



ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ
FOUNDATION FOR ECONOMIC & INDUSTRIAL RESEARCH

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

Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας 2016-2017:

Σε κάμψη η νέα επιχειρηματικότητα

Άγγελος Τσακανίκας

Ιωάννης Γιωτόπουλος

Σοφία Σταυράκη

Ευαγγελία Βαλαβανιώτη



Global Entrepreneurship Monitor

Νοέμβριος 2017



Global Entrepreneurship Monitor



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

Copyright © 2017 Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών - IOBE

ISSN 1790-1731

ISBN 978-960-7536-77-8

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

Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE)

Τσάμη Καρατάσου 11, 117 42 Αθήνα

Τηλ.: 210 9211 200-10, Fax: 210 9233 977, <http://www.iobe.gr>

Χορηγός



A STAR ALLIANCE MEMBER 

ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΙΟΒΕ

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

Εθνική ερευνητική ομάδα GEM

Άγγελος Τσακανίκας, Επίκουρος Καθηγητής ΕΜΠ, Επιστημονικός Υπεύθυνος
Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας ΙΟΒΕ

Ιωάννης Γιωτόπουλος, Επίκουρος Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου

Σοφία Σταυράκη, Ερευνήτρια ΙΟΒΕ

Ευαγγελία Βαλαβανιώτη, Ερευνήτρια ΙΟΒΕ

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

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Το IOBE, στο πλαίσιο της συμμετοχής του στο διεθνές ερευνητικό πρόγραμμα Global Entrepreneurship Monitor (GEM), δημοσιεύει την «Ετήσια Έκθεση για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα» για 14^η συνεχή χρονιά. Το GEM αποτελεί μία διεθνή ερευνητική κοινοπραξία από ερευνητικά ινστιτούτα και πανεπιστήμια από όλο τον κόσμο που ξεκίνησε το 1999, στο πλαίσιο της οποίας συλλέγονται εμπειρικά στοιχεία μέσω ερευνών πεδίου σε ένα ευρύ πλήθος χωρών. Η έρευνα του GEM διαφωτίζει διάφορες πτυχές και διαστάσεις της επιχειρηματικότητας, συνεισφέροντας έτσι στην παγκόσμια έρευνα για την υποστήριξη και την προώθηση της επιχειρηματικότητας και των σχετικών πολιτικών. Το IOBE, είναι ο αποκλειστικός ελληνικός εταίρος σε αυτή τη διεθνή ερευνητική κοινοπραξία από το 2003, και έχει την ευθύνη για την επιστημονική διεξαγωγή των αναγκαίων ερευνών στον ελληνικό πληθυσμό, τη συλλογή και την επεξεργασία των στοιχείων σύμφωνα με την κοινή εναρμονισμένη μεθοδολογία και την ένταξη των εμπειρικών ευρημάτων στο διεθνές αναλυτικό πλαίσιο του GEM, έτσι ώστε να είναι εφικτή και με ορθό τρόπο η σύγκριση των στοιχείων σε διεθνές και σε διαχρονική βάση.

Η συστηματικότητα και η επαναληπτικότητα των ερευνών σε ετήσια βάση σε ένα μεγάλο εύρος χωρών, δημιουργεί πλέον μια σημαντική χρονοσειρά δεδομένων που επιτρέπει να διερευνηθεί ο τρόπος με τον οποίο εξελίσσονται διάφορες πτυχές της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε ένα δυναμικό πλαίσιο ανάλυσης, λαμβάνοντας μάλιστα υπόψη και τις συνέπειες της οικονομικής κρίσης, αλλά και εθνικές ιδιαιτερότητες.

Το IOBE θα ήθελε να ευχαριστήσει θερμά όλους όσους συνέβαλαν στην επιτυχία του έργου και κυρίως τους ειδικούς εμπειρογνώμονες, οι οποίοι ο καθένας στον τομέα του βοήθησαν στην ερμηνεία διαφόρων διαστάσεων της επιχειρηματικότητας και κυρίως στον εντοπισμό των βασικών υστερήσεων της Ελλάδας σε θέματα επιχειρηματικότητας. Ευχαριστούμε, επίσης, τον βασικό χορηγό του έργου, την Aegean Airlines S.A., που χρηματοδότησε και τη φετινή ερευνητική προσπάθεια.

Περιεχόμενα

Επιτελική Σύνοψη	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟ 2016.....	11
1.1 Γενική Εισαγωγή	11
1.2 Βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας	12
1.2.1 Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων	12
1.2.2 Καθιερωμένη επιχειρηματικότητα	15
1.2.3 Διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας.....	16
1.2.4 Κίνητρα επιχειρηματικής δραστηριοποίησης: ανάγκη ή ευκαιρία.....	18
1.2.5 Ο ρόλος των άτυπων επενδυτών στη χρηματοδότηση επιχειρηματικών εγχειρημάτων	21
1.2.6 Η κλαδική διάσταση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων	23
1.3 Επιχειρηματικές προδιαθέσεις και αντιλήψεις.....	26
1.3.1 Εισαγωγή	26
1.3.2 Επιχειρηματικές ευκαιρίες στη χώρα.....	29
1.3.3 Η επιχειρηματικότητα ως καλή επιλογή σταδιοδρομίας.....	29
1.3.4 Κοινωνική καταξίωση και σεβασμός στους επιτυχημένους επιχειρηματίες.....	30
1.3.5 Προβολή επιχειρηματικότητας από τα μέσα ενημέρωσης.....	31
1.3.6 Γνώσεις, ικανότητες και εμπειρία για την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας.....	32
1.3.7 Φόβος αποτυχίας για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας.....	33
1.4 Δημογραφικά χαρακτηριστικά επιχειρηματιών αρχικών σταδίων.....	34
1.4.1 Εισαγωγή	34
1.4.2 Ηλικία.....	35
1.4.3 Φύλο	37
1.4.4 Μορφωτικό επίπεδο.....	38
1.5 Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων.....	39
1.5.1 Εισαγωγή	39
1.5.2 Βαθμός καινοτομίας	40
1.5.3 Τεχνολογική ταυτότητα	42
1.5.4 Απασχόληση και προοπτικές ανάπτυξης.....	44
1.5.5 Ένταση ανταγωνισμού	46

1.5.6 Εξωστρέφεια επιχειρηματικού εγχειρήματος.....	48
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ στις ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΗΛΙΚΙΕΣ.....	51
2.1 Εισαγωγή.....	51
2.1.1 Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στις μεγαλύτερες ηλικίες (senior entrepreneurship) σε παγκόσμιο επίπεδο	52
2.2 Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στις μεγαλύτερες ηλικίες.....	58
2.2.1 Βασικοί δείκτες.....	58
2.2.2 Επιχειρηματικές προδιαθέσεις και αντιλήψεις.....	64
2.2.3 Δημογραφικά χαρακτηριστικά	66
2.2.4 Ποιοτικά χαρακτηριστικά	68
2.2.5 Συμπεράσματα	73
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟ ΕΓΧΩΡΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ: Η ΕΡΕΥΝΑ ΤΩΝ ΕΘΝΙΚΩΝ ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΝΩΝ.....	75
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	89
4.1 Εισαγωγή.....	89
4.2 Ανασκόπηση βιβλιογραφίας	90
4.3 Μεθοδολογία.....	94
4.4 Εμπειρικά ευρήματα.....	98
4.5 Συμπεράσματα	103
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	105
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	111

ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ

Το IOBE, δημοσιεύει για 14^η συνεχή χρονιά, την Ετήσια Έκθεση για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα στο πλαίσιο της συμμετοχής του στο διεθνές ερευνητικό πρόγραμμα Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Η έρευνα του GEM αναλύει διάφορες πτυχές και διαστάσεις της επιχειρηματικότητας, με ισχυρά εμπειρικά εργαλεία, συνεισφέροντας έτσι στην θεωρητική και εμπειρική έρευνα για την υποστήριξη και προώθηση της επιχειρηματικότητας. Αναλυτικότερα, από τα αποτελέσματα της έρευνας του 2016 προκύπτουν τα εξής ευρήματα:

Χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων το 2016

- **Στην Ελλάδα το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών που βρισκόταν το 2016 σε αρχικά στάδια επιχειρηματικής ενεργοποίησης (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης) υποχωρεί στο 5,7% (περίπου 380 χιλιάδες άτομα) από 6,7% (περίπου 450 χιλιάδες) το 2015.** Η επίδοση αυτή είναι μία από τις χαμηλότερες διαχρονικά επιδόσεις της χώρας (2003-2016: 6,9%), ενώ κινείται χαμηλότερα και από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (2016: 9,1%), δηλαδή των περισσότερων αναπτυγμένων χωρών του κόσμου, στις οποίες ανήκει και η Ελλάδα. Φαίνεται επομένως ότι παρά τη σταθεροποίηση της οικονομίας, οι έντονες αβεβαιότητες παρέμειναν ισχυρές και επηρέασαν την επιχειρηματική δραστηριοποίηση την προηγούμενη χρονιά.
- **Το 44% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων ξεκίνησαν το 2016 μια νέα επιχείρηση την οποία λειτουργούσαν τουλάχιστον για τρεις μήνες κατά τη στιγμή της έρευνας (νέοι επιχειρηματίες), με τους υπόλοιπους να βρίσκονται ακόμα στη φάση της προετοιμασίας (επίδοξοι επιχειρηματίες).** Η επίδοση αυτή βρίσκεται λίγο πάνω από το μέσο όρο των χωρών της καινοτομίας και είναι ένα συστηματικό εύρημα των τελευταίων ετών. Άρα μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ως ενδεικτικός ποσοτικός στόχος για την ουσιαστική ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, καθώς υποδηλώνει ότι περίπου **τέσσερις στους εννέα** από όσους βρίσκονται στα αρχικά στάδια έναρξης ενός εγχειρήματος, τελικά πραγματοποιεί το κρίσιμο βήμα από την προεργασία στην πραγματική έναρξη δραστηριότητας.
- Λαμβάνοντας υπόψη και το πολύ υψηλό ποσοστό του πληθυσμού της χώρας που είναι καθιερωμένος επιχειρηματίας, δηλαδή λειτουργεί ήδη ένα εγχείρημα για τουλάχιστον 3,5 χρόνια, και το οποίο το 2016 ξεπερνά το 14% (από 13% το 2015), τότε προκύπτει ότι **περίπου το 20% του πληθυσμού 18-64 ετών έχει κάποια σχέση με την επιχειρηματικότητα, είτε στα αρχικά, είτε σε επόμενα στάδια.** Αποτέλεσμα

της υψηλής καθιερωμένης επιχειρηματικότητας είναι η Ελλάδα να κατέχει την τρίτη υψηλότερη επίδοση και στη συνολική επιχειρηματικότητα μεταξύ των χωρών καινοτομίας.

- **Το ποσοστό του πληθυσμού που δηλώνει πως έχει διακόψει ή αναστείλει την επιχειρηματική του δραστηριότητα το 2016 ανέρχεται στο 3,8% του πληθυσμού (περίπου 260 χιλιάδες άτομα), υψηλότερα από το αντίστοιχο ποσοστό του 2015 (3,0%) και σε μεγάλη απόσταση από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (1,9%).** Επτά στους δέκα δηλώνουν ως βασικότερο λόγο διακοπής ή αναστολής λειτουργίας της επιχείρησης την έλλειψη κερδοφορίας. Ως ένα βαθμό, το εύρημα αυτό συνδέεται με το υψηλό επίπεδο επιχειρηματικότητας, καθώς σε χώρες με πολλά νέα εγχειρήματα, καταγράφονται αντίστοιχα και πολλές αποτυχίες. Συνεπώς, ο σχεδιασμός των πολιτικών για την τόνωση της επιχειρηματικότητας δεν αρκεί να εστιάζει απλώς στην ποσοτική ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, καθώς οι υψηλές επιδόσεις σε νεοφυείς επιχειρήσεις δεν εξασφαλίζουν απαραίτητα και βιώσιμη επιχειρηματικότητα. Αντίθετα, μπορεί να δημιουργούνται λιγότερες επιχειρήσεις σε μια οικονομία, αλλά με ποιοτικότερα χαρακτηριστικά και μεγαλύτερο πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα στην οικονομία.
- **Το 41% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (περίπου 160 χιλιάδες άτομα) ξεκίνησαν ένα επιχειρηματικό εγχείρημα από ανάγκη, ενώ το 36,1% (περίπου 140 χιλιάδες άτομα) διέκριναν κάποια επιχειρηματική ευκαιρία.** Σε σχέση με μέσο όρο των χωρών καινοτομίας, η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας κινείται σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα (55,8%), ενώ η επιχειρηματικότητα ανάγκης βρίσκεται σε υψηλότερα επίπεδα (22,8%). Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι **το 2016 σημειώνεται ενίσχυση του ποσοστού των ατόμων που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά από ευκαιρία**, σημειώνοντας για 3^η συνεχόμενη χρονιά μικρή άνοδο, εξέλιξη που ενδεχομένως συνδέεται και με τη μικρή αποκλιμάκωση της ανεργίας.
- **Ηλικιακά σχεδόν τρεις στους τέσσερις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων που εντόπισε η έρευνα κατά το 2016 είναι άνω των 35 ετών. Το 36,5% είναι 45-54 ετών, σχεδόν 10% του αντίστοιχου πληθυσμού, όσο περίπου και στις χώρες καινοτομίας (9%).** Γενικά πάντως είναι χαμηλότερη η συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα των ηλικιών μέχρι 34 ετών, σε σύγκριση με τις χώρες καινοτομίας. Σαφώς δεν είναι πάντα απαραίτητα επιθυμητή η ευρεία συμμετοχή των πολύ νέων στην επιχειρηματικότητα, καθώς αν και χαρακτηρίζονται από μεγαλύτερο πάθος και δυναμισμό σε σχέση με τις μεγαλύτερες ηλικίες, οι επιχειρηματίες νεότερης ηλικίας στερούνται εμπειρίας και γνώσης που ενδεχομένως να βελτιώνει τις πιθανότητες

επιτυχίας του εγχειρήματός τους. Άλλωστε γενικά στις πιο ανεπτυγμένες περιοχές του πλανήτη η έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας φαίνεται να είναι υπόθεση μεγαλύτερων ηλικιών, ενώ στις αναπτυσσόμενες χώρες, η ανάγκη βιοπορισμού οδηγεί περισσότερους νέους σε ηλικία στην επιλογή επιχειρηματικότητας.

- **Η γυναικεία επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων μειώθηκε σε 4,8% (περίπου 168 χιλιάδες γυναίκες) από 6% το 2015, ενώ στους άνδρες μειώθηκε σε 6,6% (περίπου 200 χιλιάδες άνδρες) από 7,5% το 2015.** Παρά την υποχώρηση στη γυναικεία επιχειρηματικότητα μετά από τρεις χρονιές ανόδου, το ποσοστό των γυναικών στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων παραμένει σε υψηλά επίπεδα (42%), εύρημα που θα πρέπει να αποδοθεί και στην υψηλότερη ανεργία στις γυναίκες ή/και στην ανάγκη για εισόδημα σε νοικοκυριά όπου ενδεχομένως χάνουν την απασχόληση οι άνδρες. Άλλωστε η επιχειρηματικότητα ανάγκης στις γυναίκες είναι πράγματι μεγαλύτερη από την αντίστοιχη των ανδρών.
- **Μόλις το 36% διαθέτει τουλάχιστον ένα πτυχίο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, με το 7,8% μάλιστα να διαθέτει κάποιου είδους μεταπτυχιακή ειδίκευση.** Σχεδόν το 42,7% όμως είναι απλώς Απόφοιτοι Λυκείου, ποσοστό μάλιστα που έχει ενισχυθεί σε σχέση με το 2015. Η εικόνα αυτή εντοπίζεται διαχρονικά στις έρευνες του GEM, και πιθανόν να αποτελεί ανησυχητικό στοιχείο για την εγχώρια επιχειρηματικότητα, καθώς δεν φαίνεται να κινητοποιούνται επαρκώς στην επιχειρηματικότητα άτομα από δεξαμενές υψηλότερου μορφωτικού επιπέδου.
- **Το 2,9% των ατόμων ηλικίας 18-64 ετών (περίπου 212 χιλιάδες άτομα) δήλωσαν πως διαδραμάτισαν ρόλο άτυπου επενδυτή για τη χρηματοδοτική υποστήριξη μιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας άλλων, ποσοστό ελαφρώς χαμηλότερο από το 2015, αλλά και από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (3,4%).** Ένα ποσοστό της τάξης του 84% των άτυπων επενδυτών αποτελούν μέλη του στενότερου ή ευρύτερου οικογενειακού κύκλου. Ο ρόλος των άτυπων επενδυτών για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας θα μπορούσε να θεωρηθεί σημαντικός σε μια χώρα όπου υπάρχει ένδεια σε χρηματοδοτικά εργαλεία. Από την άλλη πλευρά όμως, όταν οι άτυποι επενδυτές προέρχονται από το στενό οικογενειακό περιβάλλον, σημαίνει ότι η αξιολόγηση της βιωσιμότητας μιας επιχειρηματικής ιδέας ενδεχομένως να μην γίνεται αντικειμενικά, αλλά περισσότερο με συναισθηματικά κριτήρια, με ότι αυτό συνεπάγεται για την ποιότητα και τελικά τις πιθανότητες βιωσιμότητας και ανάπτυξης των επιχειρηματικών εγχειρημάτων.

Χαρακτηριστικά των επιχειρηματικών εγχειρημάτων

- Σε κλαδικό επίπεδο η εκτίναξη του ποσοστού των εγχειρημάτων στον πρωτογενή τομέα που σημειώθηκε το 2015 (12%) αποδεικνύεται συγκυριακή, καθώς το σχετικό μερίδιο περιορίζεται στο 7,7% το 2016. Ωστόσο εξακολουθεί να είναι μια από τις υψηλότερες σχετικές επιδόσεις διαχρονικά. Τα νέα εγχειρήματα στον κλάδο της μεταποίησης φαίνεται επίσης να μειώνονται, ενώ σημαντική άνοδος σημειώνεται στο ποσοστό των νέων εγχειρημάτων που εντάσσονται στις υπηρεσίες προς τους καταναλωτές. Συνεπώς, η σταθεροποίηση της οικονομίας το 2016 και η μικρή ενίσχυση της ιδιωτικής κατανάλωσης φαίνεται να ενισχύει και πάλι το ενδιαφέρον για εγχειρήματα λιανικής, εξέλιξη που επαναφέρει χαρακτηριστικά ενός προτύπου ανάπτυξης που χαρακτήρισε την εποχή προς της κρίσης.
- Τρεις στους πέντε επιχειρηματίες δηλώνουν ότι κανένας (δυνητικός) πελάτης δε θα θεωρήσει τα προϊόντα / υπηρεσίες τους νέα και πρωτοποριακά, ενώ και ένα 15,6% δηλώνει ότι όλοι θα θεωρήσουν τα προϊόντα τους ως καινοτομικά. Το εύρημα αυτό πιθανόν να οφείλεται στο γεγονός ότι τα νέα εγχειρήματα αφορούν κυρίως στους τομείς υπηρεσιών προς τον καταναλωτή, όπου η καινοτομία προϊόντος ή διεργασιών είναι εκ φύσεως αρκετά πιο περιορισμένη. Στο ίδιο πλαίσιο, το 55,3% των επιχειρηματιών δηλώνει πως πολλές επιχειρήσεις προσφέρουν παρόμοιο προϊόν ή υπηρεσία, με το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας στο 52%. Αξίζει να επισημανθεί πάντως ότι το ποσοστό των επιχειρηματιών που δηλώνουν ότι δεν έχουν κανέναν ανταγωνιστή εκτινάσσεται στο 10,5% το 2016, από μόλις 2,3% το 2015.
- Το 56% των επιχειρηματιών αρχικών-σταδίων αξιοποιούν γνωστές τεχνολογίες/διεργασίες για την παραγωγή προϊόντων / παροχή των υπηρεσιών τους, από 60,1% το 2015. Ταυτόχρονα, σχεδόν 2 στους 5 επιχειρηματίες - από τις υψηλότερες επιδόσεις στην Ευρώπη - δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν εντελώς νέες τεχνολογίες, εύρημα που αξιολογείται θετικά, καθώς ο τεχνολογικός εκσυγχρονισμός των νέων εγχειρημάτων αποτελεί τη βάση για μια βιώσιμη και με προοπτικές ανάπτυξης επιχειρηματικότητα.
- Σχεδόν ένας στους τρεις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων το 2016 φαίνεται να μην απασχολεί κανέναν άλλον στο νέο του εγχείρημα, ενώ το 61% απασχολεί έως 5 άτομα κατά την έναρξη. Τα νέα εγχειρήματα φαίνεται τελικά να είναι πολύ μικρές επιχειρήσεις, κάτι πάντως που συμβαίνει σε αρκετές χώρες. Επιπροσθέτως, σχεδόν 3 στους 4 επιχειρηματίες αρχικών σταδίων εκτιμούν ότι την επόμενη πενταετία θα

δημιουργήσουν τουλάχιστον μια θέση εργασίας, με τους περισσότερους όμως (58%) να δηλώνουν ότι οι θέσεις αυτές δεν αναμένεται να είναι πάνω από πέντε.

