμια προωθούν τελικά την επιχειρηματικότητα σε μικρότερο βαθμό απ' ότι σε χώρες όπως αυτές που αναφέρθηκαν. Συνεπώς η κατάταξη των χωρών κατά αυτόν τον τρόπο εξυπηρετεί: α) καταρχάς ως μια συγκριτική άσκηση, η οποία έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, με δεδομένο ότι γίνεται μεθοδολογικά με το ίδιο εμπειρικό εργαλείο β) στην ανάδειξη των διαστάσεων του επιχειρηματικού περιβάλλοντος όπου χρειάζονται περισσότερο έντονες βελτιώσεις σε σχέση με κάποιες άλλες και γ) στην καταγραφή των χωρών που πρωτοπορούν σε ορισμένες περιοχές, οι πρακτικές και πολιτικές των οποίων θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν ως θετικά παραδείγματα και για την Ελλάδα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Η ΣΗΜΑΣΙΑ «ΕΜΜΕΣΩΝ» ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ
ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Τα ευρήματα της έρευνας του GEM κατά το 2006 φαίνεται κατ' αρχάς ότι δεν διαφοροποιούν σημαντικά την εικόνα σχετικά με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα που έχει παρουσιάσει το IOBE σε όλες τις προηγούμενες εκθέσεις του: η επιχειρηματικότητα ανάγκης παραμένει σχετικά υψηλή, γεγονός που μειώνει την επίπτωση της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην οικονομική ανάπτυξη. Ένα πολύ μεγάλο ποσοστό των νέων πρωτοβουλιών κατευθύνεται σε δραστηριότητες με πελάτη τον τελικό καταναλωτή (το φαινόμενο της «ρηχής» επιχειρηματικότητας). Τα νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα εμφανίζουν χαμηλή καινοτομικότητα και δεν δημιουργούν νέες νησίδες αγοράς. Τέλος, μολονότι οι Έλληνες εμφανίζονται να έχουν σχετικά υψηλή αυτοπεποίθηση όσον αφορά στις ικανότητες και στη γνώση που απαιτούνται για επιχειρηματική δραστηριοποίηση, ταυτόχρονα παραμένουν παγκόσμιοι πρωταθλητές στον φόβο της αποτυχίας.

Ωστόσο, η έρευνα του 2006 αναδεικνύει ένα νέο πρόβλημα, το οποίο μολονότι είχε επισημανθεί ως ενδεχόμενο ήδη από την πρώτη Έκθεση του IOBE στο πλαίσιο του GEM,²² δεν είχε, μέχρι σήμερα, εμφανιστεί με την καθαρότητα που υποδηλώνουν τα δεδομένα του 2006. Πρόκειται για το γεγονός ότι, ενώ η Ελλάδα εμφανίζει μια σημαντική άνοδο του δείκτη Επιχειρηματικότητας Αρχικών Σταδίων για τρίτο συνεχόμενο έτος, η άνοδος αυτή συμβαδίζει με αύξηση της επιχειρηματικότητας ανάγκης σε βάρος της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας, και ανησυχητική στασιμότητα σχεδόν σε όλους τους υπόλοιπους ποιοτικούς δείκτες που μετρά το GEM. Τα δεδομένα του 2006 φαίνεται λοιπόν ότι αναδεικνύουν το πρόβλημα –που, όπως ήδη αναφέρθηκε, είχε επισημανθεί απλώς ως ένα ενδεχόμενο ήδη στην Έκθεση του IOBE για το 2003- ότι **η βελτίωση των ποσοτικών δεικτών της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα μπορεί να μην οδηγεί απαραίτητα και στην αναβάθμιση των ποιοτικών επιδόσεών της.**

²² Βλέπε Ιωαννίδης (2004).

Η διαπίστωση αυτή έχει σημαντικές συνέπειες για τον σχεδιασμό πολιτικών για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας. Διότι, αν και πολλά πρέπει ακόμα να γίνουν για την άρση των εμποδίων εισόδου στον επιχειρηματικό στίβο, είναι πλέον φανερό ότι η μεγάλη πρόκληση για το μέλλον δεν αφορά κυρίως την ποσότητα των εγχειρημάτων που ξεκινούν στη χώρα σε ετήσια βάση, αλλά τα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους. Το παρόν Κεφάλαιο αποσκοπεί λοιπόν στο να διατυπώσει κάποιες πρώτες σκέψεις σχετικά με τα χαρακτηριστικά που θα πρέπει να διαθέτουν τα μέτρα πολιτικής που έχουν ως στόχο τη βελτίωση της ποιοτικής επιχειρηματικότητας.

Η βασική έννοια η οποία συμπυκνώνει τα χαρακτηριστικά της ποιοτικής επιχειρηματικότητας είναι η *καινοτομία*. Η ικανότητα δηλαδή των επιχειρηματιών να δημιουργούν νέα δεδομένα, σε όφελος τόσο των ιδίων, όσο και των καταναλωτών και της οικονομίας γενικότερα. Πολιτικές με άμεσο στόχο να προωθήσουν την καινοτομικότητα των επιχειρήσεων, και ιδιαίτερα των νέων, έχουν υιοθετηθεί τόσο σε ευρωπαϊκό, όσο και σε ελληνικό επίπεδο. Το IOBE δημοσίευσε πρόσφατα μια μελέτη για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα Επιχειρηματικότητα (2007-2013) του Υπουργείου Ανάπτυξης, που αποτελεί το βασικό πρόγραμμα για την προώθηση της καινοτομίας στο ελληνικό περιβάλλον, μαζί με προτάσεις που αποσκοπούν να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα του προγράμματος.

Ωστόσο, θα υποστηριχθεί στη συνέχεια ότι **η καινοτομικότητα μιας οικονομίας δεν εξαρτάται μόνο από τις «άμεσες» πολιτικές οι οποίες αποσκοπούν να την ενθαρρύνουν, αλλά εξαρτάται επίσης και από το γενικότερο πλαίσιο μέσα στο οποίο οι νέοι επιχειρηματίες καλούνται να αναπτύξουν τη δράση τους.** Πολύ συχνά, η συζήτηση για την ενίσχυση της καινοτομικότητας φαίνεται ότι υποτιμά τη σημασία αυτού του πλαισίου. Υποτιμά, άρα, και τη σημασία πολιτικών που θα μπορούσαν να το βελτιώσουν, διαμορφώνοντας έτσι εμμέσως ένα περιβάλλον πιο φιλικό και πιο ενισχυτικό για την καινοτομία. Σκοπός αυτού του Κεφαλαίου είναι να αναδείξει τη σημασία κάποιων «έμμεσων» πολιτικών για την ενίσχυση της καινοτομίας στην ελληνική οικονομία. Η συζήτηση αυτή είναι και ενδιαφέρουσα και αναγκαία, γιατί αναδεικνύει το γεγονός ότι οι πολιτικές που αποσκοπούν να ενισχύσουν άμεσα την καινοτομικότητα μπορεί να μην είναι επαρκείς για να επιτύχουν το στόχο τους, και ότι ενδεχομένως μεγαλύτερη σημασία έχουν παρεμβάσεις οι οποίες, τουλάχιστον εκ πρώτης όψεως, δεν φαίνονται να σχετίζονται άμεσα με το πρόβλημα. Το παρόν Κεφάλαιο επιχειρεί λοιπόν απλώς να ανοίξει αυτή τη συζήτηση, στηριζόμενο σε

στοιχεία που προέκυψαν τόσο από την έρευνα πληθυσμού, όσο και από την έρευνα των ειδικών του GEM, που παρουσιάστηκαν στα προηγούμενα κεφάλαια.

4.1 Η καινοτομία ως βασικό κριτήριο ποιοτικής επιχειρηματικότητας

Στη διεθνή βιβλιογραφία σχετικά με την επιχειρηματικότητα προτείνονται πολλοί και εν πολλοίς διαφορετικοί ορισμοί αυτού του φαινομένου. Ωστόσο, παρ' όλες τις διαφορές μεταξύ τους, όλοι θεωρούν ότι με τον ένα ή τον άλλο τρόπο επιχειρηματική δραστηριότητα σημαίνει τη δημιουργία μιας νέας κατάστασης, η οποία δεν υπήρχε πριν από την απόφαση ενός ατόμου ή μιας ομάδας ατόμων να λειτουργήσουν επιχειρηματικά. Άρα, ένα σημαντικό χαρακτηριστικό της ποιοτικής διάστασης της επιχειρηματικότητας είναι ο βαθμός στον οποίο κατορθώνει να αλλάξει τα δεδομένα, να δημιουργήσει δηλαδή νέες καταστάσεις: νέους παραγωγικούς οργανισμούς, νέα προϊόντα, νέες διεργασίες παραγωγής, νέες μορφές οργάνωσης, νέες αγορές, κλπ. Άλλωστε, είναι ακριβώς σε αυτά τα κριτήρια που η έρευνα του GEM καταγράφει το ποιοτικό έλλειμμα της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Με εξαίρεση την εισαγωγή νέων τεχνολογιών, σε όλα τα υπόλοιπα κριτήρια η Ελλάδα υστερεί σε σύγκριση με τους μέσους όρους των άλλων χωρών που έλαβαν μέρος στην έρευνα του GEM και ιδίως με τους μέσους όρους των χωρών της Ευρώπης. Επιπλέον ίσως το πιο ανησυχητικό εύρημα είναι ότι η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στην Ελλάδα φαίνεται απλώς να αναπαράγει τα χαρακτηριστικά της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας, αντί να τα μεταβάλλει.

Ο βασικός δείκτης που καταγράφει το ποιοτικό έλλειμμα της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα είναι εκείνος που αφορά την καινοτομία προϊόντος. Βεβαίως, οι χαμηλές επιδόσεις της χώρας στην καινοτομία καταγράφονται συστηματικά σε όλες τις σχετικές έρευνες που διεξάγονται ανάμεσα στις ευρωπαϊκές χώρες.²³ Ωστόσο, τα δεδομένα του GEM είναι εξαιρετικά σημαντικά επειδή δεν αφορούν αντικειμενικές μετρήσεις της νεωτερικότητας των προϊόντων των ελληνικών επιχειρήσεων, αλλά τις εκτιμήσεις των ίδιων των νέων επιχειρηματιών για το κατά πόσον το προϊόν ή η υπηρεσία που θα προσφέρουν θα θεωρηθούν νεωτερικά από τους πελάτες τους. Το ανησυχητικό εύρημα εδώ είναι ότι η πλειονότητα των επιχειρηματιών δεν θεωρούν ότι ισχύει κάτι τέτοιο, γεγονός που μάλλον σημαίνει επίσης ότι δεν το επιδιώκουν. Οι επισημάνσεις

²³ Βλέπε Έρευνες Καινοτομίας CIS (Community Innovation Survey).

αυτές αναδεικνύουν λοιπόν την κεντρική σημασία της συνιστώσας της καινοτομίας για την προώθηση της ποιοτικής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.