Αν και η νέα επιχειρηματικότητα εντοπίζεται σε επαρκώς υψηλά ποσοστά αναφορικά με το σύνολο του πληθυσμού, δεν φαίνεται ωστόσο να επεκτείνεται σε όρους απασχόλησης, κάτι που καταγράφεται επίσης διαχρονικά στη χώρα. Κατά βάση δηλαδή τα νέα εγχειρήματα προσφέρουν απασχόληση στους ιδρυτές τους.

- Ένας στους τρεις επιχειρηματίες δηλώνει ότι απευθύνεται αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά, ενώ ίδιο και το ποσοστό των επιχειρήσεων που δηλώνει ότι πάνω από το ¼ του τζίρου τους προέρχεται από πελάτες εξωτερικού, επίδοση ελαφρώς χαμηλότερη από τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (35%). Η έντονη εξωστρέφεια ωστόσο φαίνεται να σχετίζεται με τον σχετικά υψηλό αριθμό εγχειρημάτων υπηρεσιών στον κλάδο του τουρισμού και των συναφών δραστηριοτήτων, που εκ φύσεως έχουν έναν εξωστρεφή χαρακτήρα. Πάντως για πρώτη φορά φαίνεται να ενισχύεται εκτός από την έκταση των εξαγωγών και η έντασή τους, καθώς το ποσοστό όσων εξάγουν πάνω από το 25% του κύκλου εργασιών τους για πρώτη φορά ξεπερνά το 70%.

Προσωπικές και πολιτισμικές στάσεις ως προς την επιχειρηματικότητα

- Εξακολουθεί να κινείται σε πολύ χαμηλά επίπεδα το ποσοστό του πληθυσμού που διαβλέπει επιχειρηματικές ευκαιρίες το επόμενο 6μήνο στη χώρα, καθώς αυτό είναι μόλις 13% (από 14% το 2015). Πρόκειται μάλιστα για τη χαμηλότερη επίδοση σε παγκόσμιο επίπεδο και μάλιστα με σημαντική απόκλιση από τις χώρες που ακολουθούν. Φαίνεται πώς οι αβεβαιότητες σχετικά με το εφαρμοζόμενο πρόγραμμα οικονομικής πολιτικής επιβάρυναν το κλίμα της ελληνικής επιχειρηματικότητας το 2016.
- Το 41,7% του πληθυσμού (από 46,8% το 2015), - ανεξαρτήτως δηλαδή αν ασχολείται με την επιχειρηματικότητα - δηλώνει ότι διαθέτει τις ικανότητες, τις γνώσεις και την εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ειδικά όμως στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, το ποσοστό αυτό διαμορφώνεται πάνω από το 71%, δείγμα της εμφατικής αυτοπεποίθησής τους.
- Περίπου το 64% των πολιτών της χώρας δηλώνουν ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί μια καλή επιλογή επαγγελματικής σταδιοδρομίας, ενώ ένα 65,9% δηλώνει ότι οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες αντιμετωπίζονται με σεβασμό και καταξίωση στη χώρα. Αυτό είναι ένα από τα υψηλότερα ποσοστά που

καταγράφονται από την έναρξη της κρίσης. Από την άλλη πλευρά, η Ελλάδα συνεχίζει να καταγράφει μία από τις χαμηλότερες επιδόσεις στην Ευρώπη στην προβολή επιτυχημένων περιπτώσεων επιχειρηματιών από τα μέσα ενημέρωσης.

- **Σχετικά με το φόβο αποτυχίας, η Ελλάδα διατηρεί διαχρονικά μία από τις υψηλότερες επιδόσεις στον κόσμο, τάση πάντως που έχει ενισχυθεί συνολικά στην Ευρώπη τα τελευταία χρόνια.** Μετά το 2009 φαίνεται να διαγράφει ανοδική πορεία κυρίως ως απόρροια της οικονομικής κρίσης, ενώ παραμένει διαχρονικά πάνω από το μακροχρόνιο μέσο όρο του. Έτσι το 2016, διαμορφώνεται στο 70,4% του πληθυσμού, μία από τις υψηλότερες επιδόσεις διαχρονικά.

Επιχειρηματικότητα ατόμων μεγαλύτερης ηλικίας (senior entrepreneurship)

Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων που εκδηλώνουν άτομα σχετικά μεγαλύτερης ηλικίας (senior entrepreneurship), έχει αρχίσει να αποκτά ενδιαφέρον σε ερευνητικό επίπεδο αλλά και ως πεδίο άσκησης πολιτικών για την επιχειρηματικότητα. Λόγω των δημογραφικών εξελίξεων και της βελτίωσης στο προσδόκιμο αλλά και στην ποιότητα ζωής, η λεγόμενη "τρίτη ηλικία" δεν είναι πλέον μια σύντομη και αδρανής περίοδος στη ζωή ενός ατόμου. Πολλά από τα άτομα αυτά επιθυμούν να παραμείνουν ενεργοί και να διερευνήσουν νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, είτε αν είχαν ήδη μια επιτυχημένη επιχειρηματική εμπειρία να μπορέσουν να μεταλαμπαδεύσουν την εμπειρία τους σε άλλους. Σε σύγκριση μάλιστα με τις νεώτερες γενιές τα άτομα αυτά – πέρα από την εμπειρία τους - έχουν κατά κανόνα αναπτύξει ένα ευρύτερο δίκτυο επαγγελματικών γνωριμιών, το οποίο μπορεί να αποδειχθεί κρίσιμο στη στήριξη νέων εγχειρημάτων. Επίσης, είναι σε θέση να αξιοποιήσουν καλύτερα πληροφορίες και γνώσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντός τους και να λάβουν καλύτερες (more informed) αποφάσεις. Σαφώς από την άλλη πλευρά, είναι ίσως λιγότερο θετικοί στην ανάληψη ρίσκου ή σε αναζήτηση πολύ υψηλών αποδόσεων, με αποτέλεσμα να είναι και πιο συντηρητικοί σε πιθανές επιλογές τους.

Ωστόσο, τα άτομα αυτά αντιμετωπίζουν ορισμένες προκλήσεις, καθώς δεν αποτελούν τους συνήθεις «ωφελούμενους» από παραδοσιακούς μηχανισμούς υποστήριξης των επιχειρήσεων. Η αξιοποίηση των δυνατοτήτων που προσφέρει αυτή η ολοένα και μεγαλύτερη δεξαμενή ανθρώπων, εντάσσεται σε σχετικές δράσεις της Ευρωπαϊκής Κοινότητας που σχεδιάζει πολιτικές που αξιοποιούν τις γνώσεις και τις ικανότητες αυτών των ατόμων και τρόπους με τους οποίους θα μπορούν να συμμετέχουν πιο ενεργά στην επιχειρηματικότητα.

Στην Ελλάδα και σε ότι αφορά, την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, το 2016, φαίνεται να **μειώνονται τα νέα εγχειρήματα** σε όλες τις ηλικιακές ομάδες, με το φαινόμενο να γίνεται **πιο έντονο στους επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας**, όπου ο σχετικός δείκτης υποχωρεί στο 5,9% από 7,2% το 2015 (2003-2016: 4,8%). Διαχρονικά, μόλις ένας στους τέσσερις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων ανήκει στη μεγαλύτερη ηλικιακή ομάδα, ενώ **βασικό κίνητρο επιχειρηματικότητας φαίνεται να αποτελεί η ανάγκη**. Από την άλλη πλευρά, οι γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων αυτής της ηλικίας είναι περισσότερες από τους άνδρες (53% έναντι 47%), κάτι που δε συμβαίνει στις νεότερες ηλικίες.

Σε κλαδικό επίπεδο, τα περισσότερα νέα εγχειρήματα αφορούν σε υπηρεσίες προς τον καταναλωτή σε όλες τις ηλικιακές ομάδες, ωστόσο **ένα σημαντικό ποσοστό των νέων εγχειρημάτων από άτομα μεγαλύτερης ηλικίας (σχεδόν 1 στα 3) αφορά στη μεταποίηση, όταν στα εγχειρήματα μέσης ηλικίας το ποσοστό φτάνει μόλις το 17%**. Από την άλλη πλευρά, καταγράφεται το φαινομενικά παράδοξο γεγονός **τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας να αισθάνονται λιγότερο σίγουροι και ασφαλείς για τις γνώσεις που διαθέτουν για τη δημιουργία νέων εγχειρημάτων, σε σχέση με τους νεότερους**. Αυτό θα μπορούσε να προκύπτει ως απόρροια του γεγονότος ότι ένα ποσοστό αυτών των ατόμων μεγαλύτερης ηλικίας διαθέτει μόνο τη βασική εκπαίδευση (14%), και κινητοποιείται στην επιχειρηματικότητα από ανάγκη.

Σε ότι αφορά την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών /διεργασιών στα εγχειρήματά τους, **οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων μέσης και μεγαλύτερης ηλικίας χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό παλαιότερες τεχνολογίες σε σχέση με τους νεότερους**. Από την άλλη πλευρά, όσον αφορά στην εξωστρέφεια, **οι επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας φαίνεται να είναι πιο εξωστρεφείς σε σχέση με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες**, με το 38% αυτών να έχει τουλάχιστον το ¼ των πελατών του στο εξωτερικό, έναντι 32% και 12% των επιχειρηματιών μέσης ηλικίας και των νέων.

Οι απόψεις των εμπειρογνώμωνων

Το IOBE διεξάγει στο πλαίσιο του GEM και μια πρόσθετη εμπειρική εργασία που βασίζεται σε έρευνα με ερωτηματολόγιο σε εθνικούς εμπειρογνώμονες, ειδικούς σε διάφορες διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος σε κάθε χώρα. **Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας του 2016, το επιχειρηματικό περιβάλλον στη χώρα παραμένει δυσμενέστερο σε σύγκριση με τις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες καινοτομίας σε αρκετές διαστάσεις του**. Η χαμηλή δυναμική της ελληνικής επιχειρηματικότητας ερμηνεύεται σε ένα βαθμό από τις επιπτώσεις της κρίσης, κυρίως όμως οφείλεται σε δομικές/διαρθρωτικές αδυναμίες της χώρας που έχουν να κάνουν με την γραφειοκρατία, το ασταθές φορολογικό πλαίσιο, αλλά

και τη μη διαθεσιμότητα ή μη αποτελεσματική λειτουργία μηχανισμών προώθησης και υποστήριξης της επιχειρηματικότητας.

Τα βασικά εμπόδια επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στην Ελλάδα σε σημαντικό βαθμό εκπορεύονται από την έλλειψη ενός γενικότερου πλαισίου εθνικών πολιτικών για την επιχειρηματικότητα, αλλά και την αναποτελεσματικότητα των πολιτικών σε ότι αφορά στη φορολογία των νέων επιχειρήσεων, στη γραφειοκρατία, αλλά και σε άλλους παράγοντες όπως π.χ. στη μη αποτελεσματική λειτουργία των δημόσιων φορέων που εποπτεύουν την ίδρυση των νέων επιχειρήσεων. Σημαντικά προσκόμματα στην επιχειρηματικότητα τίθενται ακόμα από τη δυσκολία πρόσβασης σε χρηματοδότηση, τα υψηλά εμπόδια εισόδου στην αγορά, αλλά και τη λειτουργία του ευρύτερου πολιτικού και κοινωνικού περιβάλλοντος. Από την άλλη όμως, βασικά κίνητρα προώθησης της επιχειρηματικότητας, σύμφωνα με τους εμπειρογνώμονες μπορούν να αποτελέσουν η αναβάθμιση του επιπέδου εκπαίδευσης, εστιάζοντας κυρίως στην ανάπτυξη του επιχειρείν και η υλοποίηση δράσεων που ενθαρρύνουν την επιχειρηματικότητα και παρέχουν κίνητρα για την έναρξη εγχειρημάτων. Συνεπώς, οι δράσεις και οι στρατηγικές που θα ενισχύσουν την επιχειρηματικότητα θα πρέπει να εστιάσουν σε στρατηγικές ενίσχυσης επιχειρηματικότητας, με δημόσια αλλά και ιδιωτικά προγράμματα, όπως και στοχευμένες πρωτοβουλίες για επιχειρηματίες, γυναίκες και νέους άνεργους, αλλά και στην ανάπτυξη σύγχρονων εναλλακτικών χρηματοδοτικών εργαλείων.

Η επιχειρηματική εξωστρέφεια και ο ρόλος της ηλικίας

Η δημιουργία μιας κρίσιμης μάζας διεθνοποιημένων επιχειρήσεων μπορεί να συμβάλει στη ριζική αναδιάρθρωση του εθνικού παραγωγικού συστήματος και να αποτελέσει κινητήριο μοχλό για την οικονομική μεγέθυνση και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας. Ωστόσο, η επίκληση απλά της εξωστρέφειας προβάλλεται συχνά απλώς ως επιθυμητή επιλογή και ως επιχειρηματική διέξοδος από εγχώριες στρεβλώσεις και όχι ως συνεκτική στρατηγική. Όμως είναι σαφές πια ότι πρόκειται για μια διαδικασία που απαιτεί ιδιαίτερες ικανότητες από την πλευρά των επιχειρήσεων σε διάφορα επίπεδα (οργανωσιακά, ανθρώπινου δυναμικού, δικτύωση, κλπ.) αλλά και προϊόντα/υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας που να μπορούν να προσελκύσουν διατηρήσιμη εξωτερική ζήτηση.

Από μια οικονομετρική ανάλυση που πραγματοποιήθηκε στα διαχρονικά εθνικά δεδομένα του GEM προκύπτει ότι ο εξαγωγικός προσανατολισμός της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα, εξαρτάται κυρίως από τις αντιλήψεις των επιχειρηματιών και τις τεχνολογικές ικανότητες των επιχειρηματικών εγχειρημάτων. Συγκεκριμένα, αυξημένη εξωστρέφεια εμφανίζουν οι επιχειρηματίες που είναι εξοικειωμένοι από τις κοινωνικές τους γνωριμίες με επιχειρηματικά μοντέλα, αναπτύσσουν καινοτόμα προϊόντα/υπηρεσίες και

χρησιμοποιούν τις πιο πρόσφατες τεχνολογίες, αλλά εμφανίζουν και ισχυρότερο φόβο αποτυχίας.

Ωστόσο, φαίνεται οι επιδράσεις αυτών των προσδιοριστικών παραγόντων να διαφοροποιούνται σε κάποιο βαθμό μεταξύ των μεγαλύτερης ηλικίας επιχειρηματιών και των νεαρής-μέσης ηλικίας επιχειρηματιών. Και τούτο διότι τα εμπειρικά ευρήματα δείχνουν πως η εξοικείωση με επιχειρηματικά μοντέλα διευκολύνει την εξαγωγική δραστηριότητα για τους νέους και μέσης ηλικίας επιχειρηματίες και δεν επηρεάζει σημαντικά τους μεγαλύτερης ηλικίας επιχειρηματίες. Τέλος, ο βαθμός καινοτομίας φαίνεται να διευκολύνει την εξαγωγική επέκταση και στα δύο εξεταζόμενα ηλικιακά κλιμάκια, αλλά με πιο ισχυρή επίδραση στους επιχειρηματίες νεαρής και μέσης ηλικίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟ 2016

1.1 ΓΕΝΙΚΗ ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το ερευνητικό πρόγραμμα του Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ξεκίνησε το 1999, ενώ η πρώτη ελληνική συμμετοχή πραγματοποιήθηκε το 2003, μέσω του IOBE. Έκτοτε συνεχίζεται ανελλιπώς κάθε χρόνο, ενώ διευρύνεται το φάσμα των οικονομιών που καλύπτει, με αποτέλεσμα το 2016 να συμμετέχουν πλέον περί τις 64 χώρες από όλες τις οικονομικές ζώνες του κόσμου¹. Έτσι αφενός έχει εμπλουτιστεί σημαντικά το εμπειρικό επίπεδο του προγράμματος, αφετέρου προσφέρεται η δυνατότητα για ακόμα μεγαλύτερη συγκριτική αξιολόγηση. Πράγματι, η συμβολή που έχουν τα αποτελέσματα της έρευνας στη δημόσια συζήτηση για την προώθηση της επιχειρηματικότητας διεθνώς, έχει ενισχυθεί, με πλήθος αναφορών σε επίπεδο επιστημονικών δημοσιεύσεων, αλλά και επιμέρους μελετών.

Στη φετινή έκθεση αξιολογείται η εξέλιξη των χαρακτηριστικών της νέας επιχειρηματικότητας που εκδηλώθηκε στη χώρα το 2016, εστιάζοντας όπως πάντα κυρίως στην επιχειρηματικότητα που βρίσκεται στα αρχικά στάδια. Ζητήματα, όπως η δυναμική ανάπτυξης, η εξωστρέφεια, ο βαθμός καινοτομίας και η τεχνολογική αναβάθμιση των νέων εγχειρημάτων αναλύονται διεξοδικά, όπως επίσης το προφίλ και τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των νέων επιχειρηματιών, το κίνητρο της επιχειρηματικής τους δραστηριοποίησης, αλλά και οι προδιαθέσεις και αντιλήψεις του ευρύτερου πληθυσμού απέναντι στην επιχειρηματικότητα.

Δύο ειδικά θέματα αναλύονται εκτενέστερα στη φετινή έκθεση: α) το ζήτημα της επιχειρηματικότητας των ατόμων μεγαλύτερης ηλικίας (senior entrepreneurship) και β) οι προσδιοριστικοί παράγοντες που συνεισφέρουν στην εξωστρέφεια των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων, δίνοντας έμφαση όπως και εδώ στην ηλικία.

Η δομή της έκθεσης είναι η ακόλουθη: στο πρώτο - και κεντρικότερο - κεφάλαιο της έκθεσης - αναλύονται οι βασικοί δείκτες της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, δηλαδή η διαχρονική εξέλιξη των προσωπικών, δημογραφικών και ποιοτικών χαρακτηριστικών των επιχειρηματιών που εντόπισε η έρευνα για το 2016, καθώς και η σύγκριση με την υπόλοιπη Ευρώπη. Στο δεύτερο κεφάλαιο της έκθεσης εξετάζεται η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων σε μεγαλύτερης ηλικίας άτομα στην Ελλάδα, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στα ποιοτικά και δημογραφικά γνωρίσματα των νέων εγχειρημάτων, ενώ παράλληλα

¹ Είναι χαρακτηριστικό ότι οι χώρες που συμμετέχουν πλέον στο GEM καλύπτουν το 84,9% του παγκόσμιου ΑΕΠ και το 69,2% του παγκόσμιου πληθυσμού.

πραγματοποιείται και μια συγκριτική ανάλυση με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες. Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας για το επιχειρηματικό περιβάλλον της χώρας, όπως προέκυψαν από τους 36 εθνικούς εμπειρογνώμονες της επιχειρηματικότητας. Τέλος, στο τέταρτο μέρος της έκθεσης παρουσιάζεται μια εμπειρική εργασία που έχει ως στόχο να εντοπίσει τους παράγοντες εκείνους που φαίνεται να παίζουν μεγαλύτερο ρόλο στην εξωστρέφεια των επιχειρηματικών εγχειρημάτων.

1.2 ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

1.2.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Ο βασικός δείκτης επιχειρηματικότητας που αναλύεται στο πλαίσιο της έρευνας του GEM αφορά στην λεγόμενη «επιχειρηματικότητα αρχικών-σταδίων»² που υπολογίζεται σε εθνικό επίπεδο από το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, το οποίο βρισκόταν στο στάδιο εκκίνησης ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος κατά τη στιγμή της έρευνας. Τα άτομα αυτά σύμφωνα με το εννοιολογικό πλαίσιο του GEM μπορούν να διακριθούν σε δύο επιμέρους κατηγορίες:

α) τους «επίδοξους» (nascent) επιχειρηματίες, εκείνους δηλαδή που βρίσκονται στο στάδιο σχεδιασμού για την ανάληψη και υλοποίηση μιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας ή/και μόλις ξεκινούν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα και

β) στους «νέους» επιχειρηματίες, εκείνους δηλαδή που η επιχειρηματική τους δραστηριοποίηση έχει ξεκινήσει πρόσφατα για τουλάχιστον 3 μήνες, αλλά δεν έχει υπερβεί σε διάρκεια τους 42 μήνες.³

Με δεδομένο ότι οι χώρες που συμμετέχουν στο GEM είναι αρκετά ετερογενείς, για να έχει ουσιαστικό περιεχόμενο η συγκριτική ανάλυση μεταξύ τους, έχει γίνει μία ταξινόμηση σε τρεις ομάδες, με βάση τα χαρακτηριστικά τους και έχοντας ως πρότυπο την ομαδοποίηση του World Economic Forum και της έκθεσης Global Competitiveness Report. Αναλυτικότερα, η πρώτη κατηγορία (Ομάδα Α) περιλαμβάνει τις χώρες χαμηλού κατά κεφαλήν εισοδήματος, το προϊόν των οποίων προέρχεται κυρίως από την αξιοποίηση πρωτογενών συντελεστών παραγωγής, αντιπροσωπεύει δηλαδή χώρες που χαρακτηρίζονται ως χώρες χαμηλού κόστους. Η δεύτερη κατηγορία (Ομάδα Β) εμπεριέχει χώρες μεσαίου εισοδήματος, η ανάπτυξη των οποίων βασίζεται στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας της οικονομίας

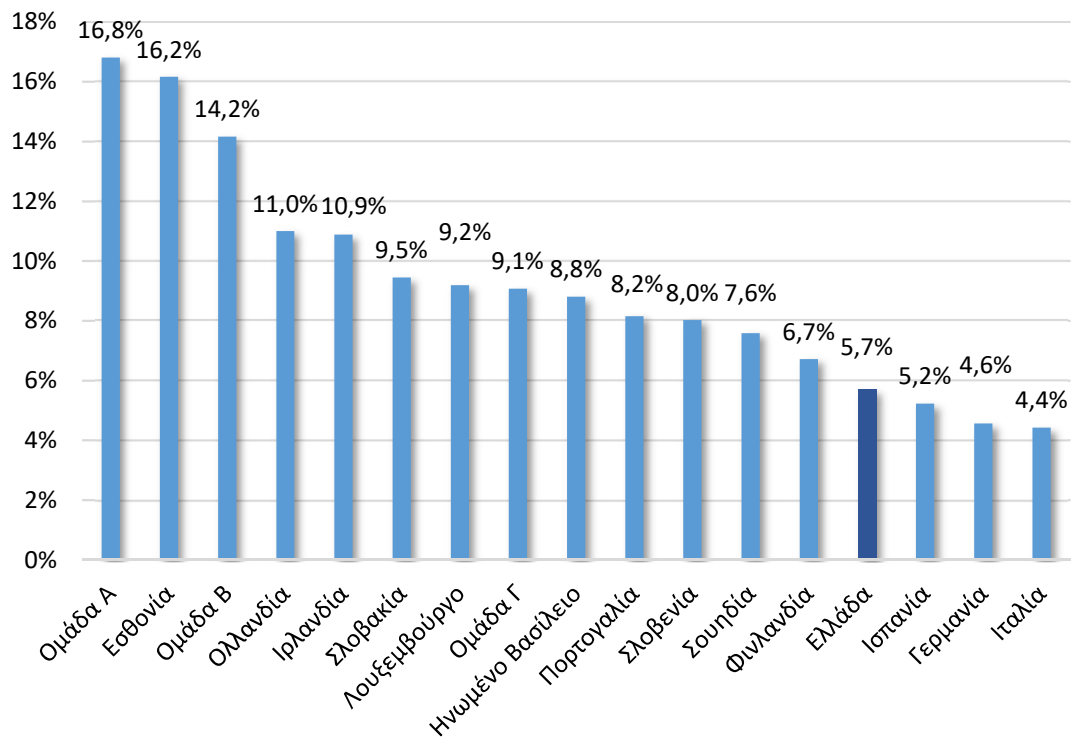
² Πρόκειται για τον δείκτη Total Early-Stage Entrepreneurial activity (TEA).

³ Αναλυτικότερα οι ορισμοί που αφορούν τις συγκεκριμένες κατηγορίες επιχειρηματιών περιγράφονται στο Παράρτημα της έκθεσης, όπου αποσαφηνίζονται και οι υπόλοιποι βασικοί δείκτες του GEM.

τους. Τέλος, η τρίτη (Ομάδα Γ) περιλαμβάνει αναπτυσσόμενες χώρες, χώρες υψηλού εισοδήματος δηλαδή, οι οποίες βασίζουν την ανάπτυξή τους στη συνεχή προώθηση της καινοτομίας προϊόντος και διεργασιών. Η Ελλάδα ανήκει σε αυτήν την ομάδα Γ, κάτι που σημαίνει ότι είναι δόκιμο να συγκρίνεται κυρίως με αυτές τις χώρες.

Το Διάγραμμα 1.1 που ακολουθεί αποτυπώνει τον δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων για το 2016 σε επιλεγμένες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπως και οι μέσοι όροι στις τρεις ομάδες χωρών που αναφέρθηκαν⁴.

Διάγραμμα 1.1: Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά χώρα (2016)



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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

⁴ Η ομάδα Α (χώρες χαμηλού κόστους) περιλαμβάνει τις εξής χώρες: Μπουρκίνα Φάσο, Καμερούν, Σενεγάλη, Ινδία, Ιράν, Καζακστάν και Ρωσία. Η ομάδα Β (χώρες βελτίωσης αποτελεσματικότητας) περιλαμβάνει τις εξής χώρες: Αίγυπτος, Μαρόκο, Νότιος Αφρική, Κίνα, Γεωργία, Ινδονησία, Ιορδανία, Λίβανος, Μαλαισία, Σαουδική Αραβία, Ταϊλάνδη, Τουρκία, Αργεντινή, Μπελίζ, Βραζιλία, Χιλή, Κολομβία, Εκουαδόρ, Ελ Σαλβαδόρ, Γουατεμάλα, Παναμάς, Περού, Ουρουγουάη, Πουέρτο Ρίκο, Τζαμάικα, Βουλγαρία, Κροατία, Ουγγαρία, Λετονία, Πολωνία, Σλοβακία και ΠΓΔΜ. Τέλος η ομάδα Γ (χώρες καινοτομίας) περιλαμβάνει τις εξής χώρες: Αυστρία, Κύπρος, Εσθονία, Φινλανδία, Γαλλία, Γερμανία, Ελλάδα, Ιρλανδία, Ιταλία, Λουξεμβούργο, Ολλανδία, Πορτογαλία, Σλοβενία, Ισπανία, Σουηδία, Ηνωμένο Βασίλειο, Αυστραλία, Ισραήλ, Χονγκ Κονγκ, Κατάρ, Νότια Κορέα, Ταϊβάν, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Καναδάς, Πουέρτο Ρίκο και Η.Π.Α.

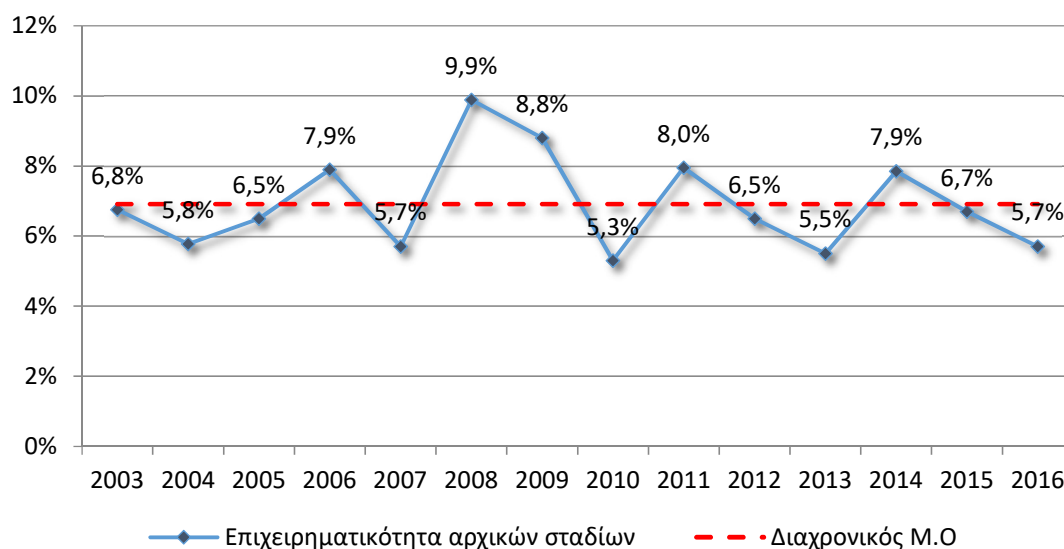
Όπως συμβαίνει με συστηματικό τρόπο όλα τα χρόνια, οι χώρες που ανήκουν στις ομάδες Α και Β που είναι κατά κανόνα χώρες χαμηλότερου βιοτικού επιπέδου παρουσιάζουν και το 2016 υψηλότερα ποσοστά επιχειρηματικής δραστηριοποίησης έναντι των χωρών που ανήκουν στην ομάδα Γ. Το συγκεκριμένο εύρημα οφείλεται κυρίως στο ότι σε αυτές τις χώρες η αναζήτηση εργασίας είναι μία δύσκολη υπόθεση, με αποτέλεσμα τα άτομα να ωθούνται στην επιχειρηματικότητα, που συνήθως αφορά στην αυτοαπασχόληση και την μικροεπιχειρηματικότητα, για καθαρά βιοποριστικούς λόγους. Η έλλειψη μεγάλων επιχειρήσεων, οι δυσκολίες εύρεσης εξαρτημένης εργασίας, σε συνδυασμό με τον διευρυνόμενο εργατικό δυναμικό, ωθούν τα άτομα στην «επιχειρηματικότητα ανάγκης» που καταγράφεται έτσι ισχυρή στις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες, όπως θα φανεί και στη συνέχεια.

Στην Ελλάδα το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών που εντάσσεται το 2016 σε αρχικά στάδια επιχειρηματικής δραστηριότητας υποχωρεί σημαντικά στο 5,7% (380 χιλιάδες άτομα) από 6,7% (450 χιλιάδες άτομα) το 2015. Πρόκειται σαφώς για μία από τις χαμηλότερες διαχρονικά επιδόσεις της χώρας, ενώ είναι χαμηλότερη και από το μέσο όρο των χωρών της Ομάδας Γ (2016: 9,1%).

Αξίζει να σημειωθεί ότι από το 2014, όταν ο σχετικός δείκτης άγγιξε οριακά το 8%, καταγράφεται μια συνεχής εξασθένηση του σχετικού δείκτη, γεγονός που συνδέεται με την ενίσχυση της αστάθειας στη χώρα. Στο εν λόγω διάστημα, οι πολιτικοοικονομικές εξελίξεις είχαν δημιουργήσει ένα νέο οικονομικό και επιχειρηματικό περιβάλλον, τόσο στο εσωτερικό της χώρας, όσο και σε σχέση με τους εταίρους και πιστωτές, προς τους οποίους και απευθυνθήκαμε για να χρηματοδοτική υποστήριξη. Ταυτόχρονα, από το καλοκαίρι του 2015 και μετά είχαμε την επιβολή κεφαλαιακών περιορισμών, μοναδική εξέλιξη για τη σύγχρονη οικονομική ιστορία της χώρας. Η υποχώρηση του 2016 θα πρέπει να συνδεθεί ωστόσο και με τις φορολογικές επιβαρύνσεις οι οποίες εντάθηκαν και πίεσαν τη νέα μικρή επιχειρηματικότητα και την έναρξη αυτοαπασχόλησης⁵. Συνεπώς, αυτή η υποχώρηση μάλλον θα πρέπει να θεωρηθεί λογική στο συγκεκριμένο πλαίσιο που μετρήθηκε. Σε κάθε περίπτωση η επίδοση αυτή φέρνει την Ελλάδα όχι μόνο κάτω από τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας, αλλά και χαμηλότερα από το διαχρονικό μέσο του δείκτη (2003-2016: 6,9%). Συνολικά πάντως, η εξέλιξη του δείκτη αυτού τα τελευταία χρόνια φαίνεται να εμφανίζει αρκετές διακυμάνσεις με το φετινό δείκτη να κινείται κάτω από τα όρια του μακροχρόνιου μέσου όρου του (Διάγραμμα 1.2).

⁵ Σύμφωνα με τις Έρευνες Εργατικού Δυναμικού της ΕΛΣΤΑΤ, το ποσοστό των αυτοαπασχολούμενων με ή χωρίς προσωπικό υποχώρησε σταδιακά από το 32,1% το 2013 σε 30,2% το 2016 (<http://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SJO03/>)

Διάγραμμα 1.2: Διαχρονική εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως % του πληθυσμού στην Ελλάδα



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διακρίνοντας μεταξύ των δύο κατηγοριών επιχειρηματιών, δηλαδή τους επίδοξους και τους νέους επιχειρηματίες, διαπιστώνουμε ότι το 44% αυτών ανήκει στη δεύτερη κατηγορία, όσο περίπου ήταν και το 2015 (41%). **Αυτό σημαίνει ότι σχεδόν οι μισοί επιχειρηματίες (περί τα 200 χιλ. άτομα) βρίσκονται ενεργά στο στάδιο της έναρξης της επιχείρησής τους ήδη για 3 μήνες.** Η επίδοση αυτή βρίσκεται λίγο πάνω από το μέσο όρο των χωρών της καινοτομίας, ενώ φαίνεται να είναι συστηματικό εύρημα των τελευταίων ετών. Συνεπώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ως ενδεικτικός ποσοτικός στόχος για την ουσιαστική ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, καθώς είναι φανερό ότι περίπου αυτό είναι το ποσοστό των επιχειρηματικών αρχικών σταδίων που τελικά πραγματοποιεί το κρίσιμο βήμα από την προεργασία (επίδοξος) στην πραγματική έναρξη δραστηριότητας (νέος επιχειρηματίας).

1.2.2 ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η **καθιερωμένη επιχειρηματικότητα** αναφέρεται στα άτομα (ηλικίας 18-64 ετών) τα οποία δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά (τουλάχιστον για 3,5 χρόνια) στη χώρα. Ο δείκτης αυτός ουσιαστικά δίνει μια εικόνα για το επόμενο στάδιο της επιχειρηματικής ενεργοποίησης, καθώς τελικά και τη συνολική επιχειρηματικότητα σε μια χώρα. Η Ελλάδα βρίσκεται και το 2016 στην 1^η θέση των χωρών καινοτομίας, και γενικότερα στις πρώτες θέσεις παγκοσμίως, καθώς ο σχετικός δείκτης αυξήθηκε στο 14,1% από 13,1% το 2015 (μέσος όρος χωρών καινοτομίας στο 6,8% το 2016). Οι υψηλές επιδόσεις της χώρας στον δείκτη καθιερωμένης επιχειρηματικότητας αποτελούν άλλωστε άλλη μία έκφραση της ισχυρής αυτοαπασχόλησης

και μικροεπιχειρηματικότητα, που κυριαρχούν στη δομή του ελληνικού παραγωγικού συστήματος. Αποτέλεσμα της υψηλής καθιερωμένης επιχειρηματικότητας είναι η Ελλάδα να κατέχει την τρίτη υψηλότερη επίδοση και στη συνολική επιχειρηματικότητα μεταξύ των χωρών καινοτομίας, όπως αυτή ορίζεται από το άθροισμα των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων και των καθιερωμένων επιχειρηματιών. Έτσι τελικά διαπιστώνεται ότι περίπου το 20% του πληθυσμού 18-64 ετών, περίπου 1,33 εκατ. άτομα – όπως και το 2015 - έχει κάποια σχέση με την επιχειρηματικότητα, είτε στα αρχικά, είτε σε επόμενα στάδια ανάπτυξης (Πίνακας 1.1).

Πίνακας 1.1: Συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανά χώρα (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, 2016)

	Επίδοξοι επιχειρηματίες	Νέοι επιχειρηματίες	Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα
Γερμανία	2,9	1,7	4,6	7,0	11,6
Ελλάδα	3,2	2,6	5,7	14,1	19,8
Εσθονία	11,7	4,8	16,2	7,8	23,9
Ην. Βασίλειο	5,2	3,7	8,8	6,1	14,9
Ιρλανδία	7,0	4,4	10,9	4,4	15,3
Ισπανία	2,3	2,9	5,2	6,2	11,4
Ιταλία	2,3	2,2	4,4	5,3	9,7
Λουξεμβούργο	6,4	2,9	9,2	3,2	12,4
Ολλανδία	5,7	5,4	11,0	10,2	21,2
Πορτογαλία	4,7	3,7	8,2	7,1	15,3
Σλοβακία	6,4	3,2	9,5	6,1	15,6
Σλοβενία	5,1	3,1	8,0	6,8	14,8
Σουηδία	5,8	1,8	7,6	4,5	12,1
Φινλανδία	4,3	2,7	6,7	7,3	14,0
Ομάδα Α	10,0	7,3	16,8	11,2	28,0
Ομάδα Β	8,0	6,5	14,2	8,6	22,8
Ομάδα Γ	5,5	3,7	9,1	6,7	15,8

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.2.3 ΔΙΑΚΟΠΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Στο πλαίσιο της έρευνας του GEM καταγράφεται και το ποσοστό του πληθυσμού 18-64 ετών που δηλώνει πως διέκοψε ή ανέστειλε την επιχειρηματική του δραστηριότητα, με το δείκτη το 2016 να ανέρχεται στο 3,8% του πληθυσμού (περίπου 260 χιλιάδες άτομα), υψηλότερα από το αντίστοιχο ποσοστό το 2015 (3,0%), αλλά ταυτόχρονα και σε μεγάλη απόσταση από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (1,9%, Πίνακας 1.2). Πρόκειται πάντως για δείκτη που

παραδοσιακά η Ελλάδα εμφανίζει υψηλές τιμές, λόγω του υψηλού επιπέδου επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων: σε χώρες όπου ξεκινούν πολλά νέα εγχειρήματα, είναι λογικό να καταγράφονται αντίστοιχα και πολλές αποτυχίες. **Συνεπώς, ο σχεδιασμός των πολιτικών για την τόνωση της επιχειρηματικότητας δεν αρκεί να εστιάζει απλώς στην ποσοτική ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, καθώς οι υψηλές επιδόσεις σε νεοφυείς επιχειρήσεις δεν εξασφαλίζουν απαραίτητα και βιώσιμη επιχειρηματικότητα. Αντίθετα, μπορεί να δημιουργούνται λιγότερες επιχειρήσεις σε μια οικονομία, αλλά με ποιοτικότερα χαρακτηριστικά και μεγαλύτερο πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα στην οικονομία.**

Επιπλέον, μόλις το 0,3% του πληθυσμού δηλώνει ότι έχει απλώς αποχωρήσει από το εταιρικό σχήμα, ενώ η επιχείρηση συνεχίζει να λειτουργεί, όταν το αντίστοιχο ποσοστό των χωρών καινοτομίας διαμορφώνεται στο 1%. **Συνεπώς, στην Ελλάδα μάλλον είναι σπάνιο το φαινόμενο να εγκαταλείπει κάποιος το εγχείρημα το οποίο ξεκίνησε, σε συνεργασία με κάποιον άλλο / κάποιους άλλους.**

Πίνακας 1.2: Διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, 2016)

	Διακοπή-Αναστολή Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (% πληθυσμού)	Αποχώρηση από εταιρικό σχήμα (% πληθυσμού)
Γερμανία	1,1	0,5
Ελλάδα	3,8	0,3
Εσθονία	2,7	1,5
Ην. Βασίλειο	1,6	0,7
Ιρλανδία	1,8	1,3
Ισπανία	1,2	0,4
Ιταλία	0,8	0,4
Λουξεμβούργο	2,2	1,0
Ολλανδία	2,1	0,6
Πορτογαλία	1,2	0,7
Σλοβενία	1,3	0,7
Σουηδία	2,1	0,7
Φινλανδία	1,2	0,7
Ομάδα Α	4,0	2,0
Ομάδα Β	3,7	1,3
Ομάδα Γ	2,0	1,0

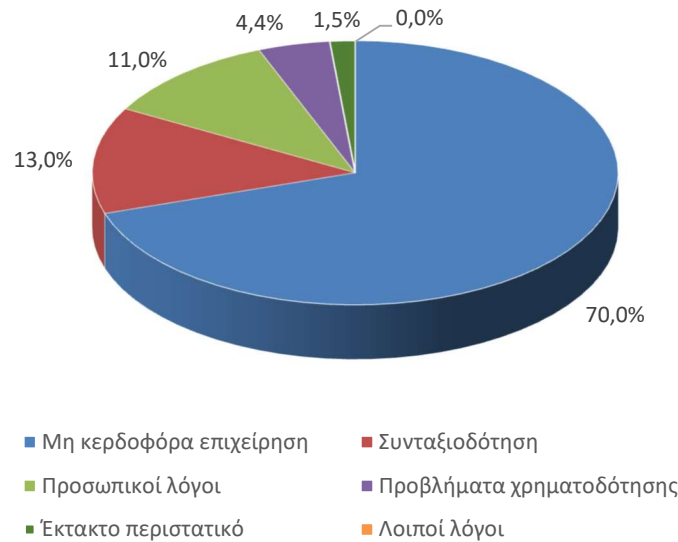
Ομάδα Α: Χώρες Χαμηλού κόστους, Ομάδα Β: Χώρες βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Ομάδα Γ: Χώρες καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Βασικότερος λόγος διακοπής ή αναστολής λειτουργίας μιας επιχείρησης το 2016 αποτελεί η έλλειψη κερδοφορίας σε ποσοστό 70%, ενώ από τους λοιπούς παράγοντες ξεχωρίζουν η συνταξιοδότηση (13%), οι προσωπικοί λόγοι (11%) καθώς και τα προβλήματα χρηματοδότησης (4,4%, Διάγραμμα 1.3). Ουσιαστικά, τα αποτελέσματα δεν φαίνεται να

διαφοροποιούνται σε σχέση με το 2015, καθώς η απουσία βιώσιμου μοντέλου ανάπτυξης κυρίως και λιγότερο τα προβλήματα χρηματοδότησης, παραμένει βασικό πρόβλημα στην επιχειρηματική δραστηριότητα.