Η προώθηση της καινοτομίας συνιστά ένα ζήτημα στο οποίο έχει αφιερωθεί ένα μεγάλο μέρος της διεθνούς οικονομικής βιβλιογραφίας τα τελευταία χρόνια. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει αφιερώσει σειρά Εκθέσεων και προγραμμάτων στην καινοτομία, την οποία άλλωστε αναγνωρίζει ως βασική συνιστώσα της επιχειρηματικότητας.²⁴ Ακολουθώντας αυτή την προσέγγιση, οι ελληνικές κυβερνήσεις έχουν αναγάγει την προώθηση της καινοτομίας σε βασικό στόχο των διαρθρωτικών τους πολιτικών κατά την τελευταία δεκαετία, όπως μαρτυρούν τα δύο βασικά διαρθρωτικά Επιχειρησιακά Προγράμματα του Υπουργείου Ανάπτυξης, το ΕΠΑΝ (2000-6) και το ΕΠΑΕ (2007-13). Οι πολιτικές για την προώθηση της καινοτομίας βρίσκονται λοιπόν στο προσκήνιο τόσο των ευρωπαϊκών, όσο και των ελληνικών προγραμμάτων για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας.

Το ερώτημα όμως είναι κατά πόσον οι πολιτικές που έχουν ως άμεσο στόχο την ενίσχυση της καινοτομικότητας είναι σε θέση να προσεγγίσουν και να επηρεάσουν όλες τις προϋποθέσεις που είναι αναγκαίες για την επιτυχία αυτού του σκοπού. Με άλλα λόγια **η καινοτομικότητα της ελληνικής οικονομίας εξαρτάται μόνο από τις άμεσες πολιτικές που αποσκοπούν να την βελτιώσουν, ή και από τις έμμεσες επιπτώσεις που δημιουργούν τα πλαίσια πολιτικών που εφαρμόζονται, ακόμα και όταν αυτά δεν αφορούν άμεσα την καινοτομία;**

4.2 Τα όρια των «άμεσων» πολιτικών για την προώθηση της καινοτομίας

Η αντίληψη που κυριαρχεί στη διεθνή βιβλιογραφία σχετικά με την καινοτομία – και η οποία υπονοείται από όλα τα συστήματα άμεσων πολιτικών που αποσκοπούν να την ενισχύσουν- συνήθως αναφέρεται ως το μοντέλο του «αγωγού» (pipeline). Πρόκειται για ένα μοντέλο που περιγράφει την πορεία από τη νέα επιστημονική γνώση στην ανάπτυξη καινοτομικών προϊόντων ως μια γραμμική διαδικασία. Υποτίθεται λοιπόν ότι η νέα επιστημονική γνώση που παράγεται στα εργαστήρια των πανεπιστημίων και των ερευνητικών κέντρων (βασική έρευνα) μεταφέρεται στα εργαστήρια Έρευνας και Ανάπτυξης (R&D) των επιχειρήσεων (εφαρμοσμένη έρευνα) τα οποία, με τη σειρά τους, την μετατρέπουν σε νέα προϊόντα/υπηρεσίες και διεργασίες παραγωγής. Σε αυτό

²⁴ Βλέπε την *Πράσινη Βίβλο για την Επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη* (2003) και τα σχετικά *Σχέδια Δράσης* (2004) και (2006).

το πλαίσιο, και με δεδομένες τις αβεβαιότητες που πάντα ενυπάρχουν σε οποιαδήποτε ερευνητική προσπάθεια, καθοριστικό ρόλο σε ένα Εθνικό Σύστημα Καινοτομίας (National Innovation System, NIS) παίζει το ύψος των δαπανών που πραγματοποιούνται, είτε από τον δημόσιο τομέα στο επίπεδο της βασικής έρευνας, είτε από τον ιδιωτικό στο επίπεδο της εφαρμοσμένης. Με δεδομένο το χαμηλό επίπεδο των αντίστοιχων δαπανών στην Ελλάδα, είναι απόλυτα αναμενόμενο και ορθό η ενίσχυση της βασικής και κυρίως της εφαρμοσμένης έρευνας να αποτελεί κεντρικό στόχο των άμεσων πολιτικών για την προώθηση της καινοτομίας στη χώρα μας.²⁵

Είναι αδιαμφισβήτητο ότι η αντίληψη για την ενίσχυση της καινοτομίας που βασίζεται στο μοντέλο του «αγωγού» αποσκοπεί να αντιμετωπίσει σημαντικές πλευρές του ελλείμματος καινοτομικότητας που χαρακτηρίζει την ελληνική οικονομία. Ωστόσο, η αποκλειστική επικέντρωση σε αυτή την αντίληψη δημιουργεί ταυτόχρονα δύο κινδύνους. Ο πρώτος κίνδυνος είναι ότι η επικέντρωση στις δαπάνες για έρευνα και σε άλλους δείκτες εισροών για την καινοτομία, μειώνει την έμφαση που θα πρέπει να αποδοθεί στη διαμόρφωση του περιβάλλοντος το οποίο μπορεί να ευνοεί την καινοτομία. Με άλλα λόγια, ο κίνδυνος είναι να θεωρηθεί ότι η καινοτομία είναι κάτι που μπορεί να «αγοραστεί» -υπό την προϋπόθεση ότι ως κοινωνία είμαστε διατεθειμένοι να καταβάλουμε το υψηλό τίμημα- ανεξάρτητα από τα χαρακτηριστικά του γενικότερου κοινωνικού πλαισίου.

Ο δεύτερος κίνδυνος είναι να θεωρηθεί ότι η καινοτομία προέρχεται αποκλειστικά από την επιστημονική έρευνα και την τεχνολογική ανάπτυξη. Μια τέτοια θεώρηση θα κινδύνευε να οδηγήσει στην υποτίμηση του καινοτομικού δυναμικού που μπορεί να εκδηλωθεί ακόμα και σε παραδοσιακούς κλάδους και δραστηριότητες, οι οποίοι δεν βρίσκονται αυτή τη στιγμή στην πρώτη γραμμή της τεχνολογίας. Και είναι βέβαια φανερό ότι το μεγαλύτερο μέρος της οικονομικής δραστηριότητας στην Ελλάδα εκδηλώνεται ακριβώς σε τομείς με αυτά τα χαρακτηριστικά.

Τα παραπάνω δεν αποσκοπούν να αμφισβητήσουν την αξία των άμεσων πολιτικών ενίσχυσης της καινοτομίας, που την αντιμετωπίζουν ως το αποτέλεσμα της μεταφοράς ερευνητικών αποτελεσμάτων από τον πάγκο του εργαστηρίου στην λιανική αγορά με τη μορφή καταναλωτικού προϊόντος. Αποσκοπούν όμως να αναδείξουν τις ευρύτερες προϋποθέσεις της καινοτομικότητας, οι οποίες δεν αντιμετωπίζονται άμεσα με το

²⁵ Βλέπε το *Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα* (ΕΠΑΕ), Ιούλιος 2007, του Υπουργείου Ανάπτυξης. Βλέπε επίσης το Ιωαννίδης (2007), για τις προτάσεις του IOBE σε σχέση με το συγκεκριμένο πρόγραμμα.

μοντέλο του «αγωγού». Η διαπίστωση της ύπαρξης τέτοιων προϋποθέσεων δεν μπορεί παρά να έχει σημαντικές συνέπειες στο επίπεδο του σχεδιασμού πολιτικών για την προώθηση της καινοτομίας. Και αυτό γιατί, μολονότι οι υπάρχουσες «άμεσες» πολιτικές, τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε ελληνικό επίπεδο, όντως προσπαθούν να αντιμετωπίσουν τα προβλήματα που αφορούν τη μετάβαση από το ερευνητικό προϊόν στην εμπορική εκμετάλλευση, δεν αντιμετωπίζουν ακόμα επαρκώς τις ευρύτερες προϋποθέσεις για την προώθηση της καινοτομίας.

4.3 Τύποι καινοτομίας

Από τη στιγμή που υποστηρίζεται ότι η προώθηση της καινοτομικότητας δεν εξαρτάται αποκλειστικά από τις άμεσες πολιτικές που έχουν αυτό τον σκοπό, είναι απαραίτητο η συζήτηση σχετικά με τον σχεδιασμό έμμεσων πολιτικών να ξεκινήσει από μια ανάλυση των γενικών μορφών με τις οποίες η καινοτομία μπορεί να εκδηλώνεται σε μια οικονομία. Μια ενδιαφέρουσα ταξινόμηση, η οποία μάλιστα είναι ιδιαίτερα χρήσιμη και για την περίπτωση της χώρας μας όπως θα φανεί στη συνέχεια, προκύπτει από την Ερευνητική Έκθεση της NESTA,²⁶ του Εθνικού Οργανισμού του Ηνωμένου Βασιλείου για την προώθηση της καινοτομίας, του Ιουνίου του 2007. Σύμφωνα λοιπόν με τους ερευνητές της NESTA, η καινοτομία μπορεί να διακριθεί σε τέσσερις τύπους:

- Εμπορική εκμετάλλευση επιστημονικών και τεχνολογικών ανακαλύψεων
- Νέες μορφές οργάνωσης και, ευρύτερα, νέα επιχειρηματικά μοντέλα
- Νέοι συνδυασμοί τεχνολογιών και οργανωτικών σχημάτων που ήδη υπάρχουν
- Καινοτομίες τοπικού χαρακτήρα που διευκολύνουν τις επιχειρηματικές δραστηριότητες χωρίς να καταγράφονται ως «σημαντικές» καινοτομίες από τους καθιερωμένους δείκτες

Όπως ήδη αναφέρθηκε, πρόκειται για ταξινόμηση ιδιαίτερα χρήσιμη για την ελληνική περίπτωση, δεδομένου ότι επιτρέπει την επισήμανση των τύπων καινοτομίας που ενδεχομένως έχουν μεγαλύτερη σημασία για την Ελλάδα.

Ο πρώτος τύπος παραπέμπει στον ιδεατό χαρακτήρα του μοντέλου του «αγωγού», στην ιδέα δηλαδή ότι η καινοτομία είναι εννοιολογικά ταυτισμένη με την εμπορική αξιοποίηση επιστημονικής και τεχνολογικής γνώσης. Η Ελλάδα μπορεί μεν να μην είναι –και να είναι δύσκολο να αναδειχθεί σε– παίκτης διεθνούς επιπέδου στην παραγωγή

²⁶ National Endowment for Science, Technology and the Arts, "Hidden Innovation: How innovation happens in six 'low innovation' sectors", Ιούνιος 2007.

νέας επιστημονικής γνώσης, αλλά μπορεί να γίνει ικανότερη να «απορροφά» τη νέα γνώση που παράγεται από τη διεθνή επιστημονική κοινότητα και να την μετατρέπει σε εμπορικά προϊόντα και υπηρεσίες.

Ο δεύτερος τύπος αφορά την εισαγωγή νέων μορφών οργάνωσης. Και εδώ, η βασική πλευρά της καινοτομίας στην Ελλάδα είναι η ικανότητα απορρόφησης των νέων οργανωτικών σχημάτων που εμφανίζονται στον διεθνή χώρο και βέβαια η προσαρμογή τους στα ελληνικά δεδομένα. Ας σημειωθεί ότι οι δυνατότητες της χώρας σε αυτό το είδος καινοτομίας μπορεί να είναι σημαντικές, ιδιαίτερα σε τομείς στους οποίους οι ελληνικές επιχειρήσεις έχουν διεθνή παρουσία, όπως η ναυτιλία και, σε μικρότερο βέβαια βαθμό, οι τράπεζες .