Διάγραμμα 1.3: Λόγοι διακοπής ή αναστολής λειτουργίας επιχείρησης (2016)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM 2016

1.2.4 ΚΙΝΗΤΡΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΑΝΑΓΚΗ Η ΕΥΚΑΙΡΙΑ

Μία από τις βασικές εννοιολογικές διακρίσεις που γίνονται στο πλαίσιο του GEM αφορά στον εντοπισμό των κινήτρων που ωθούν ένα άτομο στην ανάληψη ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος. Στο πλαίσιο αυτό εντοπίζονται δύο βασικοί τύποι κινήτρων:

- α) η *επιχειρηματικότητα ευκαιρίας*, που αναφέρεται στην επιχειρηματικότητα που εκδηλώνεται κυρίως για την αξιοποίηση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας που εντοπίζεται και αξιολογείται στο οικονομικό περιβάλλον του ερωτώμενου και η οποία προκρίνεται ικανή είτε να οδηγήσει σε αύξηση του εισοδήματός του, είτε να προσφέρει εργασιακή ανεξαρτησία και
- β) η *επιχειρηματικότητα ανάγκης*, που αναφέρεται στην περίπτωση όπου το άτομο ωθείται στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας κυρίως λόγω έλλειψης άλλων επιλογών εργασίας, δυσαρέσκειας με την υπάρχουσα απασχόληση, φόβου για πιθανή απόλυση

βραχυπρόθεσμα, ή απλώς για λόγους διατήρησης του εισοδήματός του, το οποίο «απειλείται» με συρρίκνωση.^{6,7}

Ο Πίνακας 1.3 παρουσιάζει την κατανομή των κινήτρων των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων εστιάζοντας στις χώρες καινοτομίας. **Στην Ελλάδα το 2016 το 34% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (περίπου 160 χιλιάδες άτομα) ξεκίνησαν ένα επιχειρηματικό εγχείρημα από ανάγκη⁸, ενώ το 36,1% (περίπου 140 χιλιάδες άτομα) διέκριναν κάποια επιχειρηματική ευκαιρία. Σε σχέση με μέσο όρο των χωρών καινοτομίας, η ελληνική επιχειρηματικότητα ευκαιρίας κινείται σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα (55,8%), ενώ η επιχειρηματικότητα ανάγκης βρίσκεται σε υψηλότερα επίπεδα συγκριτικά με τον αντίστοιχο μέσο όρο (22,8%).** Χώρες με υφεσιακά χαρακτηριστικά και υψηλή ανεργία των νέων (όπως π.χ η Ελλάδα και η Ισπανία), η ανάληψη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων αποτελεί μία βιοποριστική λύση και όχι μια επιλογή αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών.

Από την άλλη πλευρά όμως δεν θα πρέπει να περάσει απαρατήρητη μία θετική εξέλιξη το 2016 σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά που ενδεχομένως συνδέεται και με τη μικρή αποκλιμάκωση της ανεργίας που καταγράφηκε το 2016. Έτσι λοιπόν, όπως φαίνεται και από το Διάγραμμα 1.4. **το 2016 σημειώνεται ενίσχυση του ποσοστού των ατόμων που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά από ευκαιρία, με το σχετικό δείκτη να ξεπερνά το 36%, σημειώνοντας για 3^η συνεχόμενη χρονιά μικρή άνοδο.**

⁶ Μεθοδολογικά ο χαρακτηρισμός των ατόμων που εισέρχονται στον επιχειρηματικό στίβο για να διατηρήσουν το εισόδημά τους ως επιχειρηματιών ανάγκης έχει γίνει τα τελευταία χρόνια από το GEM. Τα άτομα αυτά, έχουν δηλώσει μεν πρωταρχικά ότι αξιοποιούν μία ευκαιρία και θα έπρεπε να κατατάσσονται στην επιχειρηματικότητα ευκαιρίας. Όμως δεν κατατάσσονται εκεί, καθώς δηλώνουν την ίδια στιγμή ότι προχώρησαν στην αξιοποίηση αυτής της επιχειρηματικής ευκαιρίας επειδή αισθάνονται ότι η τρέχουσα απασχόληση δεν αποφέρει πλέον το εισόδημα το οποίο είχαν «συνηθίσει». Κατά την άποψη δηλαδή της επιστημονικής ομάδας του GEM, αυτό σημαίνει ότι υποκρύπτεται ουσιαστικά εξ' ανάγκης επιχειρηματικότητα. Αυτό με τη σειρά του σημαίνει ότι έχει αυστηροποιηθεί ο χαρακτηρισμός της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας, κάτι που σημαίνει ότι σε σύγκριση με τις πρώτες χρονιές που ο χαρακτηρισμός ήταν πιο ελαστικός, υπάρχει και τεχνική μείωση του αντίστοιχου ποσοστού.

⁷ Βεβαίως κάποιος θα έλεγε ότι οι δύο αυτοί τύποι κινήτρων επιχειρηματικής δραστηριοποίησης αποτελούν στην ουσία δύο ακραίους πόλους, καθώς τα επιχειρηματικά κίνητρα των ατόμων στην πραγματικότητα μπορεί να κινούνται μεταξύ αυτών των δύο πόλων και τα όρια να είναι πολύ πιο σύνθετα και δυσδιάκριτα.

⁸ Σύμφωνα με τον ορισμό της σχετικής ερώτησης στα Global στοιχεία η επιχειρηματικότητα ανάγκης ορίζεται ως η επιχειρηματικότητα της οποίας το κίνητρο δεν σχετίζεται με κάποια επιχειρηματική ευκαιρία, μπορεί δηλαδή να αφορά οτιδήποτε άλλο ή ακόμα και συνδυασμό άλλων παραγόντων

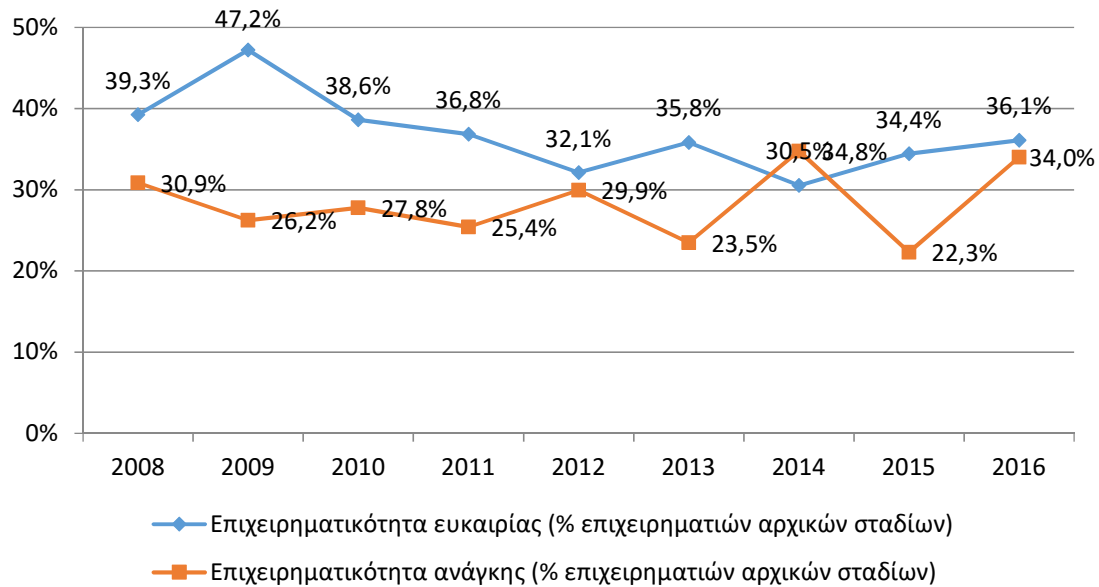
Πίνακας 1.3: Κίνητρα έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά χώρα (2016)

% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων

	Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας για βελτίωση εισοδήματος ή/και εργασιακής ανεξαρτησίας	Επιχειρηματικότητα ανάγκης
Γερμανία	58,1	32,2
Ελλάδα	36,1	34,0
Εσθονία	59,1	20,5
Ην. Βασίλειο	50,8	21,4
Ιρλανδία	49,4	23,5
Ισπανία	48,6	31,3
Ισραήλ	39,2	18,8
Ιταλία	40,3	12,1
Λουξεμβούργο	54,1	13,2
Ολλανδία	67,5	25,3
Πορτογαλία	55,8	28,8
Σλοβενία	58,1	27,2
Σουηδία	53,5	9,3
Φινλανδία	68,6	14,5
Ομάδα Α	37,9	5,2
Ομάδα Β	46,0	3,5
Ομάδα Γ	55,8	22,8

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διάγραμμα 1.4: Εξέλιξη κατανομής επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.2.5 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΑΤΥΠΩΝ ΕΠΕΝΔΥΤΩΝ ΣΤΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ

Ένα σημαντικό ζήτημα που αξιολογείται στο πλαίσιο του GEM είναι η χρηματοδότηση των επιχειρηματικών εγχειρημάτων από τους λεγόμενους «άτυπους επενδυτές» (informal investors). Πρόκειται για άτομα, συνήθως του κοντινού περιβάλλοντος του εν δυνάμει επιχειρηματία, που τον χρηματοδοτούν προκειμένου να ξεκινήσει μια νέα επιχειρηματική δραστηριότητα, χωρίς όμως οι ίδιοι να εμπλέκονται ή να δραστηριοποιούνται άμεσα σε αυτή. Ουσιαστικά πρόκειται για άτομα που υποκαθιστούν επίσημους χρηματοδοτικούς μηχανισμούς. Αυτό συνήθως συμβαίνει στις περιπτώσεις όπου οι εν δυνάμει επιχειρηματίες δεν μπορούν να αντλήσουν κεφάλαια από άλλους χρηματοδότες π.χ. τον τραπεζικό τομέα, είτε λόγω οικονομικών δυσχερειών, είτε έλλειψης κάποιου βιώσιμου πλάνου ανάπτυξης.

Η άτυπη χρηματοδότηση είναι προφανές ότι ενισχύεται όταν μία οικονομία βρίσκεται σε συνθήκες πιστωτικής στενότητας και δε λειτουργεί επαρκώς ο χρηματοπιστωτικός τομέας, όπως συμβαίνει τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα. Συνεπώς, ελλείψει άλλων χρηματοδοτικών μέσων, ο ρόλος των άτυπων επενδυτών για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων θα μπορούσε να θεωρηθεί σημαντικός. Από την άλλη πλευρά όμως, όπως επιβεβαιώνουν τα στοιχεία στη συνέχεια, αυτοί οι άτυποι επενδυτές προέρχονται από το στενό οικογενειακό περιβάλλον, σημαίνει ότι η αξιολόγηση της βιωσιμότητας μιας επιχειρηματικής ιδέας ενδεχομένως να μην γίνεται αντικειμενικά, αλλά περισσότερο με συναισθηματικά κριτήρια, με ότι αυτό συνεπάγεται για την ποιότητα και

τελικά τις πιθανότητες βιωσιμότητας και μεγέθυνσης των επιχειρηματικών εγχειρημάτων. Αυτό βέβαια συσχετίζεται και σε ένα βαθμό με τις υψηλές επιδόσεις του δείκτη που αφορά διακοπή λειτουργίας των επιχειρήσεων, όπως αναλύθηκε παραπάνω. Ο Πίνακας 1.4 που ακολουθεί παρουσιάζει συγκριτικά δεδομένα για το ποσοστό του πληθυσμού που έδρασε ως άτυπος επενδυτής το 2016 στις χώρες καινοτομίας.

Πίνακας 1.4: Ποσοστό ατόμων που έχουν υπάρξει άτυποι επενδυτές την τελευταία τριετία στο σύνολο του πληθυσμού ατόμων 18-64 ετών ανά χώρα (2015 και 2016)

	Άτυποι επενδυτές (% του πληθυσμού)	
	2015	2016
Γερμανία	3,7	3,8
Ελλάδα	3,2	2,9
Εσθονία	4,9	5,2
Ην. Βασίλειο	1,5	1,9
Ιρλανδία	2,7	2,8
Ισπανία	2,3	2,3
Ιταλία	1,2	1,7
Λουξεμβούργο	3,8	4,6
Ολλανδία	3,4	4,0
Πορτογαλία	1,4	0,9
Σλοβενία	2,1	2,5
Σουηδία	3,8	3,2
Φινλανδία	2,8	3,1
Ομάδα Α	8,4	7,5
Ομάδα Β	4,0	4,6
Ομάδα Γ	3,1	3,4

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Στην Ελλάδα το 2016 το ποσοστό των ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που δήλωσαν πως διαδραμάτισαν ρόλο άτυπου επενδυτή για τη χρηματοδοτική υποστήριξη μιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας ήταν 2,9%, (περίπου 212 χιλιάδες άτομα), ελαφρώς χαμηλότερα από το 2015, αλλά και από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (3,4%). Σε αυτό σημαντική επίδραση πρέπει να παίζει η επιβολή κεφαλαιακών περιορισμών στη χώρα, αλλά και η χρηματοπιστωτική στενότητα το τραπεζικό σύστημα. Αντίστοιχα, το υψηλό ποσοστό των χωρών που περιλαμβάνονται στην ομάδα Α, πιθανότατα να οφείλεται στο χαμηλότερο βαθμό ανάπτυξης του χρηματοπιστωτικού συστήματος σε αυτές τις χώρες, κάτι που αναδεικνύει και τον καθοριστικότερο ρόλο που παίζουν οι άτυποι επενδυτές για την ανάπτυξη των νέων επιχειρημάτων σε αυτές τις χώρες.

Στον Πίνακα 1.5 καταγράφεται η σχέση που συνδέει τους άτυπους επενδυτές με τους αποδέκτες της χρηματοδότησης στην Ελλάδα.

Πίνακας 1.5: Σχέση επιχειρηματιών αρχικών σταδίων και άτυπων επενδυτών στην Ελλάδα*% επί των άτυπων επενδυτών*

	Ποια ήταν η σχέση με το άτομο που έλαβε την πιο πρόσφατη προσωπική σας επένδυση;				
	Κοντινό μέλος της οικογένειας (σύζυγος, αδελφός, παιδί, γονέας ή εγγόνι)	Άλλος συγγενής (εξ αίματος ή εξ αγχιστείας)	Συνάδελφος	Φίλος ή γείτονας	Άγνωστος που είχε μια καλή επιχειρηματική ιδέα
2007	32,8	10,3	27,6	25,9	-
2008	32,4	10,8	-	32,4	5,4
2009	65,9	14,6	-	19,5	0,0
2010	53,1	19,4	5,1	21,4	1,0
2011	58,6	11,4	8,6	18,6	2,9
2012	61,7	10,0	1,7	23,3	3,3
2013	62,7	23,5	-	9,8	3,9
2014	45,2	12,2	15,2	25,2	0,7
2015	69,0	15,5	2,8	9,9	2,8
2016	75,4	8,4	-	11,9	4,3

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Κατά το 2016 ενισχύεται περαιτέρω ο ρόλος της στενής οικογένειας και φθάνει στο υψηλότερο διαχρονικά σημείο της. Πιο συγκεκριμένα ένας στους τρεις άτυπους επενδυτές είναι άτομο του στενότερου οικογενειακού κύκλου και ακόμα ένα 8,4% προέρχεται από τον ευρύτερο οικογενειακό κύκλο. Έτσι συνολικά ένα ποσοστό της τάξης του 84% των άτυπων επενδυτών είναι μέλη του στενότερου ή ευρύτερου οικογενειακού κύκλου. Υπό την πίεση της ανεργίας, οι συγγενείς ενδεχομένως να αποφασίζουν να χρηματοδοτήσουν ένα εγχείρημα που ξεκινά κάποιο μέλος της στενής οικογένειας. Άλλωστε μια ενδεχόμενη επιχειρηματική αποτυχία περιορίζεται με αυτό τον τρόπο στο στενό οικογενειακό περιβάλλον και έτσι δεν εκτίθεται ο επιχειρηματίας στο δυσμενές πτωχευτικό δίκαιο που επικρατεί στη χώρα και στο «στίγμα» που επιφέρει αυτή, σε πιθανή επόμενη προσπάθεια επιχειρηματικής δραστηριοποίησης.

1.2.6 Η ΚΛΑΔΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Στο πλαίσιο του GEM τα νέα εγχειρήματα ταξινομούνται ανάλογα με τη δραστηριότητά τους σε τέσσερις μεγάλες κατηγορίες, σύμφωνα με την κατηγοριοποίηση του ΟΗΕ: α) τον πρωτογενή τομέα, που αναφέρεται σε δραστηριότητες σχετικές την αγροτική και ζωική παραγωγή, ή την αλιεία, β) την μεταποιητική δραστηριότητα, γ) τις υπηρεσίες προς άλλες επιχειρήσεις (B2B) και τέλος δ) προϊόντα/υπηρεσίες που απευθύνονται προς τον τελικό καταναλωτή. Ο Πίνακας 1.6 συνοψίζει τα αποτελέσματα για το 2016.

Πίνακας 1.6: Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων στις χώρες καινοτομίας κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας (2016)*% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων*

	Πρωτογενής Τομέας	Μεταποιητική δραστηριότητα	Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις	Προϊόντα/υπηρεσίες προς καταναλωτές
Γερμανία	1,2	19,1	25,0	54,6
Ελλάδα	7,7	16,6	17,6	58,1
Εσθονία	7,8	27,7	29,5	35,0
Ην. Βασίλειο	1,5	20,1	34,7	43,7
Ιρλανδία	2,7	17,8	25,2	54,3
Ισπανία	4,1	16,2	25,1	54,6
Ιταλία	14	23,7	26,6	35,6
Λουξεμβούργο	1,4	17,9	32,8	47,9
Ολλανδία	2,9	20,4	27,9	48,8
Πορτογαλία	11,3	20,2	18,7	49,9
Σλοβενία	3,1	29,3	27,8	39,7
Σουηδία	6,6	13,9	37,7	41,8
Φινλανδία	8,1	23,4	27,4	41,1
Ομάδα Α	11,7	27,4	8,8	52,1
Ομάδα Β	6,7	22,1	11,5	59,4
Ομάδα Γ	4,1	21,7	26,8	47,4

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

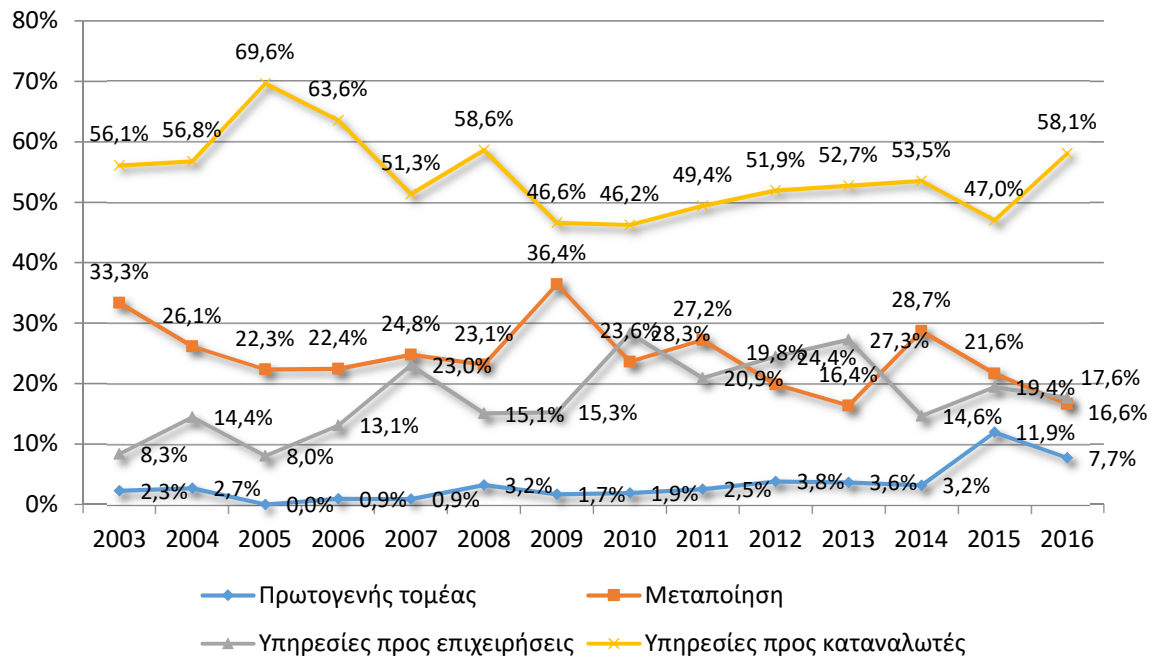
Η εκτίναξη του ποσοστού των εγχειρημάτων στον πρωτογενή τομέα που σημειώθηκε το 2015 αποδεικνύεται μεν συγκυριακή (12%), καθώς το σχετικό μερίδιο περιορίζεται στο 7,7% το 2016, ωστόσο εξακολουθεί να είναι μια από τις υψηλότερες σχετικές επιδόσεις. Πράγματι παρά τη διόρθωση του ποσοστού νέων εγχειρημάτων στον πρωτογενή τομέα, η επίδοση αυτή εξακολουθεί να ξεπερνά το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας. Από την άλλη πλευρά μειώνεται ελαφρά το ποσοστό των νέων εγχειρημάτων που είναι B2B (17,6% από 19,4% το 2015), δηλαδή οι υπηρεσίες που απευθύνονται σε άλλες επιχειρήσεις, με αποτέλεσμα να βρίσκονται σε χαμηλότερα επίπεδα έναντι του μέσου όρου των χωρών καινοτομίας. Καθοδική τάση παρουσιάζουν και τα νέα εγχειρήματα στον κλάδο της μεταποίησης, με το σχετικό δείκτη να διαμορφώνεται στο 16,6%. Στον αντίποδα, σημαντική είναι η άνοδος του ποσοστού των νέων εγχειρημάτων που εντάσσονται στις υπηρεσίες προς τους καταναλωτές, με το δείκτη να κινείται στο 58,1%, υψηλότερα από όλες τις χώρες καινοτομίας. Συνεπώς, το 2016 η εικόνα που προκύπτει από την κλαδική διάρθρωση των νέων εγχειρημάτων δεν είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντική, καθώς επαναφέρει σε υψηλά επίπεδα το ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που επιλέγει να δραστηριοποιηθεί σε κλάδους με μικρότερη συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη, κλάδους δηλαδή που βρίσκονται

στο τέλος της αλυσίδας αξίας που είναι πιο κοντά στον καταναλωτή⁹. Διαπιστώνεται δηλαδή ότι μόλις το 2016 σημειώθηκε μια μικρή σταθεροποίηση της οικονομίας και αντίστοιχα μια μικρή ενίσχυση της ιδιωτικής κατανάλωσης, ο χώρος της λιανικής ανακτά ένα αυξημένο επιχειρηματικό ενδιαφέρον. Η εξέλιξη αυτή δεν είναι βεβαίως η επιθυμητή όπως έχει δείξει το πρόσφατο παρελθόν, καθώς αναπαράγει ένα μοντέλο επιχειρηματικότητας της προ κρίσης εποχής, δεν αποτελεί βιώσιμη επιχειρηματικότητα και δεν προσδίδει δυναμική στην οικονομική ανάπτυξη.

Βεβαίως και πάλι θα επισημάνουμε ότι στις περισσότερες χώρες, ακόμα και τις χώρες καινοτομίας, τα περισσότερα νέα εγχειρήματα εμφανίζονται στο χώρο της λιανικής. Γενικότερα, επιχειρηματικές πρωτοβουλίες που υλοποιούνται στην τελευταία αλυσίδα κοντά στον καταναλωτή θεωρούνται λιγότερο επιθυμητές σε ένα επιχειρηματικό σύστημα και συνιστούν αυτό που χαρακτηρίζεται ως «ρηχή» επιχειρηματικότητα, καθώς συνήθως χαρακτηρίζονται από έλλειψη εξωστρέφειας, καινοτομίας και χαμηλής προστιθέμενης αξίας. Από την άλλη πλευρά είναι γεγονός ότι επιχειρήσεις λιανικής είναι πιο εύκολο να δημιουργηθούν σε μια οικονομία, καθώς απαιτούν κατά κανόνα μικρότερου ύψους κεφαλαιουχικές επενδύσεις.

Άλλωστε, από τη διαχρονική ανάλυση της κλαδικής κατανομής της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα (Διάγραμμα 1.5) φαίνεται η έλευση της ύφεσης που συνειδητοποιήθηκε πιο εμφατικά μετά τα μέσα του 2009, οδήγησε σε μία απότομη εξασθένηση των επιχειρηματικών εγχειρημάτων που απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή, με ταυτόχρονη ενίσχυση των μεταποιητικών δραστηριοτήτων. Πάντως από το 2011 και μετά και παρά τη μεγάλη κάμψη της καταναλωτικής ζήτησης, σημειώνεται μικρή αυξητική τάση στις υπηρεσίες προς καταναλωτές, χωρίς ωστόσο να πλησιάζει στα προ κρίσης επίπεδα. Αντίθετα - και αυτό είναι το θετικό για την ελληνική οικονομία - με την πάροδο των ετών φαίνεται σταδιακά να πραγματοποιείται μια διαδικασία επιχειρηματικής αναδιάρθρωσης που οδηγεί σε αύξηση των επιχειρηματικών εγχειρημάτων που παρέχουν υπηρεσίες προς τις άλλες επιχειρήσεις, αν και πιθανώς εις βάρος του τομέα της μεταποίησης.

⁹ Μια αναλυτικότερη ματιά στους επιμέρους κλάδους αυτής της κατηγορίας φανερώνει ότι πάνω από τα μισά από αυτά έχουν κάποια σχέση με το εμπόριο τροφίμων σε διάφορες διαστάσεις του: από εστιατόρια έως υπηρεσίες catering, χονδρικό εμπόριο διάφορων τροφίμων, κτλ. Ένα ακόμα 17% αφορά σε καταλύματα (ξενοδοχεία, κτλ).

Διάγραμμα 1.5: Διαχρονική εξέλιξη της κλαδικής κατανομής των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα (% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ

1.3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο πλαίσιο της έρευνας του GEM περιλαμβάνεται και η μέτρηση των γενικότερων προδιαθέσεων και αντιλήψεων για την επιχειρηματικότητα όπως αυτές διαμορφώνονται σε μία χώρα. Οι δείκτες αυτοί έχουν τη σημασία τους, καθώς υποδηλώνουν την τάση κάποιων παραγόντων που μπορεί να διευκολύνουν ή να δυσχεράνουν την απόφαση για την υλοποίηση ενός νέου εγχειρήματος. Αγγίζουν δηλαδή συμπεριφορικά (behavioral) ή προσωπικά γνωρίσματα του πληθυσμού που μπορεί να επιδρούν καθοριστικά στο είδος και στα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας που εκδηλώνει τελικά ένα άτομο. Το GEM διακρίνει δύο κατηγορίες αυτών των παραγόντων:

α) τους *πολιτισμικούς παράγοντες*, που αναφέρονται στις γενικές στάσεις μιας κοινωνίας απέναντι στην επιχειρηματικότητα. Συγκεκριμένα αξιολογούνται τέσσερις δείκτες που αφορούν στις αντιλήψεις που επικρατούν στον πληθυσμό για το ευρύτερο κοινωνικό και επιχειρηματικό περιβάλλον μέσα στο οποίο κινείται ο νέος επιχειρηματίας: α) το κατά πόσο πιστεύουν (τη στιγμή της έρευνας) ότι υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες στο περιβάλλον που ζουν στο επόμενο εξάμηνο, β) αν η επιχειρηματικότητα αντιμετωπίζεται από την

ελληνική κοινωνία ως μια καλή επιλογή σταδιοδρομίας, γ) αν η ελληνική κοινωνία αντιμετωπίζει τους επιχειρηματίες με σεβασμό και δ) αν τα ΜΜΕ της χώρας παρουσιάζουν συχνά επιτυχημένες ιστορίες επιχειρηματιών και επιχειρηματικότητας γενικότερα.

β) τους *προσωπικούς παράγοντες*, που αναφέρονται στο πώς αντιλαμβάνεται το ίδιο το άτομο το ζήτημα της επιχειρηματικής του δραστηριοποίησης. Εδώ εξετάζονται δύο δείκτες, που ίσως επηρεάζουν την απόφαση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση: α) το κατά πόσον τα άτομα κρίνουν ότι διαθέτουν τις γνώσεις, ικανότητες και εμπειρία για να γίνουν επιχειρηματίες και β) το κατά πόσον ο φόβος της αποτυχίας θα τους απέτρεπε από το να αξιοποιήσουν μια επιχειρηματική ευκαιρία.

Ο Πίνακας 1.7 που ακολουθεί συνοψίζει τα αποτελέσματα σε αυτούς τους δείκτες για το 2016 στην Ελλάδα συγκριτικά με άλλες χώρες καινοτομίας¹⁰. **Η Ελλάδα σημειώνει τη χαμηλότερη επίδοση σε παγκόσμιο επίπεδο σε ότι αφορά το ποσοστό ατόμων που διαβλέπουν επιχειρηματικές ευκαιρίες το επόμενο βήμα στη χώρα, και μάλιστα με σημαντική απόκλιση από τις χώρες που ακολουθούν. Ταυτόχρονα έχει και την υψηλότερη επίδοση ως προς το φόβο της επιχειρηματικής αποτυχίας, επίδοση πάντως που διαχρονικά ήταν υψηλή.** Το επίπεδο της αυτοπεποίθησης διατηρείται πάνω από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας, όπως και η αντίληψη ότι η επιχειρηματική σταδιοδρομία είναι επιθυμητή επιλογή. Από την άλλη πλευρά όμως, και πάλι η εστίαση των ΜΜΕ σε επιτυχημένες επιχειρηματικές ιστορίες, αλλά και το ότι πόσο οι επιχειρηματίες θεωρούνται καταξιωμένοι από την κοινωνία αποτιμάται χαμηλά.

Ενδιαφέρον έχει όμως η ανάλυση αυτών των χαρακτηριστικών όχι μόνο στο γενικό πληθυσμό, αλλά ειδικά στα άτομα που έχουν κάποια σχέση με την επιχειρηματικότητα. Έτσι λοιπόν στο σύνολο του επιχειρηματικού κόσμου στη χώρα, δηλαδή οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων και οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες, βλέπουμε το επίπεδο της αυτοπεποίθησης να κινείται σε ακόμα πιο υψηλά επίπεδα, με το 70% των επιχειρηματιών να πιστεύει ότι έχει τις γνώσεις και τις ικανότητες να «τρέξει» μια επιχείρηση. Ταυτόχρονα όμως υψηλή επίδοση καταγράφει και ο φόβος της αποτυχίας κάτι που σημαίνει ότι οι επιχειρηματίες που ήδη «τρέχουν» μια επιχείρηση έχουν αντιληφθεί πλήρως τις δυσκολίες του εγχειρήματος και σαφώς κατανοούν και το ενδεχόμενο της αποτυχίας. Στις επόμενες υποενότητες αναλύονται διεξοδικότερα οι παράγοντες αυτοί τόσο διαχρονικά, όσο και σε σύγκριση με τις χώρες καινοτομίας.

¹⁰ Επισημαίνεται πάντως ότι τα αποτελέσματα αυτά αφορούν απαντήσεις **ολόκληρου του δείγματος**, και όχι μόνο των ατόμων που δραστηριοποιούνται ή πρόκειται να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά. Συνεπώς εκφράζουν περισσότερο εθνικά πολιτισμικά χαρακτηριστικά των πολιτών μιας χώρας.

Πίνακας 1.7: Προσωπικοί και πολιτιστικοί παράγοντες επιχειρηματικής δραστηριοποίησης (% θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών, 2016)

	Επιχ/κές ευκαιρίες το προσεχές 6μηνο	Γνώσεις ικανότητα & εμπειρία επιχ/τας	Φόβος αποτυχίας	Επιχ/τα ως καλή επιλογή καριέρας	Κοινωνική καταξίωση στους επιτυχημένους επιχ/τίες	Εστίαση των ΜΜΕ στην επιχ/τα
Γερμανία	37,6	37,4	44,3	51,8	78,9	50,5
Εσθονία	52,3	43,7	47,2	53,2	63,6	52,7
Ηνωμένο Βασίλειο	42,3	48,0	36,2	58,8	77,2	61,1
Ιρλανδία	45,2	44,9	38,3	56,3	83,1	72,2
Ισπανία	25,6	46,7	45,0	53,7	50,7	49,6
Ιταλία	28,6	31,2	53,3	63,3	69,7	52,3
Λουξεμβούργο	49,8	40,8	51,4	42,1	69,6	45,9
Ολλανδία	54,3	41,2	35,1	77,9	60,2	57,3
Πορτογαλία	29,5	42,4	46,1	68,8	63,4	68,8
Σλοβενία	25,3	51,8	35,7	56,8	69,0	65,9
Σουηδία	78,5	35,5	45,4	53,6	69,9	62,0
Φινλανδία	49,1	35,8	40,5	40,3	83,0	71,4
Ελλάδα	13,0	41,7	70,2	63,6	65,9	38,5
Ελλάδα *(Μόνο Επιχειρηματίες)	17,3	71,5	65,6	62,6	65,7	42,1
Ομάδα Α	44,4	55,7	33,2	62,1	72,4	58,2
Ομάδα Β	42,4	54,5	38,6	66,9	66,9	61,1
Ομάδα Γ	41,3	43,8	43,5	57,6	69,6	62,2

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

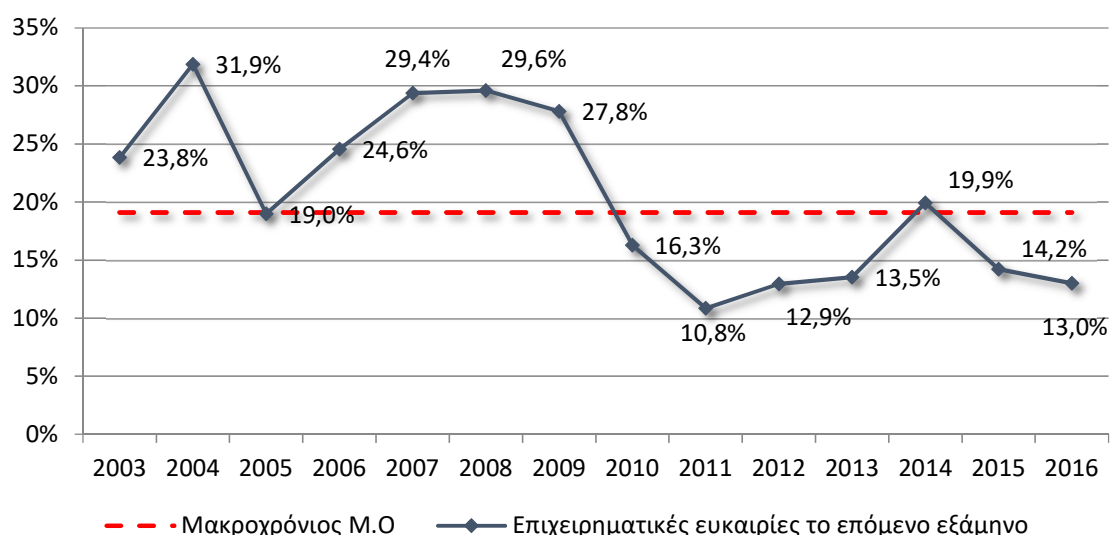
*Ανάλυση επί του δείγματος των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων και των καθιερωμένων επιχειρηματιών

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.3.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΣΤΗ ΧΩΡΑ

Η Ελλάδα στο συγκεκριμένο δείκτη καταγράφει περαιτέρω εξασθένηση το 2016, καθώς αυτός κινείται στην περιοχή του 13% σε σχέση με το 14,2% το 2015, σε μία από τις χαμηλότερες επιδόσεις διαχρονικά (Διάγραμμα 1.6). Μετά την εκδήλωση της κρίσης το 2009, και για μια διετία ο δείκτης παρουσιάζεται μια συνεχή εξασθένηση, ενώ μετά το 2011 το ποσοστό θετικών απαντήσεων στην ερώτηση για την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών στο επόμενο εξάμηνο ενισχύθηκε σταθερά, αλλά ήπια, σε επίπεδα ωστόσο χαμηλότερο του διαχρονικού μέσου. Οι χαμηλές επιδόσεις του δείκτη πιθανόν να οφείλονται στην αβεβαιότητα για το εφαρμοζόμενο πρόγραμμα οικονομικής πολιτικής που ενέσκηψε το 2015 αλλά και στην επιστροφή της ύφεσης - έστω και οριακής - καθώς το κλίμα της ελληνικής επιχειρηματικότητας επιβαρύνθηκε.

Διάγραμμα 1.6: Επιχειρηματικές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο (% πληθυσμού)



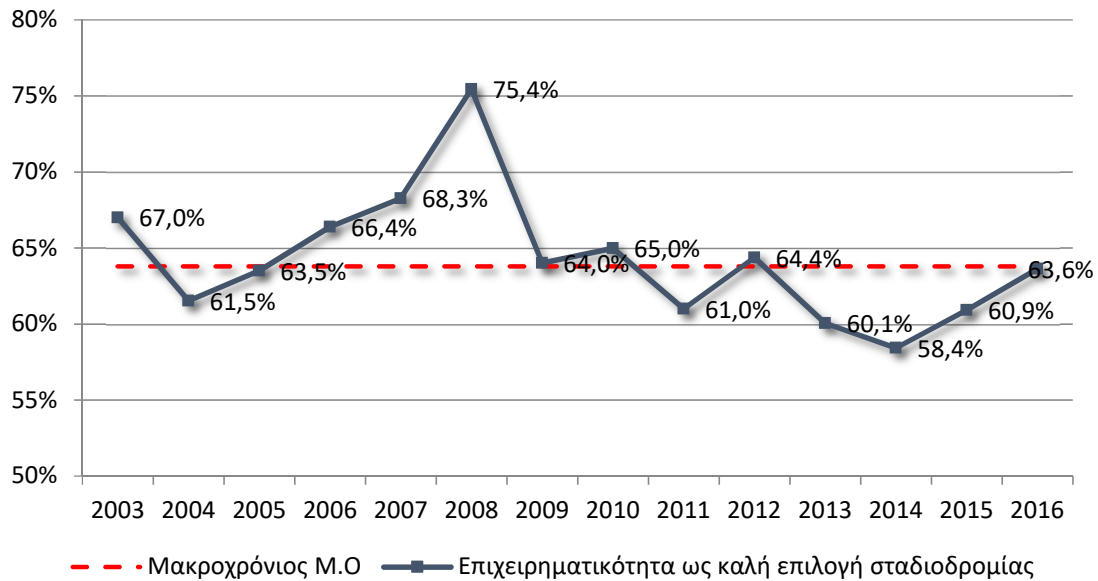
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.3.3 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΩΣ ΚΑΛΗ ΕΠΙΛΟΓΗ ΣΤΑΔΙΟΔΡΟΜΙΑΣ

Ως προς την αντίληψη για το κατά πόσο οι Έλληνες γενικά εκτιμούν ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί μια καλή επιλογή σταδιοδρομίας, αυτή φαίνεται να βελτιώνεται οριακά το 2016 (Διάγραμμα 1.7). Από την εκδήλωση της κρίσης, όταν και σημειώνεται μια απότομη πτώση, έκτοτε καταγράφεται διακύμανση του δείκτη κοντά στο μακροχρόνιο μέσο όρο. Έτσι, το 2016 το 63,6% του δείγματος δηλώνει ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί καλή επιλογή σταδιοδρομίας, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 2015 ήταν 60,9%. Πάντως με δεδομένες τις

δυσκολίες που υπάρχουν πλέον για απασχόληση στο Δημόσιο τομέα λογικά θα πρέπει να αναμένεται ενίσχυση αυτής της τάσης στα επόμενα χρόνια.