Ο τρίτος τύπος έχει ίσως τη μεγαλύτερη συνάφεια με την ελληνική περίπτωση. Εδώ η καινοτομία παίρνει τη μορφή του νεωτερικού συνδυασμού νέας τεχνολογίας και νέων μορφών οργάνωσης. Η έρευνα του GEM έχει τα τελευταία χρόνια αναδείξει ένα σημαντικό πλεονέκτημα της χώρας μας: το γεγονός ότι μεγάλο μέρος των νέων εγχειρημάτων που ξεκινούν σε ετήσια βάση βασίζονται στη χρήση πολύ πρόσφατης τεχνολογίας. Αυτό σημαίνει ότι ένα μεγάλο μέρος των νέων επιχειρηματιών είναι εξοικειωμένοι με τις τελευταίου τύπου τεχνολογίες που αφορούν τις αγορές στις οποίες δραστηριοποιούνται.

Τέλος, ο τέταρτος τύπος έχει επίσης ιδιαίτερη σημασία για την ελληνική περίπτωση, δεδομένου ότι αφορά τοπικού χαρακτήρα βελτιώσεις κάποιων διεργασιών. Αυτού του τύπου οι καινοτομίες, ακόμα και αν δεν είναι δυνατό να θεωρηθούν ως σημαντικοί νεωτερισμοί με βάση τα δεδομένα των διεθνών αγορών, αντανακλούν, ωστόσο, τις ικανότητες του επιχειρηματικού δυναμικού μιας χώρας να επιφέρει, έστω και οριακές, βελτιώσεις στα προϊόντα, στην οργάνωση και στις διεργασίες παραγωγής, οι οποίες όμως θα μπορούσαν να αναπτυχθούν περαιτέρω και να οδηγήσουν την παραγωγή σε νέες ατραπούς, ακόμα και αν μια τέτοια εξέλιξη δεν ήταν άμεσα ορατή από εκείνους που πραγματοποίησαν αρχικά τις καινοτομίες.

4.4 Δύο βασικές προϋποθέσεις της καινοτομίας: Απορροφητική ικανότητα και Δημιουργικότητα

Η παραπάνω ταξινόμηση είναι χρήσιμη και από μια άλλη πλευρά. Μολονότι η καινοτομία μπορεί να λάβει όλες τις μορφές που μόλις συζητήθηκαν, είναι εύκολο να διαπιστωθεί ότι η εκδήλωσή της στην πραγματικότητα βασίζεται αποφασιστικά στον

βαθμό που σε μια κοινωνία είναι ανεπτυγμένες δύο βασικές προϋποθέσεις: η **ικανότητα απορρόφησης** των νέων εξελίξεων που γεννά η παγκόσμια οικονομία και η **δημιουργικότητα**, η προδιάθεση δηλαδή για διαμόρφωση νέων λύσεων με βάση αυτή τη γνώση. Ο βαθμός λοιπόν που η ελληνική κοινωνία προωθεί την ανάπτυξη αυτών των δύο προϋποθέσεων, και οι «έμμεσες» πολιτικές μέσω των οποίων μπορεί να επιτευχθεί αυτό, έχουν αποφασιστική σημασία για τη διαμόρφωση ενός κοινωνικού πλαισίου που ευνοεί την καινοτομία. Άρα, πριν από τη συζήτηση για το ακριβές περιεχόμενο τέτοιων πολιτικών, είναι απαραίτητο να συζητηθούν αναλυτικότερα οι δύο αυτές προϋποθέσεις.

4.4.1 Απορροφητική Ικανότητα

Αν θεωρηθεί ότι το μοντέλο του «αγωγού» δεν αποτελεί το μοναδικό ή, πολύ περισσότερο, το προνομιακό πλαίσιο για την κατανόηση του φαινομένου της καινοτομίας, αποκτά ιδιαίτερη σημασία η συζήτηση σχετικά με το τι συνιστά την βασική «εισροή» στη διαδικασία παραγωγής καινοτομιών. Πολύ σχηματικά, δεν πρέπει ο πάγκος του εργαστηρίου να θεωρείται ως η μοναδική αφετηρία της διαδικασίας, αλλά πρέπει να αναζητηθούν και άλλες πηγές γνώσης που θέτουν τη διαδικασία σε κίνηση. Η ταξινόμηση που παρουσιάστηκε προηγουμένως είναι χρήσιμη και από αυτή την πλευρά, καθώς υποδηλώνει ότι οι αφετηρίες των ιδεών που θέτουν τη διαδικασία σε κίνηση μπορεί να είναι διαφορετικών τύπων και να επηρεάζουν με διαφορετικούς τρόπους την παραγωγή καινοτομιών. Για παράδειγμα, πρόσβαση στην επιστημονική γνώση μπορεί να έχει οποιοσδήποτε είναι σε θέση να παρακολουθήσει τις επιστημονικές εξελίξεις, χωρίς να είναι απαραίτητο να είναι ο ίδιος παραγωγός νέας γνώσης. Αντίστροφα, ο συνδυασμός τεχνολογίας και νέων μορφών οργάνωσης δεν είναι απαραίτητο να γίνει από κάποιον ο οποίος είναι πρωτοπόρος είτε στον ένα, είτε στον άλλο τομέα, αλλά μπορεί να πραγματοποιηθεί και από κάποιον που παρακολουθεί στενά και είναι σε θέση να κατανοήσει σε βάθος τις εξελίξεις και στους δύο. Ο όρος *απορροφητική ικανότητα* έχει εισαχθεί στη βιβλιογραφία για να περιγράψει την αποτελεσματικότητα ενός υποκειμένου να απορροφά αυτές τις εξελίξεις και άρα να είναι σε θέση να τις χρησιμοποιεί ως εισροές στη διαδικασία παραγωγής καινοτομιών.²⁷

²⁷ Η αρχική εισαγωγή της έννοιας οφείλεται στους Cohen και Levinthal, οι οποίοι αναφέρθηκαν στην απορροφητική ικανότητα στο επίπεδο της μεμονωμένης επιχείρησης. (Βλέπε Cohen W., & D. Levinthal (1989): "Innovation and Learning: The two faces of R&D", *Economic Journal* 99: 569-596, και (1990): "Absorptive capacity: A new perspective on Learning and Innovation", *Administrative Science Quarterly*, 35, pp. 128-152).

Απορροφητική ικανότητα δεν σημαίνει απλώς δυνατότητα πρόσβασης σε νέα γνώση, αλλά και δυνατότητα κατανόησης της συνάφειας αυτής της γνώσης με τη συγκεκριμένη δραστηριότητα με την οποία το υποκείμενο ήδη ασχολείται. Προϋποθέτει δηλαδή τη δυνατότητα αφομοίωσης της γνώσης, όχι απλώς με την έννοια της απόκτησης μιας πληροφορίας, αλλά με την έννοια ότι το υποκείμενο είναι σε θέση να την θεωρήσει ως εισροή σε μια διαδικασία μετατροπής της σε κάτι νέο. Άρα, η απορροφητική ικανότητα προϋποθέτει τόσο την πρόσβαση σε νέα γνώση, όσο και την προϋπαρξη μιας δραστηριότητας στην οποία η νέα γνώση είναι δυνητικά εντάξιμη.

Το υποκείμενο που απορροφά τη νέα γνώση μπορεί να είναι ένα άτομο, ένας οργανισμός, ένας κλάδος ή ακόμα και μια εθνική οικονομία. Σε οποιαδήποτε περίπτωση όμως, ο τύπος του υποκειμένου έχει σημαντικές επιπτώσεις τόσο για την ίδια την ικανότητα, όσο και για τις προϋποθέσεις που αφορούν την ύπαρξή της. Όταν το υποκείμενο είναι ένα άτομο, είναι φανερό ότι η απορροφητική του ικανότητα εξαρτάται αποφασιστικά από το επίπεδο της εκπαίδευσής του. Δεν είναι όμως αυτή η μόνη προϋπόθεση. Το γενικότερο πλαίσιο στο οποίο το άτομο είναι ενταγμένο έχει επίσης εξαιρετική σημασία, δεδομένου ότι κάποια πλαίσια μπορεί να το ενθαρρύνουν να «απορροφήσει» νέα γνώση, ενώ κάποια άλλα όχι.

Τα δεδομένα της έρευνας του GEM δεν είναι ενθαρρυντικά εδώ. Ας σημειωθεί, πρώτον, η αρνητική γνώμη των ειδικών για την ποιότητα του εκπαιδευτικού συστήματος. Το γεγονός ότι κρίνουν πως το σύστημα δεν προετοιμάζει επαρκώς τους νέους για την προοπτική να ακολουθήσουν επιχειρηματική δραστηριότητα, ενδεχομένως υπονοεί ότι εκτιμούν πως δεν τους ενθαρρύνει να αναπτύξουν εκείνες τις ικανότητες που θα τους επιτρέπουν να παρακολουθούν τις εξελίξεις και να απορροφούν τη νέα γνώση που αυτές δημιουργούν. Ας σημειωθεί, δεύτερον, ότι σε αντίθεση με τις περισσότερες χώρες, στην Ελλάδα φαίνεται ότι η κατοχή πτυχίου τριτοβάθμιας εκπαίδευσης δεν αυξάνει σημαντικά την πιθανότητα να ακολουθήσει κάποιος επιχειρηματική δραστηριότητα. Και πάλι λοιπόν, φαίνεται ότι **η τριτοβάθμια εκπαίδευση στη χώρα μας, αν και παράγει ένα σεβαστό αριθμό πτυχιούχων, αποτυγχάνει να τους εφοδιάζει με την ικανότητα αφομοίωσης νέων εξελίξεων και προβληματισμού για την ένταξη της νέας γνώσης στις δραστηριότητές τους.**

Όταν το υποκείμενο είναι ένας οργανισμός –π.χ. μια επιχείρηση²⁸ η απορροφητική ικανότητα του οργανισμού εξαρτάται βέβαια και πάλι σε σημαντικό βαθμό από τις ικανότητες των ατόμων που τον αποτελούν. Ωστόσο, στην περίπτωση αυτή αποκτούν ιδιαίτερη σημασία και δύο νέοι παράγοντες. Ο πρώτος είναι η κουλτούρα της επιχείρησης, το κατά πόσον δηλαδή ενθαρρύνει τα μέλη της να αναζητούν νέα γνώση και να τη συνδυάζουν με τις υπάρχουσες δραστηριότητες. Ο δεύτερος παράγοντας είναι ακριβώς οι υπάρχουσες δραστηριότητες, οι οποίες προσδιορίζουν το πλαίσιο αναφοράς της διαδικασίας απορρόφησης νέας γνώσης.

Και στους δύο παράγοντες, τα δεδομένα της έρευνας του GEM περιγράφουν μια μάλλον αρνητική εικόνα για την Ελλάδα. **Το μικρό μέγεθος της πλειοψηφίας των νέων εγχειρημάτων –ο «μοναχικός» χαρακτήρας της επιχειρηματικότητας, όπως αναφέρθηκε στα προηγούμενα κεφάλαια- σημαίνει ότι η ομάδα των ατόμων που δραστηριοποιείται είναι μικρή, και άρα η απορροφητική της ικανότητα περιορίζεται από τις ικανότητες των συγκεκριμένων ατόμων που την αποτελούν.** Από την άλλη πλευρά, το γεγονός ότι το μεγαλύτερο μέρος της νέας επιχειρηματικότητας κατευθύνεται σε δραστηριότητες που απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή ως φυσικό πρόσωπο –το φαινόμενο της «ρηχής» επιχειρηματικότητας,- σημαίνει ότι το πλαίσιο των υπάρχουσών δραστηριοτήτων είναι εξαιρετικά μονοσήμαντο, σε σύγκριση με αυτό που θα μπορούσε να είναι.