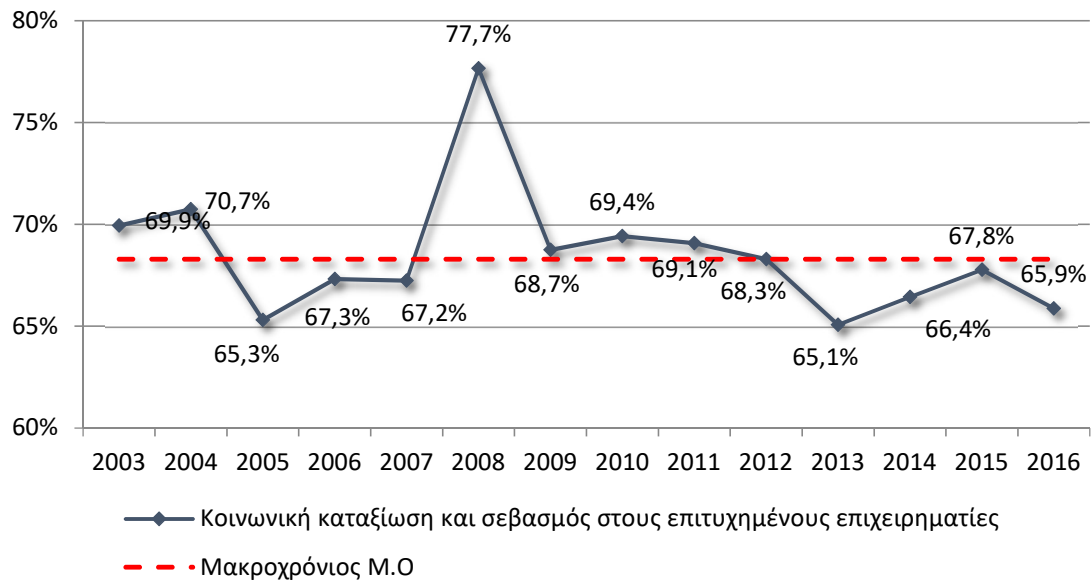
Διάγραμμα 1.7: Επιχειρηματικότητα: καλή επιλογή σταδιοδρομίας (% πληθυσμού)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.3.4 ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΚΑΤΑΞΙΩΣΗ ΚΑΙ ΣΕΒΑΣΜΟΣ ΣΤΟΥΣ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ

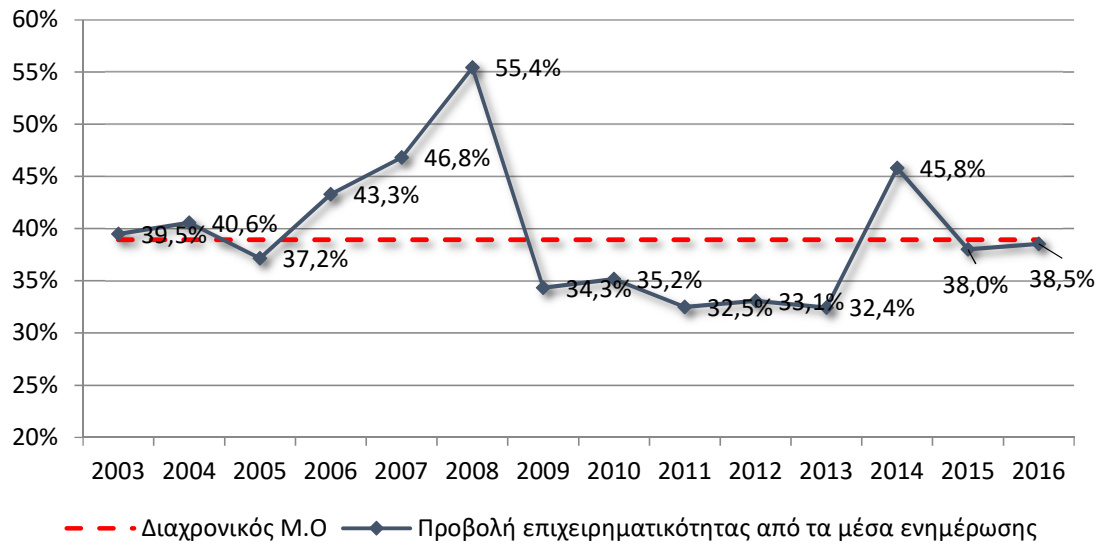
Μετά από μια διετία ενίσχυσης του δείκτη, η αντίληψη ότι οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες αντιμετωπίζονται με σεβασμό στη χώρα και έχουν κοινωνική καταξίωση εξασθενεί ελαφρά. Έτσι το 2016 το ποσοστό των θετικών απαντήσεων στη σχετική ερώτηση μειώθηκε από 67,8% σε 65,9% σημειώνοντας ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά για τη μετά την έναρξη της κρίσης εποχή (Διάγραμμα 1.8). Σε μια χώρα όπου κυριαρχούν οι πολύ μικρές επιχειρήσεις και η αυτοαπασχόληση, είναι λογικό το μεγαλύτερο μερίδιο του πληθυσμού να αντιμετωπίζει με σεβασμό εκείνους που έχουν καταγράψει επιτυχημένη πορεία στον επιχειρηματικό στίβο. Ωστόσο, η αντίληψη αυτή αμβλύθηκε μετά την έκρηξη της κρίσης και μάλιστα το 2013 είχε καταγράφεται η ελάχιστη τιμή δεκαετίας.

Διάγραμμα 1.8: Κοινωνική καταξίωση και σεβασμός στους επιτυχημένους επιχειρηματίες (% πληθυσμού)

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.3.5 ΠΡΟΒΟΛΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Η Ελλάδα συνεχίζει να καταγράφει μία από τις χαμηλότερες επιδόσεις μεταξύ των χωρών καινοτομίας στην προβολή επιτυχημένων περιπτώσεων επιχειρηματιών από τα μέσα ενημέρωσης. Μάλιστα η βελτίωση που είχε καταγραφεί το 2014 αποδεικνύεται συγκυριακή, καθώς την τελευταία διετία το ποσοστό του πληθυσμού που συμφωνεί με αυτή την άποψη εξασθενεί, με το δείκτη να διαμορφώνεται στο 38,5% το 2016. Αν και οι αναφορές στη λέξη επιχειρηματικότητα έχουν πυκνώσει αισθητά στο δημόσιο διάλογο τα τελευταία χρόνια, η εικόνα που παρουσιάζεται στα ΜΜΕ, είναι μάλλον αρνητική, καθώς φαίνεται πως οι περιπτώσεις αισχροκέρδειας, κερδοσκοπίας, φοροδιαφυγής κτλ. αποτελούν ελκυστικότερα θέματα για τα ΜΜΕ, σε σχέση για παράδειγμα με κάποια επιτυχημένη επιχειρηματική ιστορία (Διάγραμμα 1.9).

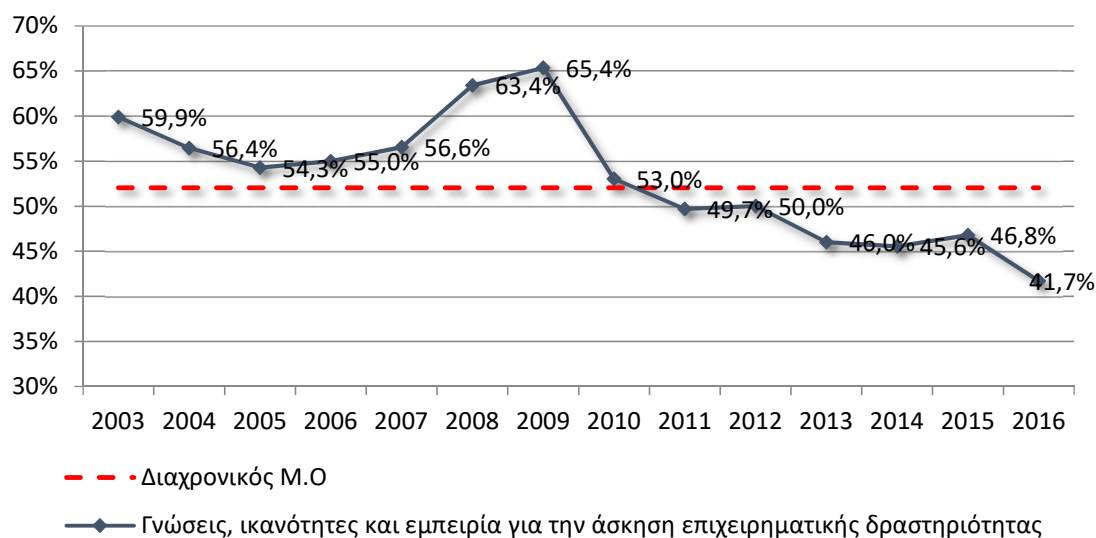
Διάγραμμα 1.9: Προβολή επιχειρηματικότητας από τα μέσα ενημέρωσης (% πληθυσμού)

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.3.6 ΓΝΩΣΕΙΣ, ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΛΗΨΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Όσον αφορά στους προσωπικούς παράγοντες, θα πρέπει να σημειωθεί ότι διαχρονικά η Ελλάδα καταγράφει υψηλές επιδόσεις στον «δείκτη αυτοπεποίθησης», δηλαδή στο ποσοστό του πληθυσμού που θεωρεί ότι διαθέτει τις ικανότητες, τις γνώσεις και την εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας (Διάγραμμα 1.10). Ωστόσο από την εκδήλωση της κρίσης και έκτοτε, ο σχετικός δείκτης διαγράφει μια πτωτική πορεία, κινούμενος σε χαμηλότερα επίπεδα και από το μακροχρόνιο μέσο όρο, για να διαμορφωθεί στο 41,7% το 2016. Εξάιρεση αποτελεί το 2015 όπου σημειώθηκε μικρή αύξηση του ποσοστού, μετά από 5 χρόνια μείωσης. Το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον φαίνεται να έχει επηρεάσει τις αντιλήψεις των ατόμων για το αν επαρκούν οι γνώσεις και οι ικανότητές τους για να ανταπεξέλθουν στις αυξημένες δυσκολίες του σημερινού περιβάλλοντος ως προς την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας.

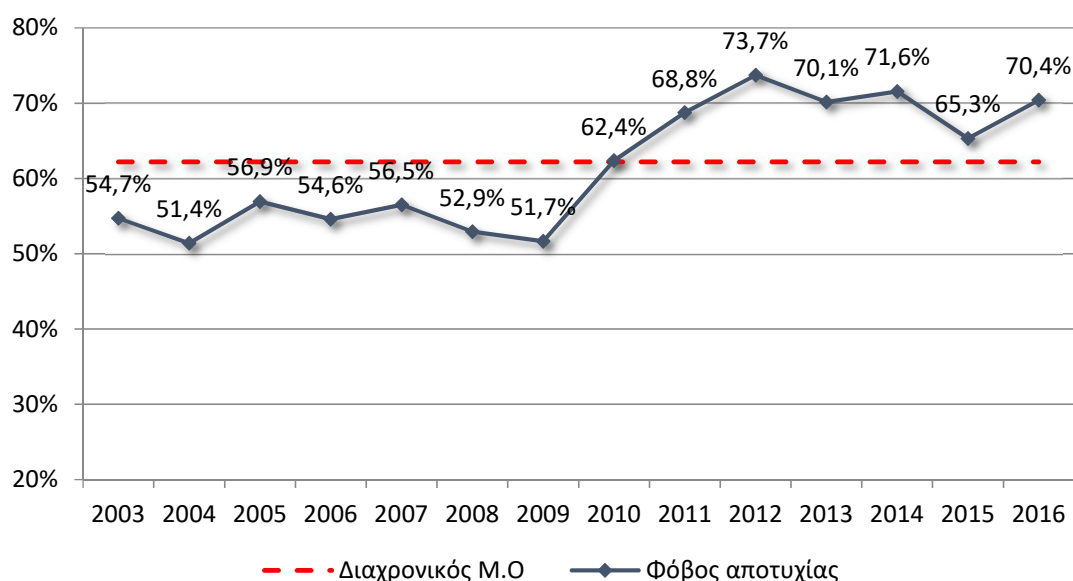
Διάγραμμα 1.10: Γνώσεις, ικανότητες και εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας (% πληθυσμού)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.3.7 ΦΟΒΟΣ ΑΠΟΤΥΧΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Διαχρονικά στην Ελλάδα ο δείκτης, που αφορά στον φόβο της αποτυχίας, ως αποτρεπτικού παράγοντα στην άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας, κινούνταν σε υψηλότερα επίπεδα από τις περισσότερες χώρες που συμμετείχαν στην έρευνα του GEM, με αποτέλεσμα η Ελλάδα να έχει αναδειχθεί ουκ ολίγες φορές σε «παγκόσμιο πρωταθλητή» στον συγκεκριμένο δείκτη. **Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η πορεία του δείκτη πριν και μετά την εκδήλωση της κρίσης. Συγκεκριμένα, μετά το 2009 φαίνεται ο δείκτης να διαγράφει ανοδική πορεία κυρίως ως απόρροια της οικονομικής κρίσης, ενώ παραμένει διαχρονικά πάνω από το μακροχρόνιο μέσο όρο του. Έτσι, το 2016, ο δείκτης ενισχύεται στο 70,4%, που συνιστά μία από τις υψηλότερες επιδόσεις διαχρονικά (Διάγραμμα 1.11).**

Διάγραμμα 1.11: Φόβος αποτυχίας (% πληθυσμού)

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Ωστόσο θα πρέπει να σημειωθεί ότι ο φόβος επιχειρηματικής αποτυχίας ως ανασταλτικός παράγοντας έναρξης νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων φαίνεται να σταθεροποιείται ή ακόμα και σε κάποιες φορές να μειώνεται στην Ευρώπη τα τελευταία χρόνια. Πιθανόν αυτό το εύρημα να οφείλεται στην πολιτική που έχει ακολουθήσει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την υποστήριξη και την προώθηση της δεύτερης ευκαιρίας στην επιχειρηματικότητα (second chance entrepreneurship). Ουσιαστικά αναγνωρίζεται ότι ένας επιχειρηματίας που αποτυγχάνει – και με δεδομένη την μη δόλια πτώχευση – έχει αποκτήσει μία εμπειρία η οποία μπορεί να τον βοηθήσει εφόσον αποφασίσει ξανά να ενεργοποιηθεί επιχειρηματικά, και κατά τεκμήριο αναμένεται να έχει καλύτερες πιθανότητες επιτυχίας και βιωσιμότητας.

1.4 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

1.4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην ενότητα αυτή εξετάζονται τα βασικά δημογραφικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, όπως διαμορφώθηκαν το 2016. Από την αξιολόγηση αυτών των παραμέτρων μπορούν να εξαχθούν σημαντικά συμπεράσματα για το προφίλ των ατόμων που αποφασίζουν να ασχοληθούν με την επιχειρηματικότητα και άρα να τροφοδοτήσουν έναν πιο αποτελεσματικό σχεδιασμό προγραμμάτων στήριξης της επιχειρηματικότητας.

Ουσιαστικά, έχουμε μια εικόνα για το ποια είναι η «ύλη», ποιο είναι ουσιαστικά το πεδίο – φάσμα εφαρμογής αυτών των πολιτικών, τη δεξαμενή των ανθρώπων στα οποία απευθύνονται τα προγράμματα αυτά και τελικά αν μπορεί να συνδυαστεί με επιτυχία το είδος των ατόμων με τα διάφορα είδη επιχειρηματικότητας.

1.4.2 ΗΛΙΚΙΑ

Η κατανομή των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων σε ηλικιακές ομάδες, αποτυπώνεται με δύο τρόπους: α) είτε ως ποσοστό του αντίστοιχου ηλικιακού πληθυσμού που ασχολείται με την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, β) είτε με την κατανομή των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων σε ηλικιακά κλιμάκια (Πίνακες 1.8 α και β). **Με βάση την πρώτη προσέγγιση το 2016 στην Ελλάδα το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού στα αρχικά στάδια έναρξης μιας επιχείρησης εντοπίζεται στην ηλικία των 45-54 ετών (πάνω από 10%) έναντι 9,0% στις χώρες καινοτομίας. Γενικά φαίνεται να είναι χαμηλότερη η συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα των ηλικιών μέχρι 34 ετών, σε σύγκριση με τις χώρες καινοτομίας.** Αξίζει να σημειωθεί ότι μόνο πέρυσι είχαν καταγραφεί υψηλότερες συμμετοχές από νεότερες ηλικίες, εύρημα το οποίο δεν εντοπίζεται άλλες χρονιές. Όπως φαίνεται άλλωστε και στον πίνακα 1.8β, σχεδόν τρεις στους τέσσερις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων που εντόπισε η έρευνα κατά το 2016 είναι άνω των 35 ετών, με το 36% να ανήκει στο στρώμα 45-54 ετών.

Πίνακας 1.8α: Ποσοστό πληθυσμού ανά ηλικιακό κλιμάκιο που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (2016)

	% επί του αντίστοιχου πληθυσμού				
	18-24 ετών	25-34 ετών	35-44 ετών	45-54 ετών	55-64 ετών
Γερμανία	4,2	5,0	5,7	4,8	3,2
Ελλάδα	1,3	5,7	6,5	10,4	3,3
Εσθονία	24,6	27,0	16,5	10,7	4,2
Ην. Βασίλειο	8,2	9,8	9,9	8,1	7,7
Ιρλανδία	9,4	11,9	11,3	10,8	9,7
Ισπανία	2,6	7,8	6,1	4,7	3,2
Ιταλία	3,8	4,5	5,2	5,5	2,5
Λουξεμβούργο	5,3	13,3	10,5	9,1	5,2
Ολλανδία	18,8	13,3	10,9	7,8	7,4
Πορτογαλία	4,4	13,4	9,6	7,4	4,0
Σλοβενία	12,8	13,2	8,6	6,2	2,0
Σουηδία	4,4	9,4	8,6	7,8	6,5
Φινλανδία	5,2	8,7	11,0	4,9	3,6
Ομάδα Α	15,4	21,1	16,9	14,6	11,5
Ομάδα Β	12,3	17,4	16,6	12,9	9,0
Ομάδα Γ	7,6	11,6	10,6	9,0	5,9

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Πίνακας 1.8β: Ποσοστιαία κατανομή επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά ηλικιακά κλιμάκια (2016)

% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων

	18-24 ετών	25-34 ετών	35-44 ετών	45-54 ετών	55-64 ετών
Γερμανία	10,4	21,2	23,9	28,3	16,1
Ελλάδα	3,7	24,4	25,5	36,5	9,9
Εσθονία	19,1	38,8	22,5	14,1	5,4
Ην. Βασίλειο	13,9	24,7	23,8	21,3	16,3
Ιρλανδία	10,7	29	25,4	20,3	14,5
Ισπανία	4,8	30,6	31,5	21,7	11,5
Ιταλία	9,5	18,6	28,3	32,2	11,4
Λουξεμβούργο	7,4	32,9	26,7	23,2	9,9
Ολλανδία	23,8	23,7	21,3	17,2	14,0
Πορτογαλία	6,5	35,2	28,4	20,3	9,7
Σλοβενία	17,5	34,6	24,5	18,0	5,5
Σουηδία	8,6	27,6	24,3	22,9	16,6
Φινλανδία	10,9	27,5	33,2	16,2	12,2
Ομάδα Α	22,3	36,9	20,1	14,3	6,4
Ομάδα Β	17,2	31,9	25,6	16,7	8,5
Ομάδα Γ	10,7	28,9	26,4	22,4	11,6

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Θα πρέπει βεβαίως να επισημανθεί ότι δεν είναι πάντα απαραίτητα επιθυμητή η ευρεία συμμετοχή των πολύ νέων στη νεοφυή επιχειρηματικότητα. Αυτό συμβαίνει γιατί ενώ συνήθως χαρακτηρίζονται από μεγαλύτερο πάθος και δυναμισμό, στερούνται εμπειρίας και γνώσης και πιθανόν και της κατάλληλης δικτύωσης που ενδεχομένως να βελτιώνει τις πιθανότητες επιτυχίας στο εγχείρημά τους. Από την άλλη πλευρά, η υψηλή ανεργία των νέων στη χώρα μας, καθιστά όλο και πιο δύσκολη τη διαδικασία εύρεσης μισθωτής εργασίας, με αποτέλεσμα οι νέοι να οδηγούνται όλο και περισσότερο στην επιχειρηματικότητα για βιοποριστικούς λόγους. Ουσιαστικά δηλαδή θα μπορούσε να ειπωθεί ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί έσχατη λύση για τους νέους, πράγμα βέβαιο που όχι μόνο δεν εξασφαλίζει τη βιωσιμότητα της νέας επιχείρησης, αλλά ενδεχομένως να αυξάνει και την πιθανότητα αποτυχίας.

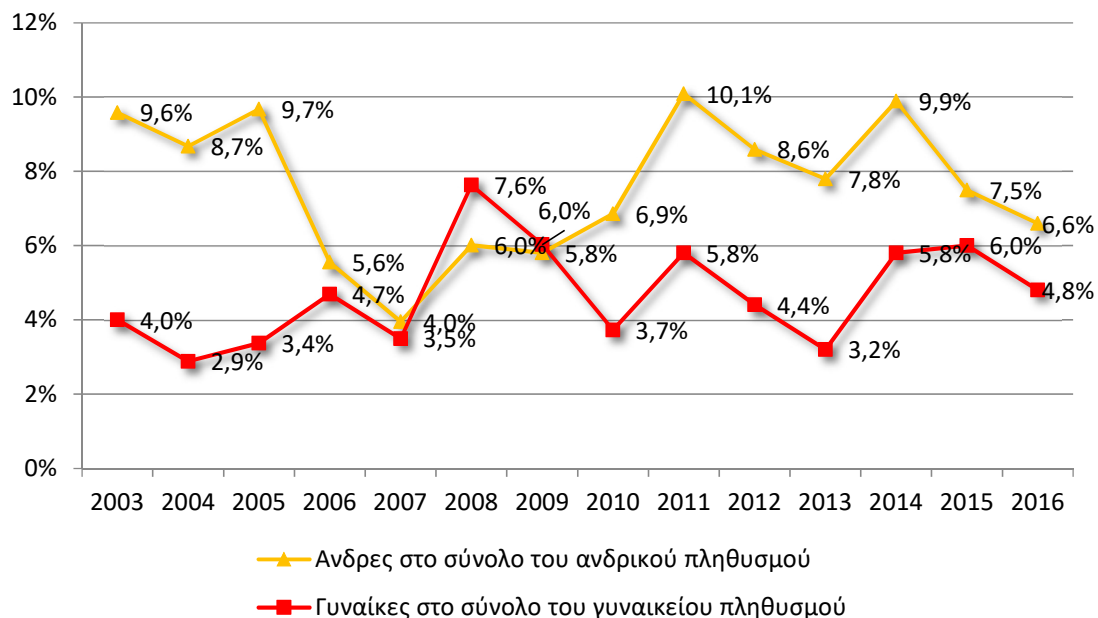
Αν εξετάσουμε τις υπόλοιπες ομάδες χωρών διαπιστώνεται ότι, στις χώρες με χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα, ενεργοποιούνται μικρότερες ηλικίες στην επιχειρηματικότητα, εύρημα που συσχετίζεται με την παραπάνω τοποθέτηση. Παρατηρούμε ότι το 59% των νέων επιχειρηματιών στις χώρες της ομάδας Α και το 48% στις χώρες της ομάδας Β είναι νεότεροι των 34 ετών (για το 2016) όταν αντίθετα, στις χώρες καινοτομίας (ομάδα Γ), το ποσοστό αυτό είναι χαμηλότερο. Άρα στις πιο ανεπτυγμένες περιοχές του πλανήτη η έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας φαίνεται να είναι υπόθεση μεγαλύτερων ηλικιών, ενώ στις αναπτυσσόμενες χώρες η ανάγκη βιοπορισμού οδηγεί περισσότερους νέους σε ηλικία στην επιλογή επιχειρηματικότητας. Αυτό προϋποθέτει ότι η επιχειρηματικότητα αρχικών

σταδίων στις αναπτυγμένες περιοχές θα αφορά – κατά κανόνα - σε υψηλότερης ποιότητας ανθρώπινο κεφάλαιο, δηλαδή άτομα με πλουσιότερη επαγγελματική εμπειρία και πιθανόν υψηλότερο εκπαιδευτικό επίπεδο.

1.4.3 ΦΥΛΟ

Σε ότι αφορά το φύλο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, στο Διάγραμμα 1.12 αποτυπώνεται το ποσοστό του πληθυσμού των γυναικών και ανδρών ηλικίας 18-64 ετών που βρίσκονται σε αρχική φάση επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Από ότι φαίνεται διαχρονικά αυτό είναι μικρότερο από το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών. Επιπροσθέτως σχεδόν πάντα οι επιμέρους δείκτες των δύο φύλων μεταβάλλονται προς την ίδια κατεύθυνση ακολουθώντας δηλαδή τη μεταβολή του συνολικού δείκτη επιχειρηματικότητας, με εξαίρεση το 2010 αλλά και το 2015, όταν η μεταβολή του δείκτη δεν είχε την ίδια κατεύθυνση στα δύο φύλα. Αντίθετα, το 2016 η μείωση φαίνεται να επηρεάζει με τον ίδιο σχεδόν τρόπο άνδρες και γυναίκες. Έτσι το ποσοστό της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων μειώθηκε σε 4,8% (περίπου 168 χιλιάδες γυναίκες) από 6% το 2015, ενώ στους άνδρες μειώθηκε σε 6,6% (περίπου 200 χιλιάδες άνδρες) από 7,5% το 2015.

Διάγραμμα 1.12: Διαχρονική εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά φύλο (% αντίστοιχου πληθυσμού) στην Ελλάδα

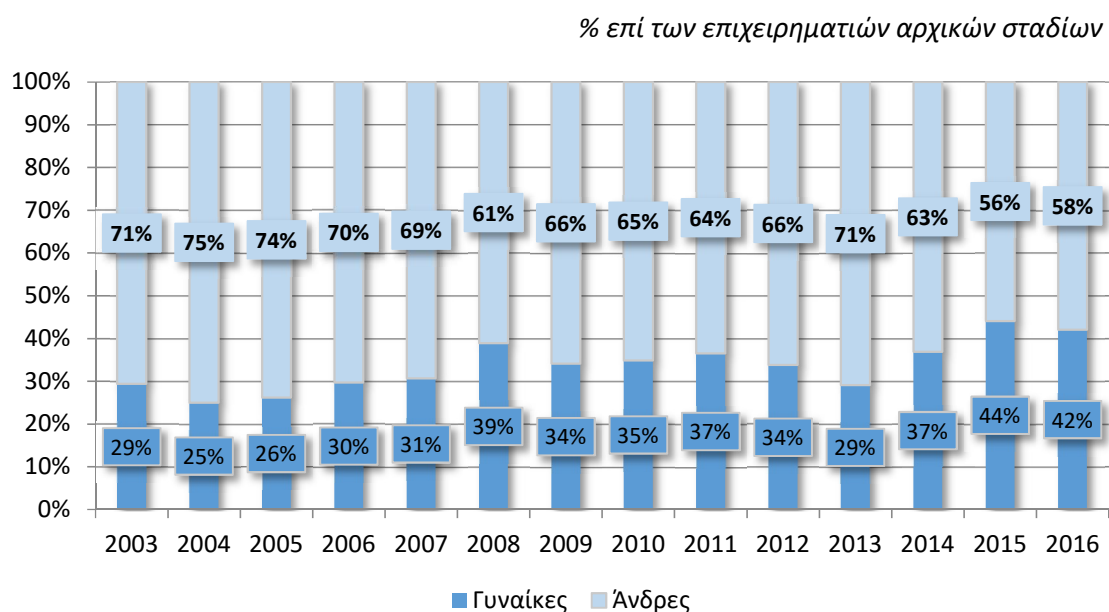


Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Αν και το 2016, σημειώνεται υποχώρηση στη γυναικεία επιχειρηματικότητα μετά από τρεις συνεχόμενες χρονιές ανόδου, ωστόσο διαρθρωτικά στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων ο σχετικός δείκτης παραμένει υψηλός. Διαμορφώνεται στο 42%, σε μικρή μείωση από ότι

2015, όταν όμως το 2013 βρισκόταν στο 29%. Προφανώς η υψηλή ανεργία στις γυναίκες, που έχει ενταθεί τα τελευταία χρόνια, αλλά και η πίεση για εισόδημα σε νοικοκυριά όπου ενδεχομένως χάνουν την απασχόληση οι άνδρες, έχει οδηγήσει αρκετές γυναίκες σε αναζήτηση κάποιας επαγγελματικής διεξόδου. Άλλωστε η επιχειρηματικότητα ανάγκης στις γυναίκες είναι πράγματι μεγαλύτερη από την αντίστοιχη των ανδρών, αν και όχι σε τόσο μεγάλη απόσταση, όσο ίσως να αναμενόταν (Διάγραμμα 1.13)¹¹.

Διάγραμμα 1.13: Κατανομή των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων ανά φύλο στην Ελλάδα, 2003-2016



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.4.4 ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

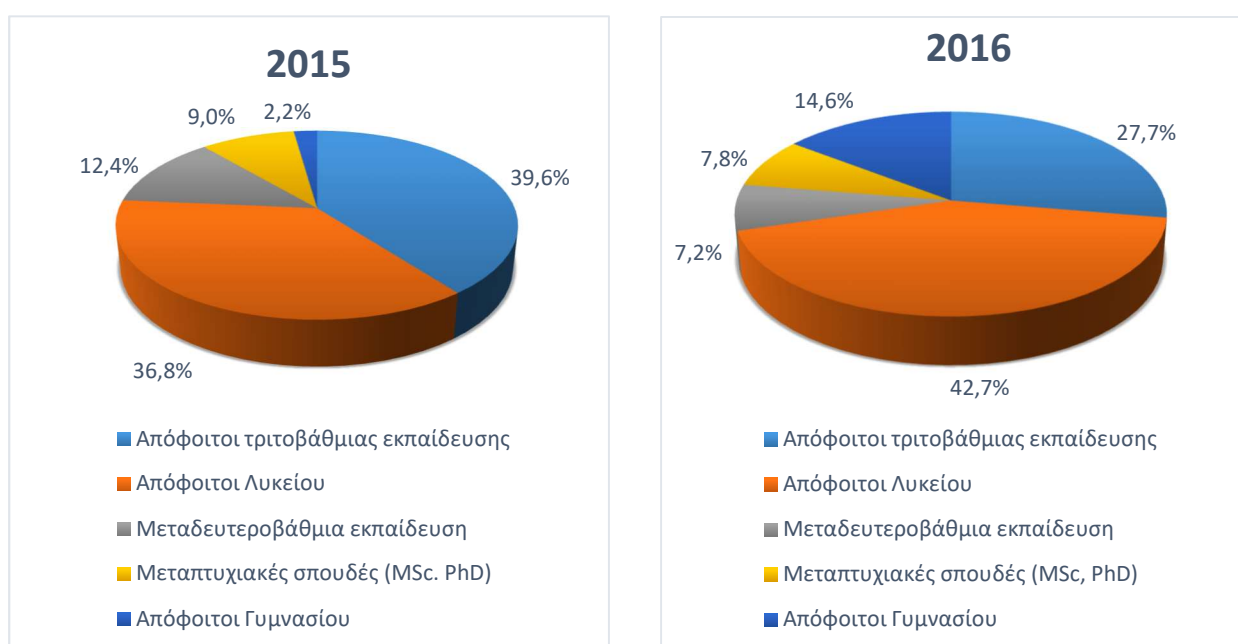
Στο Διάγραμμα 1.14 που ακολουθεί παρουσιάζεται η ποσοστιαία κατανομή των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων με βάση το επίπεδο εκπαίδευσής τους. Πιο συγκεκριμένα διακρίνονται τα εξής στρώματα: α) μέχρι απόφοιτοι Γυμνασίου, β) απόφοιτοι λυκείου, γ) απόφοιτοι μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (δηλαδή κάποιου είδους ΙΕΚ, ΚΕΚ, κτλ) δ) απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (ΑΕΙ, ΤΕΙ) και ε) άτομα με μεταπτυχιακές σπουδές.

Το 2016 σχεδόν ο ένας στους τρεις επιχειρηματίες (35%) έχει τουλάχιστον ένα πτυχίο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, με το 7,8% μάλιστα να έχει κάποιου είδους μεταπτυχιακή

¹¹ Υπενθυμίζεται ότι η μεγαλύτερη συμμετοχή των γυναικών στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση αξιολογείται γενικά ως θετική εξέλιξη, καθώς οι γυναίκες επιχειρηματίες όχι μόνο δεν υστερούν σε ποιοτικά χαρακτηριστικά, αλλά καταγράφουν καλύτερες επιδόσεις σε θέματα καινοτομίας και τεχνολογικής αναβάθμισης σε σχέση με τους άνδρες επιχειρηματίες (Ιωαννίδης και Γιωτόπουλος, 2014)

ειδίκευση. Σχεδόν το 42,7% (ή 2 στους 5) όμως είναι απλώς Απόφοιτοι Λυκείου, ποσοστό μάλιστα που έχει ενισχυθεί σε σχέση με το 2015. Η κατανομή αυτή είναι ένα συστηματικό εύρημα των ερευνών του GEM διαχρονικά και υπό μία έννοια είναι στοιχείο προβληματικό για την εγχώρια επιχειρηματικότητα, καθώς δεν φαίνεται να κινητοποιούνται στην επιχειρηματικότητα άτομα από δεξαμενές υψηλότερου μορφωτικού επιπέδου (όπως π.χ άτομα με διδακτορικό, που ενδεχομένως να προσπαθούσαν να αξιοποιήσουν εμπορικά κάποιο στοιχείο από την έρευνά τους).

Διάγραμμα 1.14: Ποσοστιαία κατανομή επιχειρηματιών αρχικών-σταδίων ως προς το εκπαιδευτικό τους επίπεδο



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.5 ΤΑ ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ

1.5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Μέχρι τώρα αναλύσαμε τα βασικά διαρθρωτικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων και των αντίστοιχων εγχειρημάτων τους και διαμορφώσαμε μια πρώτη εικόνα για αυτά. Στην ενότητα αυτή εξετάζονται ίσως τα πιο ποιοτικά χαρακτηριστικά των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που καταγράφηκαν στην Ελλάδα το 2016. Με τον όρο ποιοτικά γνωρίσματα αναφερόμαστε σε στοιχεία που αφορούν στο βαθμό καινοτομικότητας

του νέου εγχειρήματος, την ένταση του ανταγωνισμού που αυτό αντιμετωπίζει, τις προοπτικές του σε όρους δημιουργίας νέων θέσεων απασχόλησης, αλλά και του βαθμού εξωστρέφειάς του. Πρόκειται δηλαδή για στοιχεία που σχετίζονται με την ποιότητα των εγχειρημάτων, η εξέταση των οποίων είναι σημαντική ειδικά στο σημερινό οικονομικό περιβάλλον όπου η ελληνική οικονομία αναζητά βιώσιμα εγχειρήματα, με ισχυρό πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα.

Άλλωστε στη διεθνή βιβλιογραφία (Audretsch et al, 2006) έχει ήδη καταγραφεί ότι η ποσοτική ενίσχυση του αριθμού των νέων επιχειρήσεων δεν επαρκεί ως στόχος πολιτικής για την τόνωση της επιχειρηματικότητας. Η οικονομική κρίση ανέδειξε την ανάγκη όχι απλώς δημιουργίας πολλών επιχειρήσεων, αλλά δημιουργίας κατάλληλων συνθηκών για την ίδρυση υψηλής ποιότητας νέων επιχειρήσεων που θα μπορούν να είναι βιώσιμες υπό αντίξοες οικονομικές συνθήκες και να έχουν σημαντική συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη και την τόνωση της απασχόλησης.

Η ενθάρρυνση και η υποστήριξη της υψηλής ποιότητας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων απαιτεί επαρκή γνώση σχετικά με τις ποιοτικές διαστάσεις και τις ιδιαιτερότητες των νέων εγχειρημάτων. Ο κύριος στόχος πολιτικής για την επιχειρηματικότητα δεν μπορεί να είναι μόνο μια αλγεβρική αύξηση του αριθμού των νεοϊδρυόμενων επιχειρήσεων που δημιουργούνται σε μια οικονομία, αλλά περισσότερο μια στοχευμένη προσπάθεια να επηρεάσουμε αυτά τα ποιοτικά χαρακτηριστικά αυτών των επιχειρήσεων, ώστε να είναι βιώσιμα, να στηρίξουν τη βιώσιμη ανάπτυξη και να παράσχουν αρκετές θέσεις εργασίας σε μια οικονομία (I.Giotopoulos, A. Kontolaimou, A.Tsakanikas 2017)¹². Ειδικά σε αντίξοες οικονομικές συνθήκες, όπου, αφενός, υπάρχουν αυξημένοι οικονομικοί περιορισμοί αφετέρου επιβάλλεται η ανάγκη οικονομικής ανάκαμψης, η στόχευση σε ποιοτικά εγχειρήματα πρέπει να είναι βασική προτεραιότητα πολιτικής.

1.5.2 ΒΑΘΜΟΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Στο πλαίσιο της έρευνας του GEM αξιολογείται ο βαθμός της καινοτομίας που εμφανίζει το νέο εγχείρημα. Βεβαίως η καταγραφή γίνεται με εξαιρετικά ελαστικό τρόπο (soft indicator) καθώς προκύπτει από μια ποιοτική ερώτηση αναφορικά με το πλήθος των πελατών που θα θεωρήσουν πως το προϊόν ή υπηρεσία που (θα) παρέχουν στην αγορά είναι νέο και πρωτοποριακό, με τις απαντήσεις να είναι: α) πολλοί, β) λίγοι και γ) κανένας. Επιπροσθέτως η συγκεκριμένη ερώτηση και η αντίστοιχη πληροφορία που εξάγεται μπορεί να θεωρηθεί ως υποκειμενική, καθώς καταγράφεται μόνο ως άποψη του ίδιου του επιχειρηματία, χωρίς να

¹²Giotopoulos, A. Kontolaimou, A.Tsakanikas, (2017), «Drivers of high-quality entrepreneurship: what changes did the crisis bring about?», Small Business Economics, vol. 48, issue 4, 913-930

καταγράφεται κάποιος άλλος πιο «σκληρός» δείκτης, που να επιβεβαιώνει την εκτίμηση του επιχειρηματία. Ωστόσο, ο δείκτης έχει μια αναλυτική αξία λόγω της διαχρονικής καταγραφής και βεβαίως της συγκριτικής αξιολόγησης με άλλες χώρες.

Στις περισσότερες χώρες, οι μισοί τουλάχιστον επιχειρηματίες αρχικών σταδίων είναι μάλλον συνειδητοποιημένοι και ρεαλιστές ως προς το βαθμό καινοτομίας που παρουσιάζουν τα εγχειρήματά τους. Έτσι στην **Ελλάδα το 2016, τρεις στους πέντε επιχειρηματίες** δηλώνουν ότι **κανένας** (δυσνητικός) πελάτης δε θα θεωρήσει τα προϊόντα / υπηρεσίες τους νέα και πρωτοποριακά, **επίδοση ελαφρώς χαμηλότερη από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας. Από την άλλη πλευρά όμως καταγράφεται και ένα 15,6% που δηλώνει ότι όλοι θα θεωρήσουν τα προϊόντα τους ως καινοτομικά έναντι 16,9% στις χώρες καινοτομίας** (Πίνακας 1.9).

Πίνακας 1.9: Βαθμός καινοτομίας των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων ανά χώρα

	% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων		
	Όλοι οι πελάτες	Μερικοί πελάτες	Κανένας πελάτης
Γερμανία	11,6	26,8	61,6
Ελλάδα	15,6	22,7	61,7
Εσθονία	11,3	35,8	53,0
Ην. Βασίλειο	17,1	33,9	49,0
Ιρλανδία	16,4	37,6	46,0
Ισπανία	12,5	23,8	63,7
Ιταλία	30,6	37,6	31,8
Ιταλία	30,6	37,6	31,8
Λουξεμβούργο	14,1	53,6	32,3
Ολλανδία	12,3	29,8	57,9
Πορτογαλία	5,7	26,5	67,8
Σλοβενία	18,0	26,0	56,0
Σουηδία	5,9	38,7	55,4
Φινλανδία	17,9	33,7	48,4
Ομάδα Α	12,2	22,1	65,6
Ομάδα Β	17,1	28,2	54,6
Ομάδα Γ	16,9	32,5	50,6

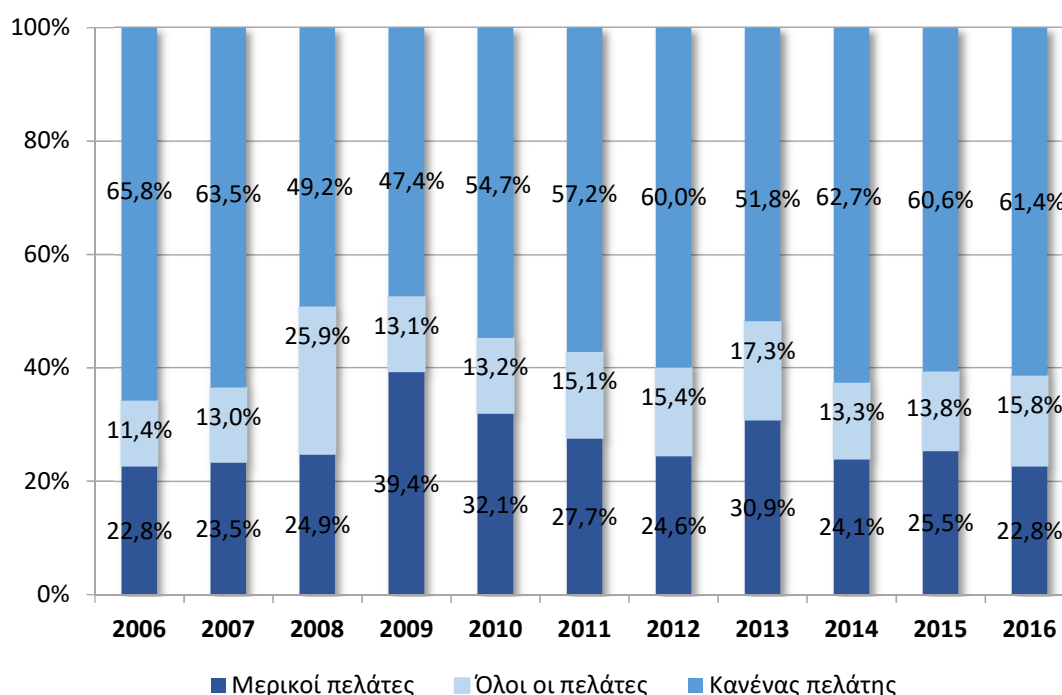
Ομάδα Α: Χώρες Χαμηλού κόστους, Ομάδα Β: Χώρες βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Ομάδα Γ: Χώρες καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Το ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που δηλώνει πως μερικοί ή όλοι οι πελάτες θεωρούν το προϊόν/υπηρεσία της επιχείρησης νέο και πρωτοποριακό κινείται στα περυσινά επίπεδα, στο 38,6%, έναντι 39,3% το 2015 (Διάγραμμα 1.15). Η χαμηλή καινοτομικότητα των νέων εγχειρημάτων σίγουρα συνδέεται και με το γεγονός ότι οι νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες εντοπίζονται πρωτίστως στους τομείς υπηρεσιών προς τον καταναλωτή, όπου η καινοτομία προϊόντος ή διεργασιών είναι εκ φύσεως αρκετά πιο περιορισμένη.