Τέλος, στο επίπεδο της κοινωνίας συνολικά, υψηλή απορροφητική ικανότητα προϋποθέτει μια οικονομία ανοιχτή στον κόσμο, και μάλιστα με διπλή έννοια. Πρώτον, με την έννοια ότι είναι και ικανή, αλλά και επιθυμεί, να παρακολουθεί στενά τις παγκόσμιες εξελίξεις και να προβληματίζεται σχετικά με τον καλύτερο τρόπο για να τις αφομοιώσει και να «μπολιάσει» με αυτές την δική της κουλτούρα. Δεύτερον, με την έννοια ότι είναι έτοιμη να συμμετάσχει και να συνεισφέρει και η ίδια στις παγκόσμιες εξελίξεις.

Το ελπιδοφόρο στοιχείο που προκύπτει για αυτή την περίπτωση από τα δεδομένα του GEM είναι η τεχνολογική αναβάθμιση που φανερώνει το γεγονός ότι τα νέα εγχειρήματα τείνουν να χρησιμοποιούν σχετικά νέες τεχνολογίες. Άρα, στον τομέα αυτό, τα νέα εγχειρήματα στην Ελλάδα τείνουν να εμφανίζουν σχετικά υψηλή –με τους όρους του διεθνούς συστήματος- απορροφητική ικανότητα. Και πάλι, ωστόσο, **η**

²⁸ Ας σημειωθεί ότι η πρώτη αναφορά στην βιβλιογραφία στην έννοια της απορροφητικής ικανότητας (βλέπε την προηγούμενη υποσημείωση) αφορούσε ακριβώς το επίπεδο των επιχειρήσεων.

ισχυρή επικέντρωση στις ανάγκες του τελικού καταναλωτή μειώνει την ικανότητα των νέων εγχειρημάτων να απορροφούν νέα γνώση που αφορά και άλλους κρίκους της παραγωγικής αλυσίδας.

4.4.2 Δημιουργικότητα

Η απορροφητική ικανότητα αποτελεί λοιπόν την πρώτη προϋπόθεση για την παραγωγή καινοτομίας. Η δεύτερη προϋπόθεση είναι η προδιάθεση της χρήσης της νέας γνώσης κατά τρόπο *δημιουργικό*, δηλαδή για τη δημιουργία ενός νέου προϊόντος, υπηρεσίας, μεθόδου παραγωγής ή/και μορφής επιχειρηματικής οργάνωσης. Η έννοια της δημιουργικότητας παραπέμπει λοιπόν στην ικανότητα των υποκειμένων μιας οικονομίας να μετασχηματίζουν τη νέα γνώση που αποκτούν έτσι ώστε να δημιουργούν κάτι εντελώς νέο, το οποίο, αν και δυνητικά ενυπήρχε στη νέα γνώση, δεν θα έπαιρνε τη συγκεκριμένη μορφή χωρίς τη δική τους δράση.

Όπως και σε σχέση με την απορροφητική ικανότητα, η δημιουργικότητα μπορεί να θεωρηθεί ότι χαρακτηρίζει διαφόρους τύπους υποκειμένων: άτομα, οργανισμούς, κλάδους, και εθνικές οικονομίες. Και πάλι, ο τύπος του υποκειμένου επηρεάζει σημαντικά τον τρόπο με τον οποίο εκδηλώνεται η δημιουργικότητα, γεγονός που, όπως θα φανεί στη συνέχεια, πρέπει να ληφθεί υπόψη στη συζήτηση για τις πολιτικές που θα μπορούσαν να ενισχύσουν τη δημιουργικότητα της ελληνικής οικονομίας.

Όταν το υποκείμενο είναι ένα άτομο, η δυνατότητά του να λειτουργήσει δημιουργικά συνδέεται, προφανώς, τόσο με τα ειδικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς του – κάτι, βεβαίως, που δεν μπορεί να προσεγγιστεί εδώ- όσο και με τον τρόπο με τον οποίο έχει «εκπαιδευτεί» να αντιμετωπίζει τον κόσμο γύρω του. Η αναφορά στην εκπαίδευση τίθεται σε εισαγωγικά για να υποδηλώσει ότι η δημιουργικότητα δεν αποτελεί προϊόν μόνο της τυπικής εκπαίδευσης που αποκτά το άτομο, αλλά ότι εξαρτάται επίσης από ολόκληρη τη διαδικασία κοινωνικοποίησής του. Ωστόσο, η σημασία της τυπικής εκπαίδευσης δεν πρέπει να υποτιμηθεί, δεδομένου ότι αφορά στη διαμόρφωση τόσο των ικανοτήτων του ατόμου να αποκτά νέα γνώση, όσο και στην ικανότητά του να αντιμετωπίζει αυτή τη γνώση κριτικά και να είναι σε θέση να τη μετασχηματίζει δημιουργικά σε κάτι νέο.

Τα δεδομένα του GEM αναδεικνύουν το έλλειμμα δημιουργικότητας στην Ελλάδα και ιδιαίτερα τη σχέση του με το εκπαιδευτικό σύστημα. Έχει ήδη αναφερθεί ότι το πτυχίο της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης δεν φαίνεται ότι αυξάνει τις

πιθανότητες να δραστηριοποιηθεί κάποιος επιχειρηματικά. Αλλά τα χειρότερα μηνύματα έρχονται από την έρευνα των ειδικών, στην οποία το έλλειμμα του εκπαιδευτικού συστήματος συσχετίζεται ρητά με τη διαπίστωση ότι αυτό δεν προάγει τη δημιουργικότητα.

Στην περίπτωση που το υποκείμενο είναι ένας οργανισμός, όπως μια επιχείρηση, η δημιουργικότητα του οργανισμού εξαρτάται από τη δημιουργικότητα των ατόμων που τον αποτελούν. Ωστόσο, η δημιουργικότητα των μελών εξαρτάται τώρα αποφασιστικά και από την ικανότητα του οργανισμού να ενθαρρύνει τα μέλη του να λειτουργούν δημιουργικά. Άρα, η αποτελεσματικότητα του οργανισμού εξαρτάται από την ικανότητα της ηγεσίας του να εμπνέει τα μέλη να λειτουργούν και τα ίδια ως επιχειρηματίες, δημιουργικά δηλαδή.

Η έρευνα του GEM δεν συγκεντρώνει βέβαια πληροφορίες στο επίπεδο της επιχείρησης, δεδομένου ότι απευθύνεται σε άτομα. Αλλά μία σειρά ευρημάτων μπορούν να θεωρηθούν ως προσεγγιστικές μεταβλητές του παραπάνω ζητήματος. Για παράδειγμα, ο μοναχικός χαρακτήρας της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα υποδηλώνει ότι η νέα επιχειρηματικότητα στη χώρα μας δεν βασίζεται σημαντικά σε ομαδική λειτουργία και συνεργασία. Από την άλλη πλευρά, **το γεγονός ότι η συντριπτική πλειοψηφία των νέων επιχειρηματιών δηλώνουν ότι θα δραστηριοποιηθούν σε αγορές με υψηλό επίπεδο ανταγωνισμού, προφανώς υποδηλώνει και χαμηλά επίπεδα δημιουργικότητας, με την έννοια ότι δεν επιχειρούν να εμφανίσουν στην αγορά ένα προϊόν ή υπηρεσία που διαφέρει σημαντικά από αυτά που ήδη προσφέρονται.**

Τέλος, όταν το υποκείμενο της δημιουργικότητας είναι το σύνολο της κοινωνίας, το μεγάλο ζητούμενο είναι το κατά πόσον το εθνικό πολιτισμικό πλαίσιο θέτει υψηλά στην αξιακή του κλίμακα τη δημιουργικότητα. Και εδώ, τα ευρήματα του GEM δεν είναι ενθαρρυντικά, καθώς αποκαλύπτουν ότι **η ελληνική κοινωνία χαρακτηρίζεται από μια αμφιθυμία προς την επιχειρηματική δραστηριότητα.** Όπως παρατηρούσε αναλυτικά η Έκθεση του IOBE για το 2005,²⁹ η έρευνα πληθυσμού του GEM αποκαλύπτει ότι οι Έλληνες, από τη μια πλευρά τρέφουν μεγάλη εκτίμηση για την επιχειρηματική επιτυχία, από την άλλη όμως δεν φαίνεται να αναγνωρίζουν αυτή την επιτυχία ως δημιούργημα του ίδιου του επιχειρηματία.³⁰ Αν ευσταθεί αυτή η ανάγνωση

²⁹ Βλέπε Ιωαννίδης και Τσακανίκας (2006).

³⁰ Ας σημειωθεί ότι τα δεδομένα του 2006 δεν διαφέρουν καθόλου από την προηγούμενη χρονιά σε σχέση με το ζήτημα αυτό.

των στοιχείων του GEM, φαίνεται ότι, για την ελληνική κοινωνία η δημιουργικότητα δεν αξιολογείται πολύ υψηλά.

4.5 Η σημασία των έμμεσων πολιτικών για την ενθάρρυνση της καινοτομικότητας

Πέρα λοιπόν από τις άμεσες πολιτικές και Δράσεις μέσω των οποίων μια κοινωνία προσπαθεί να ενισχύσει την καινοτομικότητα των οικονομικών της φορέων, ο βαθμός στον οποίο κατορθώνει να βελτιώνει την απορροφητική ικανότητα και τη δημιουργικότητα αυτών των φορέων και της οικονομίας συνολικά έχει αποφασιστική σημασία για την επιτυχία του στόχου. Βεβαίως, αν και συνιστούν βασικές προϋποθέσεις της καινοτομικότητας, η απορροφητική ικανότητα και η δημιουργικότητα δεν μπορούν να αποτελέσουν τον στόχο άμεσων πολιτικών.

Είναι όμως φανερό ότι επηρεάζονται έμμεσα από το ευρύτερο πλαίσιο που διαμορφώνουν οι γενικότερες πολιτικές που εφαρμόζονται. Σε αυτή την υποενοότητα συζητούνται λοιπόν κάποιες «έμμεσες» πολιτικές (με την έννοια που δόθηκε στον όρο παραπάνω), οι οποίες θα μπορούσαν να επηρεάσουν αποφασιστικά την απορροφητική ικανότητα και τη δημιουργικότητα στη χώρα μας. Εννοείται ότι οι έμμεσες πολιτικές που αναφέρονται δεν είναι οι μόνες που επηρεάζουν την καινοτομικότητα της οικονομίας. Απλώς, η αναφορά περιορίζεται σε αυτές μόνο γιατί η σημασία τους εξάγεται τόσο από τα αποτελέσματα της έρευνας πληθυσμού του GEM, όσο και από εκείνα που προέρχονται από τις γνώμες των ειδικών.

4.5.1 Η σημασία της σταθερότητας του φορολογικού πλαισίου

Ένα από τα πιο ενδιαφέροντα ευρήματα της έρευνας των ειδικών σε θέματα επιχειρηματικότητας είναι η άποψη ότι, ως προς το φορολογικό σύστημα, η μεγαλύτερη τροχοπέδη για την επιχειρηματική δραστηριότητα δεν είναι τόσο το ύψος της φορολογίας, όσο **η ασάφεια και η αστάθεια του ρυθμιστικού πλαισίου**. Πρόκειται για πρόβλημα πολυσυζητημένο, ιδιαίτερα στο βαθμό που ορθώς θεωρείται ότι συνιστά βασικό εμπόδιο στην προσέλκυση ξένων επενδύσεων. Ωστόσο, αυτό το οποίο δεν συζητείται σχεδόν καθόλου είναι ότι αυτά **τα αρνητικά χαρακτηριστικά του φορολογικού πλαισίου στην Ελλάδα επιδρούν επίσης αρνητικά στην καινοτομικότητα των επιχειρηματικών εγχειρημάτων** που ξεκινούν τη λειτουργία τους σε ετήσια βάση.

Η διαδικασία της παραγωγής καινοτομίας –οποιοδήποτε τύπου από αυτούς που συζητήθηκαν ανωτέρω- υπόκειται σε μεγάλες αβεβαιότητες. Αυτό είναι αναμενόμενο, δεδομένου ότι η έννοια της καινοτομίας εμπεριέχει το στοιχείο του πειραματισμού: αυτός που εισάγει την καινοτομία δεν μπορεί ποτέ να είναι βέβαιος εκ των προτέρων ότι το πείραμά του θα αποδώσει καρπούς. Η ασάφεια λοιπόν και η αστάθεια του φορολογικού περιβάλλοντος αυξάνουν την αβεβαιότητα μέσα στην οποία λειτουργεί ο επίδοξος επιχειρηματίας, αυξάνοντας έτσι το κόστος μιας ενδεχόμενης αποτυχίας του πειράματός του. Αλλά είναι επίσης φανερό ότι τα αρνητικά αυτά χαρακτηριστικά μειώνουν την απορροφητική ικανότητα των φορέων της επιχειρηματικότητας,

Πέρα λοιπόν από την αυτονόητη σημασία της σταθερότητας, της απλούστευσης, του εξορθολογισμού και της αποσαφήνισης του φορολογικού συστήματος για την ενίσχυση της οικονομικής δραστηριότητας γενικά, η επιδίωξή τους συνιστά σημαντικό παράγοντα προώθησης και της ποιοτικής επιχειρηματικότητας. Με αυτή την έννοια, πρόκειται για πολιτικές που επηρεάζουν αποφασιστικά το πλαίσιο μέσα στο οποίο εκδηλώνεται η καινοτομική δραστηριότητα, αποτελούν δηλαδή κατ' εξοχήν «έμμεσες» πολιτικές για την προώθηση της καινοτομίας.

4.5.2 Το πρόβλημα της γραφειοκρατίας

Τα προβλήματα που δημιουργεί στην έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας η πληθώρα των γραφειοκρατικών διαδικασιών που απαιτούνται είναι ζήτημα που βρίσκεται στο επίκεντρο των προβληματισμών των ελληνικών κυβερνήσεων τα τελευταία χρόνια, και βέβαια επισημαίνεται σταθερά σε όλες τις Εκθέσεις του ΙΟΒΕ για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Είναι δε φανερό ότι, αν και έχει σημειωθεί κάποια πρόοδος, η κατάσταση απέχει ακόμα σημαντικά από τον διακηρυγμένο στόχο της δημιουργίας της «υπηρεσίας μιας στάσης» (one stop shop), μέσω της οποίας οι νεοϊδρυόμενες επιχειρήσεις θα μπορούν να ολοκληρώνουν όλες τις διαδικασίες που απαιτούνται για την έναρξη της λειτουργίας τους. Το πρόβλημα αφορά βεβαίως όλες τις νεοϊδρυόμενες επιχειρήσεις, άσχετα από το αν πρόκειται να εισαγάγουν καινοτομίες ή όχι, άρα η ύπαρξή του βασικά επηρεάζει την ποσοτική πλευρά της επιχειρηματικότητας. Υποτίθεται, με άλλα λόγια, ότι η γραφειοκρατία αποθαρρύνει κάποιους από το να ξεκινήσουν επιχειρηματική δραστηριότητα, με αποτέλεσμα να ξεκινούν λιγότερες προσπάθειες από όσες θα μπορούσαν να εκδηλωθούν αν τα γραφειοκρατικά εμπόδια ήταν χαμηλότερα.

Ωστόσο, υπάρχει μια διάσταση του προβλήματος της **γραφειοκρατίας** η οποία δεν έχει συζητηθεί αρκετά: **η επίδρασή του στην ανάπτυξη της ποιοτικής επιχειρηματικότητας, δηλαδή της καινοτομίας**. Η μία πλευρά του ζητήματος σχετίζεται με την εγγενή αβεβαιότητα της καινοτομικής προσπάθειας, που ήδη συζητήθηκε παραπάνω. Τα υψηλά επίπεδα γραφειοκρατίας που χαρακτηρίζουν τη Δημόσια Διοίκηση στην Ελλάδα αυξάνουν την αβεβαιότητα του περιβάλλοντος στο οποίο πρέπει να υλοποιηθεί μια τέτοια προσπάθεια και δρουν τελικά αποθαρρυντικά. Αλλά υπάρχει και μια δεύτερη σημαντικότερη πλευρά. Όπως φάνηκε από τη συζήτηση περί των τύπων της καινοτομίας, πολύ συχνά η καινοτομία έχει τον χαρακτήρα συνδυασμού διαφορετικών στοιχείων –τεχνολογιών, διεργασιών, μορφών οργάνωσης, κα. Σε τέτοιες περιπτώσεις λοιπόν, είναι πιθανό να είναι ασαφές το ρυθμιστικό πλαίσιο στο οποίο θα πρέπει να απευθυνθεί ο επιχειρηματίας και μέσω του οποίου θα πρέπει να αναζητήσει το πλαίσιο λειτουργίας της επιχείρησής του. Είναι άρα φανερό ότι ένας δύσκαμπτος γραφειοκρατικός μηχανισμός είναι απόλυτα ακατάλληλος στο να σκεφτεί και ο ίδιος με τους συνδυαστικούς όρους που αφορούν τέτοιου τύπου καινοτομίες, και άρα να είναι σε θέση να κατευθύνει τον επιχειρηματία ή, πολύ περισσότερο να του είναι αρωγός σε αυτή την αναζήτηση.

Πέρα λοιπόν από τις θετικές επιπτώσεις για την επιχειρηματικότητα γενικά, **μια πολιτική που αποσκοπεί στη μείωση της γραφειοκρατίας επηρεάζει και άμεσα την ποιοτική επιχειρηματικότητα**. Η απλούστευση των διαδικασιών που αφορούν την ίδρυση και τη λειτουργία της επιχείρησης ευνοούν άμεσα την απορροφητική ικανότητα εκείνων που ασκούν την επιχειρηματική δραστηριότητα, με την έννοια ότι τους επιτρέπουν μεγαλύτερη ελευθερία στην αναζήτηση νέας γνώσης, ανάλογα με τη δραστηριότητα στην οποία είναι ήδη αφιερωμένοι. Με άλλα λόγια, η απορρόφηση νέας γνώσης είναι ευκολότερη όταν το ρυθμιστικό πλαίσιο μέσα στο οποίο θα λειτουργήσει μια μελλοντική δραστηριότητα που βασίζεται σε αυτή τη γνώση είναι απλούστερο. Από την άλλη πλευρά, η δημιουργικότητα του επιχειρηματία επηρεάζεται αρνητικά όταν η καινοτομική του πρωτοβουλία υπόκειται σε διαδικασίες οι οποίες είναι και χρονοβόρες, και απαιτούν υψηλό κόστος (από την πλευρά της προσοχής την οποία ο επιχειρηματίας είναι υποχρεωμένος να αφιερώσει σε αυτή).

4.5.3 Η ποιότητα της Δημόσιας Διοίκησης

Μολονότι συνδέεται στενά με το πρόβλημα της γραφειοκρατίας, η ποιότητα των υπηρεσιών με τις οποίες είναι υποχρεωμένος να συναλλαγεί ο επίδοξος επιχειρηματίας

αποτελεί επίσης αποφασιστικό παράγοντα που επηρεάζει την επιχειρηματικότητα γενικά, αλλά και ιδιαίτερα την ποιοτική της διάσταση. Δύο διαστάσεις του προβλήματος της ποιότητας έχουν ιδιαίτερη σημασία για την ενίσχυση της καινοτομίας. Η πρώτη διάσταση αφορά στην ποιότητα του προσωπικού και στην ευελιξία των υπηρεσιών. Και στα δύο ζητήματα οι επιδόσεις της χώρας είναι εξαιρετικά χαμηλές. Όσον αφορά την ποιότητα του προσωπικού, οι ειδικοί βαθμολογούν την επίδοση της Ελλάδας πολύ χαμηλά, στην έρευνα των ειδικών του GEM. Από την άλλη πλευρά, η δυσκαμψία των οργανωτικών σχημάτων, η δυσκολία διαχείρισης προβλημάτων που αποτελούν αντικείμενα συναρμοδίων υπηρεσιών και η ελλιπής εξοικείωση με τον στίβο της επιχειρηματικής δραστηριότητας μειώνουν την αποτελεσματικότητα της διοίκησης στο ρόλο της βοήθειας στην επιχείρηση, και ιδιαίτερα σε εκείνη που αποτολμά να δράσει καινοτομικά. Και είναι φανερό ότι το έλλειμμα σε αυτή τη βοήθεια μειώνει τόσο την ικανότητα απορρόφησης νέας γνώσης, όσο και την ικανότητα δημιουργικής δράσης.

Η δεύτερη διάσταση του προβλήματος σχετίζεται με το ζήτημα της διαφθοράς.³¹ Οι άσχημες επιδόσεις της χώρας μας στον τομέα αυτό είναι δυστυχώς πολυσυζητημένες. Ωστόσο, πέρα από το γενικότερο πρόβλημα που δημιουργούν τέτοια φαινόμενα στη Δημόσια Διοίκηση, το πρόβλημα είναι σημαντικά οξύτερο στην περίπτωση της καινοτομικής επιχειρηματικότητας. Επειδή ακριβώς η καινοτομία αναφέρεται εξ ορισμού σε κάτι νέο, σε κάτι δηλαδή το οποίο δεν ήταν ευρύτερα γνωστό πριν από την εκδήλωσή της, τόσο το ρυθμιστικό πλαίσιο στο οποίο πρέπει να υπαχθεί, όσο και η ειδικότερη βοήθεια που χρειάζεται από τις δημόσιες υπηρεσίες είναι ασαφή, άρα αποτελούν κίνητρα για την εμφάνιση παραβατικών συμπεριφορών. Η γνώση λοιπόν ότι ο επίδοξος επιχειρηματίας ενδεχομένως να υποχρεωθεί να αντιμετωπίσει τέτοιες συμπεριφορές, δεν μπορεί παρά να αποθαρρύνει την καινοτομική δράση.

4.5.4 Το ιδιαίτερο πρόβλημα της τεχνολογικής γνώσης: ένα καλό παράδειγμα «έμμεσης» πολιτικής στον ελληνικό χώρο

Το ζήτημα της τεχνολογίας αποτελεί βασικό παράγοντα της επιχειρηματικής διαδικασίας και ιδιαίτερα βεβαίως της ποιοτικής της πλευράς. Η έρευνα του GEM αναδεικνύει μιαν αντιφατική εικόνα για την Ελλάδα, όπως φάνηκε στα προηγούμενα Κεφάλαια. Από τη μια πλευρά, η έρευνα του πληθυσμού αποκαλύπτει ότι η νέα επιχειρηματικότητα στη

³¹ Δυστυχώς η εικόνα της χώρας δεν φαίνεται ότι βελτιώνεται σημαντικά, όπως υποδηλώνει η τελευταία Έκθεση της Transparency International, η οποία τοποθετεί την Ελλάδα στην 56^η θέση της παγκόσμιας κατάταξης για το 2007, ενώ βρισκόταν στην 54^η θέση το 2006.

χώρα μας βασίζεται στην εισαγωγή πρόσφατων τεχνολογιών. Από την άλλη, η έρευνα στους ειδικούς τους εμφανίζει να εκτιμούν ότι στην Ελλάδα η συνεργασία ανάμεσα στις επιχειρήσεις και τους ερευνητικούς φορείς είναι ιδιαίτερα δύσκολη, κάτι που δικαιολογεί τη χαμηλή βαθμολογία που αποδίδουν στην περιοχή της μεταφοράς τεχνολογίας. Η πρώτη εικόνα δείχνει μια θετική προοπτική για το μέλλον της ελληνικής οικονομίας, ενώ η δεύτερη αναδεικνύει ένα σημαντικό πρόβλημα.

Το πρόβλημα της μεταφοράς τεχνολογίας αποτελεί βέβαια βασικό ζήτημα στο πλαίσιο εκείνης της αντίληψης της καινοτομίας που βασίζεται στο μοντέλο του «αγωγού», που έχει ήδη συζητηθεί. Σε αυτό το πλαίσιο, η ενίσχυση της μεταφοράς τεχνολογίας αποτελεί αντικείμενο σειράς άμεσων παρεμβάσεων, όπως αυτές που προβλέπονται από το τελευταίο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα Επιχειρηματικότητα 2007-2013 (ΕΠΑΕ) του Υπουργείου Ανάπτυξης. Ωστόσο, η αντιφατικότητα της εικόνας που υποδηλώνουν τα δεδομένα των ερευνών του GEM αναδεικνύει ταυτόχρονα τη σημασία έμμεσων πολιτικών για την ενίσχυση της καινοτομίας. Και αυτό γιατί αποκαλύπτει το γεγονός ότι, ενώ οι νέοι επιχειρηματίες φαίνεται ότι κατανοούν τη σημασία της εισαγωγής νέων τεχνολογιών σε «έτοιμη» μορφή –π.χ. με την έννοια ότι πρόκειται για τεχνολογίες «ενσωματωμένες» σε κεφαλαιακά αγαθά-, η άμεση συνεργασία με την ερευνητική κοινότητα δεν βρίσκεται ψηλά στις προτεραιότητές τους. Και είναι σαφές ότι ισχύει και το αντίστροφο: η ερευνητική κοινότητα είναι περισσότερο στραμμένη στην επιστημονική γνώση καθαυτή, παρά στην διερεύνηση των δυνατοτήτων εμπορικής της εκμετάλλευσης. Η αντιφατικότητα λοιπόν της κατάστασης σχετικά με την μεταφορά τεχνολογίας, την οποία υποδηλώνουν τα δεδομένα του GEM, αντιστοιχεί σε ένα πραγματικό πρόβλημα του επιχειρηματικού περιβάλλοντος στην Ελλάδα: **το χάσμα ανάμεσα στην ερευνητική και την επιχειρηματική κοινότητα.**

Πρόκειται για πρόβλημα που επηρεάζει αρνητικά τόσο την απορροφητική ικανότητα, όσο και τη δημιουργικότητα του Ελληνικού Συστήματος Καινοτομίας. Το γεγονός ότι η τεχνολογική αναβάθμιση προωθείται με την χρήση νέων τεχνολογιών που είναι ενσωματωμένες σε κεφαλαιακά αγαθά, σημαίνει ότι οι Έλληνες επιχειρηματίες δεν είναι σε θέση να έχουν πρόσβαση στη γνώση που τα δημιούργησε. Με τη σειρά του, αυτό σημαίνει ότι οι δυνατότητές τους να χρησιμοποιήσουν αυτή τη γνώση συνδυαστικά και δημιουργικά μειώνεται δραστικά. Άρα, η ύπαρξη του χάσματος ανάμεσα στην ερευνητική και την επιχειρηματική κοινότητα στην Ελλάδα επιδρά αρνητικά στην καινοτομική δυναμική της ελληνικής επιχειρηματικότητας.

Το πρόβλημα έχει γίνει κατανοητό από τους διαμορφωτές πολιτικής και έχουν σχεδιαστεί Δράσεις για την αντιμετώπισή του. Έτσι, το ΕΠΑΕ 2007-13 προβλέπει μέτρα για την κινητικότητα του ερευνητικού δυναμικού ανάμεσα σε ερευνητικά κέντρα και παραγωγικούς φορείς.³² Έστω λοιπόν «άρρητα», αναγνωρίζεται η δυνητικά θετική επίπτωση στην καινοτομικότητα, η οποία μπορεί να επιτευχθεί με την γεφύρωση του χάσματος που αναφέρθηκε. Πρόκειται, στην ουσία, για ένα καλό παράδειγμα μιας «έμμεσης» πολιτικής, η οποία βεβαίως προτείνεται στο πλαίσιο ενός κατά τα άλλα «άμεσου» Προγράμματος ενίσχυσης της καινοτομίας. Ωστόσο, το μεγάλο πρόβλημα που μένει ακόμα να αντιμετωπιστεί στην Ελλάδα είναι το γενικότερο χάσμα ανάμεσα στην τριτοβάθμια εκπαίδευση και τον κόσμο της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Αυτό είναι το πεδίο που πρέπει επειγόντως να αντιμετωπιστεί στη χώρα μας, γεγονός που ορίζει μια σημαντική συνιστώσα έμμεσων πολιτικών για την ενίσχυση της καινοτομίας.

4.5.5 Το πρόβλημα της εκπαίδευσης

Έχουν ήδη σχολιαστεί τα ευρήματα της έρευνας του GEM –τόσο της έρευνας στον πληθυσμό, όσο και της έρευνας στους ειδικούς- για την προβληματικότητα του εκπαιδευτικού συστήματος στη χώρας μας σε σχέση με την επιχειρηματικότητα. Το ζήτημα έχει αναγνωριστεί τα τελευταία χρόνια, όπως αποδεικνύει το γεγονός της εισαγωγής μαθημάτων για την επιχειρηματικότητα στα περισσότερα ιδρύματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.³³ Πρόκειται προφανώς για Δράσεις που εμπίπτουν στην κατηγορία των «άμεσων» πολιτικών, όπως έχουν χαρακτηριστεί στα προηγούμενα, δεδομένου ότι αποσκοπούν στην εξοικείωση των φοιτητών με την προοπτική επιχειρηματικής σταδιοδρομίας και τον εφοδιασμό τους με βασικές γνώσεις για μια τέτοια προοπτική.

Η προβληματικότητα της σχέσης του ελληνικού εκπαιδευτικού συστήματος με την επιχειρηματικότητα είναι όμως ζήτημα πολύ ευρύτερο από την ικανότητά του να παρέχει σχετικές γνώσεις. Όπως φάνηκε από την συζήτηση για τις έννοιες της απορροφητικής ικανότητας και της δημιουργικότητας στα προηγούμενα, το κρισιμότερο ζήτημα είναι το πώς το εκπαιδευτικό σύστημα επιδρά σε αυτές τις δύο

³² Βλέπε Ιωαννίδης (2007) για την κριτική του IOBE στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα, όπου αναγνωρίζεται ρητά η θετικότητα των σχετικών ρυθμίσεων.

³³ Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί η πρόθεση να εισαχθούν αντίστοιχα προγράμματα και στην δευτεροβάθμια εκπαίδευση. Επίσης, αξίζει να σημειωθεί η πρωτοβουλία του ΣΕΒ για την πιλοτική εφαρμογή στην δευτεροβάθμια εκπαίδευση του προγράμματος Junior Achievement.

βασικές προϋποθέσεις της καινοτομικότητας. Το μεγάλο λοιπόν πρόβλημα της εκπαίδευσης στην Ελλάδα είναι ότι υπονομεύει, αντί να προωθεί, και τις δύο.

Η έμφαση στην αποστήθιση, που διατηρείται ακόμα ως βασικό συστατικό του ελληνικού εκπαιδευτικού συστήματος στις δύο πρώτες βαθμίδες του, επιδρά αρνητικά στην ανάπτυξη απορροφητικής ικανότητας με δύο τρόπους. Πρώτον, δίνοντας προτεραιότητα στην απορρόφηση γνώσης, ουσιαστικά υποβαθμίζει την ανάπτυξη της ικανότητας του μαθητή να την επεξεργάζεται και να επιλέγει και να συνδυάζει εκείνα τα στοιχεία της που κρίνει ότι του είναι χρήσιμα σε ένα συγκεκριμένο πλαίσιο. Το αδιαφοροποίητο λοιπόν της γνώσης που κατακλύζει τον μαθητή της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης δεν συνοδεύεται από την ικανότητα επιλεκτικής και κριτικής στάσης απέναντι στη γνώση που του παρέχει το σχολείο. Δεύτερον, η έμφαση στην αποστήθιση ενισχύει μια παθητική στάση απέναντι στη γνώση, όπου ο μαθητής μαθαίνει να θεωρεί ότι η γνώση είναι κάτι που μεταδίδεται άνωθεν, χωρίς ο ίδιος να χρειάζεται να καταβάλλει προσπάθεια για την αναζήτησή της.

Αντίστοιχα είναι τα προβλήματα που το σύστημα δημιουργεί σχετικά με την δημιουργικότητα. Η έμφαση στην αποστήθιση προωθεί την πεποίθηση ότι ο δρόμος προς την επιτυχία απαιτεί απλώς την δυνατότητα πιστής αναπαραγωγής της γνώσης που έχει αποκτηθεί, υποτιμώντας έτσι την ικανότητα μετατροπής της σε κάτι νέο. Πολύ περισσότερο, το υπάρχον σύστημα ουσιαστικά αποθαρρύνει τον μαθητή να σκεφτεί δημιουργικά, δεδομένου ότι σε καμιά βαθμίδα δεν αξιολογεί θετικά οποιαδήποτε δημιουργική του πρωτοβουλία.

Οι κριτικές σκέψεις, που μόλις διατυπώθηκαν, για την ποιότητα του εκπαιδευτικού συστήματος στην Ελλάδα δεν παρουσιάζονται βέβαια για πρώτη φορά. Αντίθετα, αποτελούν γνώριμες απόψεις, οι οποίες εμφανίζονται πολύ συχνά στο δημόσιο διάλογο για θέματα παιδείας, χωρίς, ωστόσο, να έχουν κατορθώσει μέχρι σήμερα να ληφθούν σοβαρά υπόψη από καμιά από τις πολλές εκπαιδευτικές μεταρρυθμίσεις που έχουν εισαχθεί τα τελευταία χρόνια. Αν φέρνει λοιπόν κάτι νέο η προηγούμενη συζήτηση, αυτό δεν αφορά τη μεταρρύθμιση του εκπαιδευτικού συστήματος καθεαυτή, αλλά μάλλον την άποψη ότι αυτή η μεταρρύθμιση, εφόσον λάβει σοβαρά υπόψη τα ζητήματα που τέθηκαν, αποτελεί βασική προϋπόθεση και για την αποτελεσματική ενίσχυση της ποιοτικής επιχειρηματικότητας. Σε αυτή τη βάση, μια τέτοια εκπαιδευτική μεταρρύθμιση ίσως αποτελεί τη σημαντικότερη «έμμεση» πολιτική για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας.

4.6 Σύνοψη

Όλες οι έρευνες του IOBE στο πλαίσιο του GEM αποκαλύπτουν ένα έλλειμμα στους ποιοτικούς δείκτες της νέας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, με μόνη εξαίρεση την τεχνολογική αναβάθμιση. Άρα, η μεγάλη πρόκληση για τη χώρα είναι η ενίσχυση της ποιοτικής επιχειρηματικότητας, της ικανότητάς της δηλαδή να παράγει καινοτομίες.

Τόσο η Ε.Ε., όσο και οι ελληνικές κυβερνήσεις, έχουν εισαγάγει και εφαρμόζουν σειρά «άμεσων» πολιτικών που αποσκοπούν να επηρεάσουν θετικά την καινοτομικότητα. Ωστόσο, η ικανότητα δημιουργίας καινοτομιών βασίζεται αποφασιστικά στο γενικότερο κοινωνικό πλαίσιο μέσα στο οποίο διεξάγεται η οικονομική δραστηριότητα. Πιο συγκεκριμένα, εξαρτάται από το κατά πόσον αυτό το πλαίσιο ενθαρρύνει δύο βασικές προϋποθέσεις της καινοτομικότητας: την απορροφητική ικανότητα (την ικανότητα ενός υποκειμένου να απορροφά νέα επιστημονική / τεχνολογική γνώση και να είναι σε θέση να την χρησιμοποιεί ως εισροή στη διαδικασία παραγωγής καινοτομιών) και τη δημιουργικότητα των φορέων της επιχειρηματικότητας (στην ικανότητα να μετασχηματίζουν τη νέα γνώση που αποκτούν έτσι ώστε να δημιουργούν κάτι εντελώς νέο). Τα ευρήματα των ερευνών του IOBE υποδηλώνουν ότι οι επιδόσεις της Ελλάδας και στις δύο προϋποθέσεις είναι σχετικά χαμηλές.

Ως γενικές προϋποθέσεις της καινοτομικότητας, η απορροφητική ικανότητα και η δημιουργικότητα δεν είναι δυνατό να ενισχυθούν μέσω άμεσων πολιτικών. Ωστόσο, ως χαρακτηριστικά του γενικότερου κοινωνικού πλαισίου, είναι δυνατό να προωθηθούν μέσω «έμμεσων» πολιτικών, μέσω δηλαδή ευρύτερων πολιτικών που εφαρμόζονται, ακόμα και όταν αυτές δεν αφορούν άμεσα την καινοτομία.

Στο παρόν κεφάλαιο εξετάστηκαν πέντε «έμμεσες» πολιτικές, οι οποίες υποστηρίχθηκε ότι έχουν κρίσιμη σημασία για την προώθηση της καινοτομίας και στις οποίες τα δεδομένα του GEM υποδηλώνουν σοβαρές υστερήσεις στην περίπτωση της Ελλάδας. Η πρώτη αφορά στην προώθηση της σταθερότητας και της σαφήνειας του φορολογικού πλαισίου. Η δεύτερη είναι η καταπολέμηση της γραφειοκρατίας. Η τρίτη αφορά στην αναβάθμιση της Δημόσιας Διοίκησης και την καταπολέμηση της διαφθοράς και η τέταρτη τη γεφύρωση του χάσματος ανάμεσα στην ερευνητική και την επιχειρηματική κοινότητα. Τέλος, η πέμπτη αφορά στη μεταρρύθμιση του εκπαιδευτικού συστήματος. Πέρα λοιπόν από την αξία τέτοιων πολιτικών για τη διαμόρφωση ενός ευνοϊκότερου πλαισίου για την οικονομική δραστηριότητα, οι επιπτώσεις τους θα είναι σημαντικές και για την ενίσχυση της ποιοτικής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.

Βιβλιογραφία

- European Commission. "The Community Innovation Survey"
- ΕΣΥΕ, Έρευνες Εργατικού Δυναμικού (1998-2007)
- European Commission, (2003), "Green Paper: Entrepreneurship in Europe", January.
- European Commission, (2004), "Action Plan: The European Agenda for Entrepreneurship", February.
- European Commission, (2006), "Entrepreneurship Action Plan: Key Action Sheets"
- International Intellectual Property Alliance 2007 Special 301 Report: Greece.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή: Τελική Έκθεση της Ομάδας Εμπειρογνομώνων «Εκπαίδευση στην Επιχειρηματικότητα», Φεβρουάριος 2004.
- Ιωαννίδης, Σ. (2004), *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα (2003)*, Αθήνα: ΙΟΒΕ.
- Ιωαννίδης, Σ., Πολίτης, Τ. και Τσακανίκας, Α. (2005), *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2004-2005*, Αθήνα: ΙΟΒΕ.
- Ιωαννίδης Σ., (2007), «Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα Επιχειρηματικότητα» (2007-2013): Επισκόπηση από τη σκοπιά της ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας» ΙΟΒΕ, Νοέμβριος
- Υπουργείο Ανάπτυξης, (2007), «Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα (2007-2013):», Ιούλιος 2007.
- World Bank, (2006), "Doing Business: 2007", September.
- National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA), "Hidden Innovation: How innovation happens in six 'low innovation' sectors", June 2007.
- Cohen W., & D. Levinthal (1989): "Innovation and Learning: The two faces of R&D", *Economic Journal* 99: 569-596
- Cohen W., & D. Levinthal (1990): "Absorptive capacity: A new perspective on Learning and Innovation", *Administrative Science Quarterly*, 35, pp. 128-152
- Transparency International, «The 2007 Corruption Perceptions Index" September

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

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

1. Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (GEM)

Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (Global Entrepreneurship Monitor, GEM) αποτελεί το μοναδικό ερευνητικό πρόγραμμα παγκοσμίως, που μελετά την επιχειρηματικότητα σε διαχρονική βάση και συγκριτικά σε διάφορες χώρες του κόσμου. Στόχος του GEM είναι να δημιουργηθεί μια ετήσια αξιολόγηση των επιπέδων επιχειρηματικής δραστηριότητας σε ένα ευρύ σύνολο 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 δημόσιες 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, ενώ την περίοδο 2006-2007 συμμετείχαν 37 χώρες. Καθόλη τη διάρκεια αυτής της περιόδου το ερευνητικό consortium έχει μελετήσει πτυχές της επιχειρηματικότητας σε 45 χώρες. Ο συντονισμός του έργου γίνεται από το London Business School και το Babson College (ΗΠΑ), με τις αντίστοιχες εθνικές ομάδες να περιλαμβάνουν κυρίως Πανεπιστήμια και Ερευνητικά Κέντρα. Το υπόδειγμα μεταβλητών (ποσοτικών όσο και ποιοτικών) που θεωρείται ότι επηρεάζει το επίπεδο της επιχειρηματικότητας σε μια χώρα είναι κοινό για όλες τις ομάδες και με βάση αυτό κάθε ερευνητική ομάδα συνεισφέρει με τα εθνικά εμπειρικά στοιχεία της. Έτσι πραγματοποιούνται: α) η διακρατική επεξεργασία των αντίστοιχων δεδομένων, β) οι συγκριτικές αναλύσεις και γ) οι εθνικές επεξεργασίες από την κάθε ομάδα. Επομένως το GEM αποτελεί μέχρι σήμερα το μοναδικό πρόγραμμα που μπορεί να παράσχει μία συγκριτική αξιολόγηση (benchmarking) της επιχειρηματικότητας σε ένα ευρύ σύνολο χωρών, με εναρμονισμένες μεταβλητές μέτρησης. Το GEM έχει λοιπόν ως στόχο:

- 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.

2. Οι βασικοί ορισμοί της επιχειρηματικότητας και η επιχειρηματική διαδικασία: μεθοδολογικό πλαίσιο του GEM

Το ερευνητικό μοντέλο του GEM προσεγγίζει την έννοια της επιχειρηματικότητας σε ένα αρκετά ευρύ πλαίσιο, καθώς καλύπτει ολόκληρο το φάσμα της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η μονάδα ανάλυσης ωστόσο παραμένει ο επιχειρηματίας. Το GEM επικεντρώνεται στο άτομο που επιτυγχάνει την καθιέρωση μιας επιχείρησης ο οποίος ενδιαφέρει το GEM, ο οποίος έχει ενδεχομένως κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, έχει «περάσει» από μια συγκεκριμένη διαδικασία και έχει προβεί σε ενέργειες που είναι χρήσιμο να μελετηθούν. Αυτά τα χαρακτηριστικά συνθέτουν άλλωστε αυτή καθαυτή την επιχειρηματική συμπεριφορά.

Άλλωστε η επιχειρηματικότητα είναι μια διαδικασία που αρχίζει αρκετά προτού μια εταιρία γίνει λειτουργική. Κάποιος που ξεκινά μια επιχείρηση και προσπαθεί να «σταθεί» σε μια πολύ ανταγωνιστική αγορά, είναι επιχειρηματίας ακόμα και αν οι προσδοκίες του είναι πολύ συγκρατημένες. Αλλά και ένας καθιερωμένος για πολλά έτη επιχειρηματίας μπορεί να είναι ακόμα καινοτόμος, ανταγωνιστικός και να επιθυμεί την περαιτέρω μεγέθυνση και ανάπτυξη της επιχείρησής του. Το GEM ενδιαφέρεται επομένως για όλους τους πιθανούς τύπους επιχειρηματία ώστε να μελετήσει με συστηματικό και συνεκτικό τρόπο μια ευρεία ποικιλία επιχειρηματικών χαρακτηριστικών: κίνητρα, καινοτομία, ανταγωνιστικότητα, προσδοκίες.

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

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

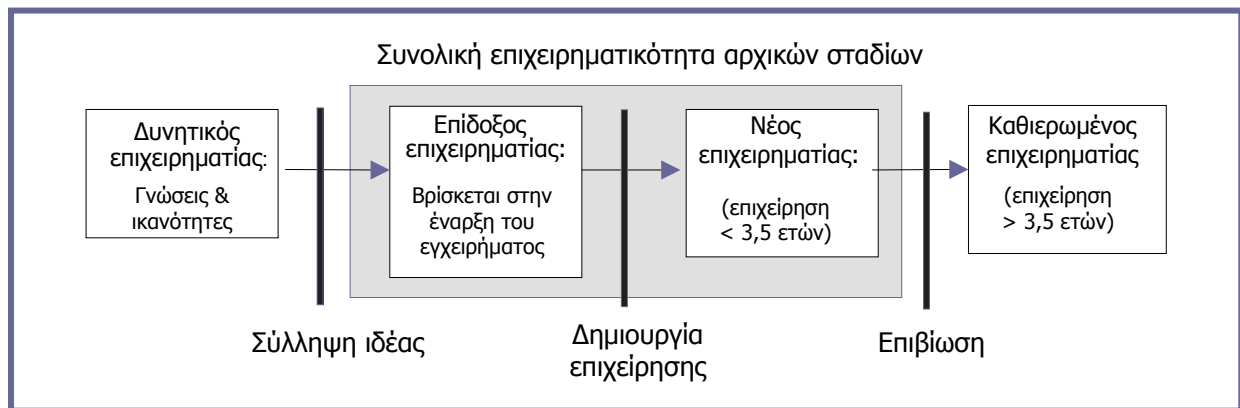
α) Οι «επίδοξοι» επιχειρηματίες (nascent entrepreneurs). Είναι τα άτομα που βρίσκονται στο αρχικό στάδιο της επιχειρηματικής τους δράσης, έχουν προχωρήσει σε κάποιες πρώτες ενέργειες όπως συγκέντρωση κεφαλαίων για την επιχείρηση, σύνταξη επιχειρηματικού σχεδίου, κτλ. ή έχουν πράγματι ξεκινήσει τη λειτουργία του

εγχειρήματος τους, δεν έχουν όμως ακόμα πληρώσει μισθούς είτε στους ίδιους είτε στους υπαλλήλους / συνεργάτες τους για περισσότερους από τρεις μήνες.

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

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

Σχήμα 1: Η επιχειρηματικότητα στο πλαίσιο του GEM



Για τη μεθοδολογία του GEM, η πληρωμή αμοιβών για διάστημα περισσότερο από τρεις μήνες (συμπεριλαμβανομένων της αντιμισθίας των ιδιοκτητών), αποτελεί τελικά τη βασική προϋπόθεση για την (πραγματική) έναρξη μιας επιχείρησης και θεωρείται το «γεγονός της γέννησης» των επιχειρήσεων. Το σημείο αυτό διαχωρίζει έτσι τους επίδοξους από τους νέους επιχειρηματίες, στοιχείο που συνδέεται ωστόσο περισσότερο με την ηλικία ενός εγχειρήματος. Σε κάθε περίπτωση πάντως από το άθροισμα επίδοξων και νέων επιχειρηματιών προκύπτει ο δείκτης επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων ο οποίος, κατά το GEM, αποτελεί τον πρωταρχικό και θεμελιώδη δείκτη της επιχειρηματικής δραστηριότητας μιας χώρας. Αντιπροσωπεύει και αποδίδει μια δυναμική, νέα επιχειρηματική δραστηριότητα, ακόμα κι αν ένα σημαντικό μέρος των επίδοξων δεν κατορθώσει να ολοκληρώσει τις ενέργειές του και να ξεκινήσει τελικά το εγχείρημά του. Η κινητικότητα που αυτοί οι επιχειρηματίες προσδίδουν στην οικονομία μπορεί να θεωρηθεί σημαντική, ακόμα και ως μοχλός πίεσης προς τις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις. Άλλωστε, αν δεν

συμμετέχει κανείς στα πρώτα στάδια ίδρυσης μιας επιχείρησης (start-up), τότε δεν θα υπάρχει εκδήλωση επιχειρηματικής δραστηριότητας, με ό,τι αυτό σημαίνει για την οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας.

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

3. Το εννοιολογικό μοντέλο του GEM

Οι περισσότερες θεωρητικές αλλά και εμπειρικές αναλύσεις της οικονομικής ανάπτυξης και της οικονομικής επίδοσης εστιάζουν κυρίως στις μεγάλες και καθιερωμένες επιχειρήσεις, - που αποτελούν κατά μία έννοια την πρωταρχική οικονομία μιας χώρας - και δευτερευόντως στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (δευτερογενής οικονομία). Φαίνεται να απουσιάζει ωστόσο η ενδεδειγμένη εξέταση της συνεισφοράς που μπορεί να έχουν στην καινοτομία και στην ανταγωνιστικότητα μιας οικονομίας οι νέες επιχειρήσεις (start-ups), αυτές δηλαδή που «εισρέουν» στη δεξαμενή των υπαρχουσών επιχειρήσεων. Το εννοιολογικό μοντέλο του GEM προσπαθεί να ενσωματώσει και τις δύο αυτές διαστάσεις και εξετάζει 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 2):

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

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 επιχειρήσεις μιας χώρας, επηρεάζεται κυρίως από το συνολικό επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο αυτές δραστηριοποιούνται, το οποίο και είναι 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 εταιρικών σχημάτων 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 αναφέρονται 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.

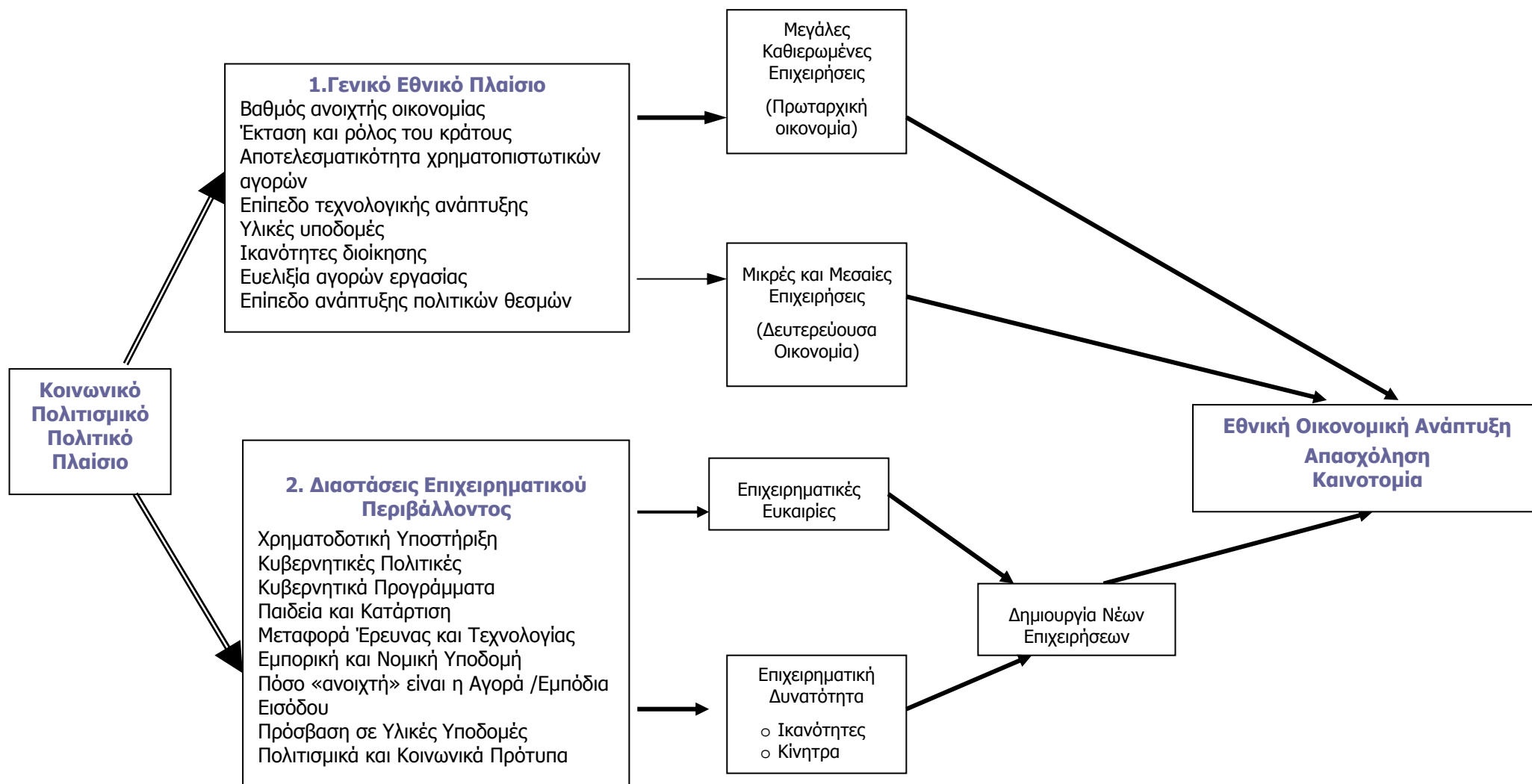
Επομένως, κατά μία έννοια, το *Γενικό Εθνικό Πλαίσιο* της οικονομίας θέτει τους όρους της λειτουργίας των μεγάλων καθιερωμένων επιχειρήσεων και των ΜΜΕ που

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 εννοιολογικό πλαίσιο του GEM, η οικονομική ευρωστία μιας χώρας εξαρτάται από το συνδυασμό του επιχειρηματικού πνεύματος και της λειτουργίας των καθιερωμένων επιχειρήσεων. Εντούτοις, το GEM έχει διαπιστώσει ότι η συνέργια 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 εταιρειών οι οποίες λόγω και των οικονομιών κλίμακας μπορούν να ικανοποιήσουν την αυξανόμενη ζήτηση και τελικά να διευρύνουν 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 φαίνεται να προτιμούν καθώς προσφέρει σχετική ασφάλεια. 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 αξιοποίηση 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 συνεπώς ότι η εξήγηση για την εκδήλωση υψηλότερων επιπέδων επιχειρηματικότητας σε μια χώρα έγκειται στη συνδυασμένη επίδραση τριών παραμέτρων: α) Τις 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 2: Το Εννοιολογικό Μοντέλο GEM



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

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

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

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

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

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

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

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

5. Το εμπειρικό μέρος του ερευνητικού προγράμματος GEM

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

- Έρευνα πεδίου (τηλεφωνικές συνεντεύξεις) σε τυχαία αντιπροσωπευτικά δείγματα ενηλίκων ηλικίας 18 έως 64 ετών, σε μεγέθη που κυμαίνονται από 1.000 έως σχεδόν 18.000 άτομα σε ορισμένες χώρες.
- Προσωπικές συνεντεύξεις και συμπλήρωση ερωτηματολογίου από άτομα που ειδικεύονται σε ζητήματα που σχετίζονται με διάφορες πλευρές του φαινομένου της επιχειρηματικότητας (ειδικοί ή εμπειρογνώμονες επιχειρηματικότητας). Ανάλογα με τη χώρα πραγματοποιούνται έως και 50 αντίστοιχες συνεντεύξεις.
- Τυποποιημένα εθνικά στοιχεία μακροοικονομικών κυρίως δεικτών για την αντίστοιχη οικονομία που λαμβάνονται από αξιόπιστες διεθνείς πηγές (π.χ. Παγκόσμια Τράπεζα, Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, ΟΗΕ, κτλ).

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

διανέμεται διεθνώς σε κυβερνητικές υπηρεσίες, οργανισμούς και επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται ειδικά για το ζήτημα της επιχειρηματικότητας και είναι προσβάσιμη στον δικτυακό τόπο www.gemconsortium.org. Επιπροσθέτως μέλη της συντονιστικής ομάδας συντάσσουν θεματικές εκθέσεις, όπου αναλύονται κάθε χρόνο ειδικά θέματα που άπτονται επιμέρους διαστάσεων της επιχειρηματικότητας.

6. Ο ρόλος του IOBE στο GEM

Το IOBE αποτελεί τον εθνικό ερευνητικό συνεργάτη του GEM και συμμετείχε την περίοδο 2006-2007 για τέταρτη φορά στο έργο μέσω του Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα που θεσμοθέτησε κατά το 2007. Ήδη έχει πραγματοποιηθεί το εμπειρικό τμήμα του έργου της επόμενης περιόδου (2007-2008) και τα σχετικά στοιχεία βρίσκονται στη φάση της επεξεργασίας.

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

Το IOBE στο πλαίσιο της συμμετοχής του στο GEM διεξάγει δύο έρευνες πεδίου: μία έρευνα πεδίου στον ελληνικό πληθυσμό σε αντιπροσωπευτικό δείγμα 2000 ατόμων και μία έρευνα πεδίου σε 36 εμπειρογνώμονες οι οποίοι έχουν επιλεγεί ως «ειδικοί» σε διάφορες διαστάσεις της επιχειρηματικότητας³⁴.

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

³⁴ Η έρευνα πληθυσμού εκτελείται από την εταιρεία Datarower με τη βοήθεια πληροφοριακού συστήματος τηλεφωνικών συνεντεύξεων CATI. Το δείγμα επιλέχθηκε με την τεχνική της πολυσταδιακής στρωματοποιημένης δειγματοληψίας (multistage stratified sampling technique), με βάση τα δημογραφικά χαρακτηριστικά κάθε γεωγραφικού διαμερίσματος, αστικότητα της περιοχής, φύλο και ηλικία.