Διάγραμμα 1.15: Διαχρονική εξέλιξη του βαθμού καινοτομίας των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα

% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.5.3 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

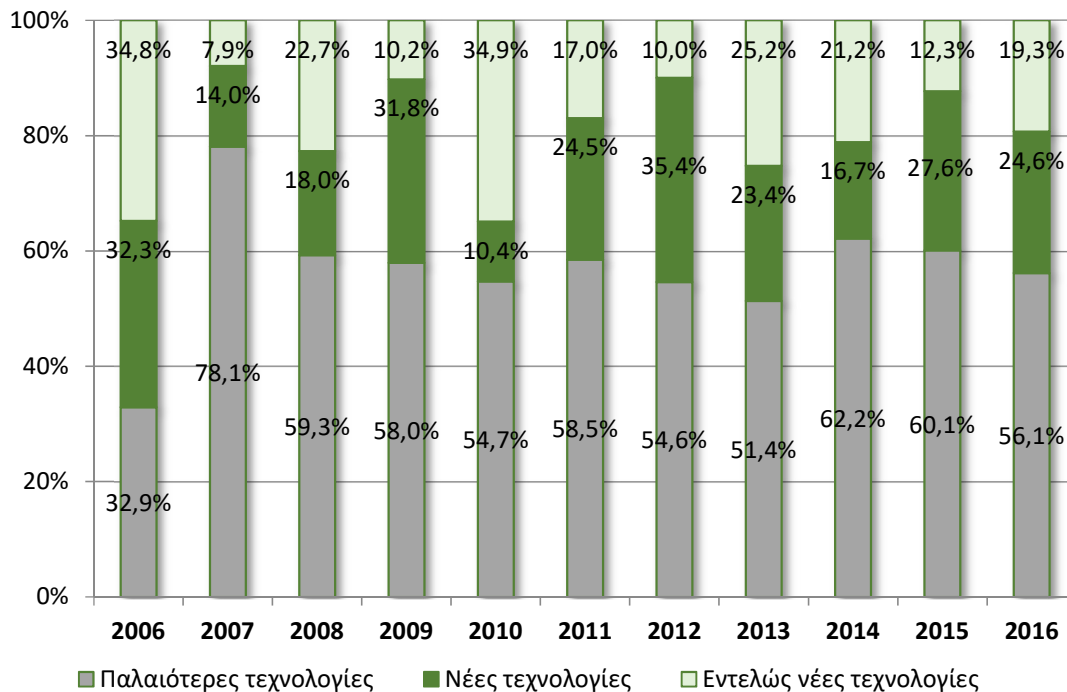
Ένα άλλο ποιοτικό γνώρισμα που εξετάζεται στο πλαίσιο της έρευνας του GEM και το οποίο σχετίζεται με την καινοτομία, κυρίως ως δείκτης όμως εισροής, και όχι ως εκροής όπως προηγουμένως, αφορά στο τεχνολογικό επίπεδο των επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, διερευνάται ο βαθμός στον οποίο οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων χρησιμοποιούν νέες τεχνολογίες/διεργασίες για την παραγωγή των προϊόντων τους / παροχή των υπηρεσιών τους. Η αξιολόγηση της τεχνολογικής ταυτότητας των νέων εγχειρημάτων γίνεται σε τρία επίπεδα, και αφορά τεχνολογίες που έχουν εμφανιστεί στην αγορά : α) εντός της προηγούμενης χρονιάς β) εντός της τελευταίας πενταετίας ή γ) είναι παλαιότερες της πενταετίας¹³. Το ζητούμενο εδώ είναι η καταγραφή κατά μία έννοια του βαθμού τεχνολογικού εκσυγχρονισμού των νέων εγχειρημάτων, δηλαδή κατά πόσο τα νέα εγχειρήματα που εμφανίζονται σε μια οικονομία χρησιμοποιούν όσο το δυνατό πιο

¹³ Στο πλαίσιο του GEM, η αναφορά σε νέες τεχνολογίες/διεργασίες γίνεται με άξονα την συγκεκριμένη χώρα και αγορά στην οποία δραστηριοποιείται ο νέος επιχειρηματίας. Όταν δηλαδή κάποιος απαντά ότι πρόκειται να χρησιμοποιήσει εντελώς νέα τεχνολογία, αυτό δεν σημαίνει ότι πρόκειται για εντελώς νέα τεχνολογία με όρους παγκόσμιας αγοράς, αλλά με όρους της τοπικής αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται.

«μοντέρνες» τεχνολογίες, ώστε να αναβαθμίζεται συνολικά η τεχνολογική ταυτότητα του επιχειρηματικού ιστού της χώρας. Αν και η τελευταία επηρεάζεται πρωτίστως από το επίπεδο τεχνολογικού εκσυγχρονισμού του υφιστάμενου επιχειρηματικού συστήματος, είναι σημαντικό η νέα «εισροή» στη συνολική «επιχειρηματική δεξαμενή» να ανανεώνει ως ένα βαθμό το τεχνολογικό περιεχόμενο του κάθε επιμέρους κλάδου.

Διάγραμμα 1.16: Διαχρονική εξέλιξη του τεχνολογικού επιπέδου των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα

% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Όπως φαίνεται και στο Διάγραμμα 1.16 όπου παρουσιάζονται τα διαχρονικά δεδομένα στην Ελλάδα η συγκεκριμένη ερώτηση παρουσιάζει σημαντικές διακυμάνσεις. Αν και οι παλαιότερες τεχνολογίες διαχρονικά πλειοψηφούν, υπάρχουν χρονιές που καταγράφεται μία έντονη τάση «εκσυγχρονισμού». **Το 2016 το ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών-σταδίων στην Ελλάδα που αξιοποιεί γνωστές τεχνολογίες/διεργασίες φαίνεται να εξασθενεί σε 56,1% από 60,1% το 2015. Ταυτόχρονα, σχεδόν 2 στους 5 επιχειρηματίες - από τις υψηλότερες επιδόσεις – δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν εντελώς νέες τεχνολογίες.** Δεν θα μπορούσε αυτό το εύρημα να μην αξιολογηθεί θετικά, καθώς ο τεχνολογικός εκσυγχρονισμός των νέων εγχειρημάτων αποτελεί τη βάση για μια βιώσιμη και με προοπτικές ανάπτυξης επιχειρηματικότητα. Ωστόσο, το γεγονός ότι παραμένει υψηλό το ποσοστό των γνωστών τεχνολογιών, αν και μειώνεται, μπορεί να συνδεθεί με παράγοντες που έχουν να κάνουν με την κρίση, καθώς κατά κανόνα οι εντελώς νέες τεχνολογίες είναι και ακριβότερες.

Πάντως είναι χαρακτηριστικό ότι στο συγκεκριμένο ζήτημα καταγράφονται σημαντικές αποκλίσεις και μεγάλο εύρος τιμών ανάμεσα στις διάφορες χώρες (Πίνακας 1.10). **Ιδιαίτερα αισιόδοξο αποτελεί το γεγονός ότι η Ελλάδα το 2016 ταξινομείται μεταξύ των χωρών με τα υψηλότερα ποσοστά νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που στηρίζονται σε εντελώς νέες ή απλά έστω νέες τεχνολογίες (πενταετίας).**

Πίνακας 1.10: Ποσοστό νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που χρησιμοποιεί νέες τεχνολογίες/διαδικασίες (2016)

% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων

	Εντελώς νέες τεχνολογίες	Νέες τεχνολογίες	Παλαιότερες τεχνολογίες
Γερμανία	9,6	13,4	77,0
Ελλάδα	19,5	24,3	56,2
Εσθονία	10,5	18,5	71,0
Ην. Βασίλειο	10,0	18,8	71,2
Ιρλανδία	13,3	30,9	55,9
Ισπανία	11,9	19,7	68,4
Ιταλία	23,1	26,3	50,6
Λουξεμβούργο	15,7	19,9	64,5
Ολλανδία	7,7	16,0	76,4
Πορτογαλία	12,8	21,3	65,9
Σλοβενία	28,7	16,5	54,8
Σουηδία	6,1	17,6	76,4
Φινλανδία	6,9	13,8	79,3
Ομάδα Α	11,7	14,9	73,3
Ομάδα Β	19,4	22,3	58,3
Ομάδα Γ	14,0	20,7	65,3

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

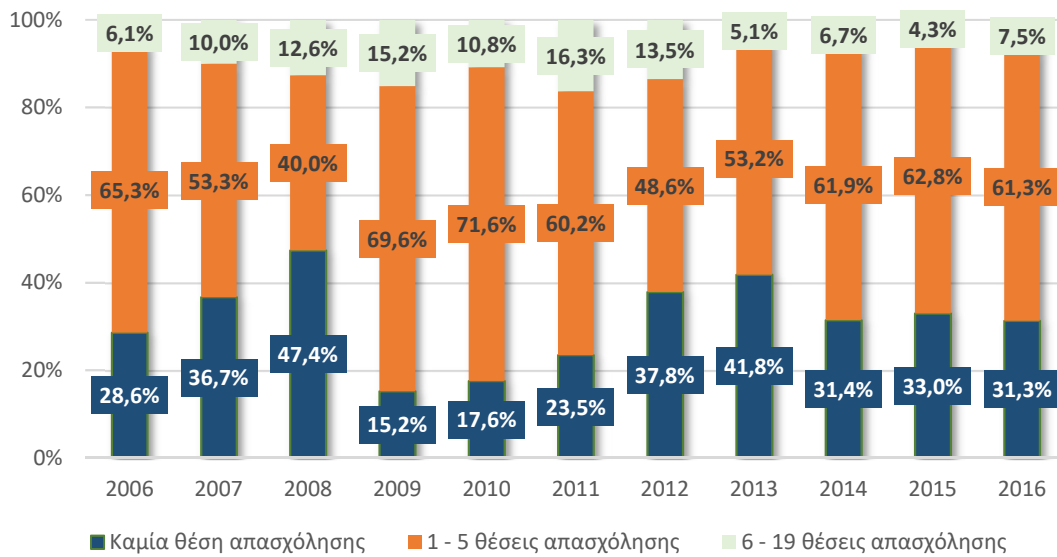
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.5.4 ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Ένα από τα πιο κομβικά στοιχεία στη ανάλυση των νέων εγχειρημάτων σε μια χώρα είναι το μέγεθός τους σε όρους απασχόλησης. Έτσι εξετάζεται ο αριθμός των θέσεων εργασίας που προσφέρουν κατά την έναρξη τους (πλην των ίδιων / ιδρυτών), αλλά και οι προοπτικές που οι επιχειρηματίες διαβλέπουν πως θα δημιουργήσει δυνητικά το νέο τους εγχείρημα εντός της επόμενης πενταετίας, με βάση βεβαίως τις τρέχουσες προσδοκίες τους.

Διάγραμμα 1.17: Αριθμός θέσεων εργασίας κατά την έναρξη

% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων

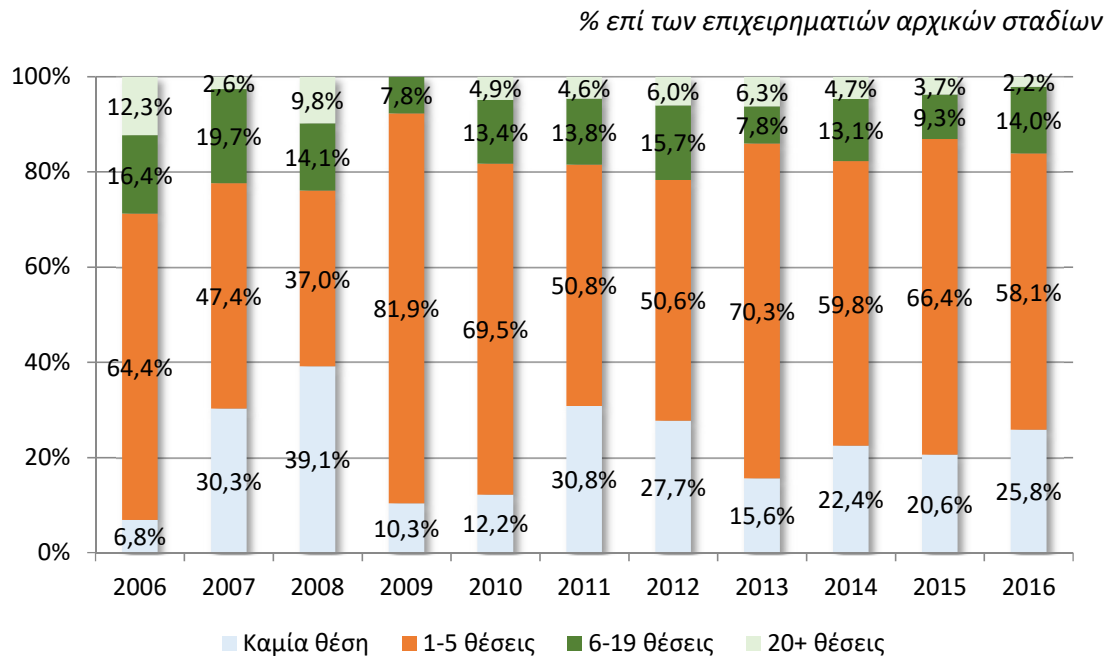


Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα (Διάγραμμα 1.17) **σχεδόν ένας στους τρεις το 2016 δηλώνει ότι πέρα από τους ιδρυτές, κανείς άλλος δεν εργάζεται στο εγχείρημα αυτό, τουλάχιστον κατά τη στιγμή της έναρξης. Ταυτόχρονα όμως, το ποσοστό που δηλώνει ότι απασχολεί 1 έως 5 άτομα, διαμορφώνεται στο 61%, όσο περίπου και το 2015 (62,8%)**. Ελάχιστα είναι τα εγχειρήματα που αφορούν σε περισσότερες θέσεις εργασίας, κάτι που σημαίνει ότι η ευρεία πλειονότητα των εγχειρημάτων είναι πολύ μικρές επιχειρήσεις (micro) σύμφωνα με τη διεθνή τουλάχιστον ταξινόμηση, εύρημα που ουσιαστικά υποδηλώνει μικροεπιχειρηματικότητα και εν πολλοίς αυτοαπασχόληση. **Συνεπώς, κατά βάση τα νέα εγχειρήματα που γεννιούνται στην Ελλάδα προσφέρουν απασχόληση στους ιδρυτές τους.**

Βεβαίως πολύ περισσότερο ενδιαφέρον έχει να εξεταστούν οι προσδοκίες που έχουν οι ίδιοι οι επιχειρηματίες για το πόσες θέσεις εργασίας διαβλέπουν ότι μπορεί να δημιουργήσει το νέο τους επιχειρηματικό εγχείρημα εντός της επόμενης πενταετίας. Με βάση το σχεδιασμό της έρευνας, η ερώτηση αναλύει αν οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων προσδοκούν, σε βάθος πενταετίας, να δημιουργήσουν 1 έως 5 θέσεις εργασίας, 6 έως 19, πάνω από 20 νέες θέσεις εργασίας, ή καμία θέση εργασίας. Το Διάγραμμα 1.18 αποτυπώνει τη διαχρονική εξέλιξη αυτού του δείκτη για την Ελλάδα.

Διάγραμμα 1.18: Προοπτικές δημιουργίας θέσεων απασχόλησης εντός της επόμενης πενταετίας



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Από την έναρξη της οικονομικής κρίσης και μετά το ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που εκτιμούσαν ότι θα ήταν σε θέση να προσφέρουν στην επόμενη πενταετία τουλάχιστον μία θέση εργασίας, άρχισε σταδιακά να περιορίζεται από 90% το 2009 σε 70% το 2013. Το 2013 η πτωτική αυτή τάση ανακόπηκε, χωρίς ωστόσο να ξεπεράσει το 75%. **Έτσι το 2016 δεν καταγράφεται κάποια αξιοσημείωτη εξέλιξη, αφού σχεδόν το 75% των επιχειρηματιών εκτιμούν ότι την επόμενη πενταετία θα δημιουργούσαν τουλάχιστον μια θέση εργασίας έναντι 80% το 2015.** Οι περισσότεροι όμως (58%) δήλωσαν ότι οι θέσεις αυτές δεν αναμένεται να είναι πάνω από πέντε, όπως και πέρυσι. Πάντως σημειώνεται και μια μικρή ενίσχυση του ποσοστού των επιχειρηματιών που εκτιμά ότι θα είναι σε θέση να προσφέρουν πάνω από πέντε θέσεις εργασίας, στο 16% από 13% το 2015.

1.5.5 ΈΝΤΑΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

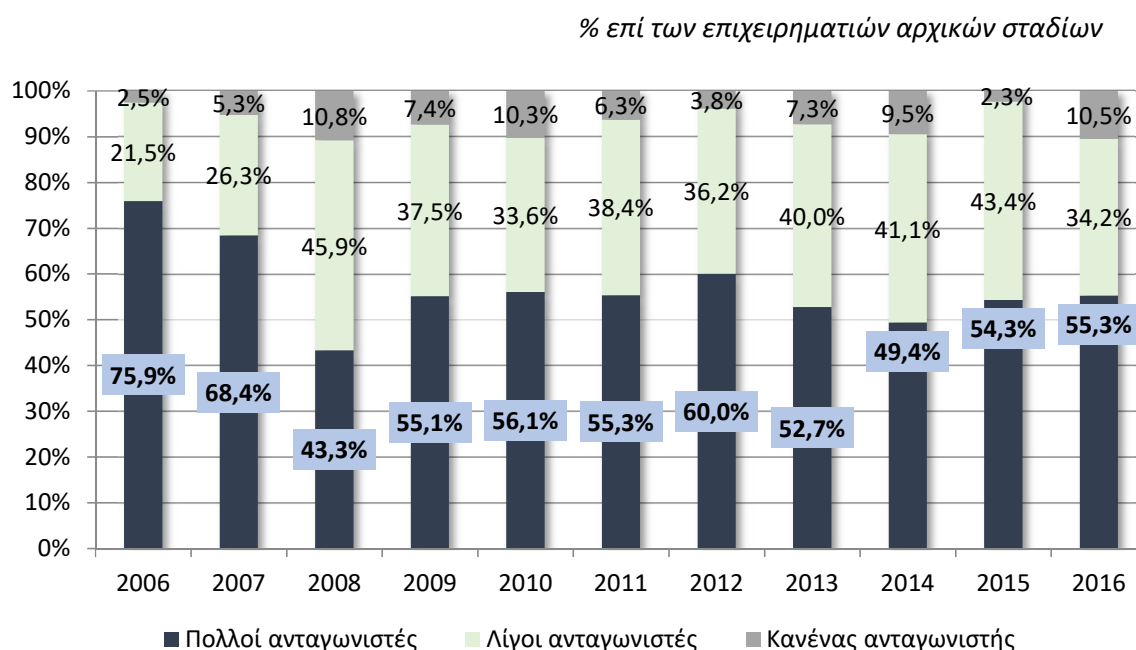
Στην συγκεκριμένη υποενότητα εξετάζεται η ένταση του ανταγωνισμού των νέων επιχειρημάτων στη χώρα, καθώς η δημιουργία νέων αγορών, διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στη βελτίωση της παραγωγικότητας, στην ενθάρρυνση της καινοτομίας και γενικότερα στην ενίσχυση της οικονομικής ανάπτυξης σε μια χώρα (Aghion & Griffith, 2008; Aghion et al 2005). Όταν μία επιχείρηση εισέρχεται σε μία νησίδα αγοράς (niche market), όπου δηλαδή ο ανταγωνισμός είναι ήπιος ή και ανύπαρκτος τουλάχιστον στην πρώτη φάση διαμόρφωσης

της αγοράς, υποδηλώνει ότι η επιχείρηση αυτή έχει εμφανίσει κάποια σημαντική καινοτομία, κάτι που σημαίνει ότι έχει σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης και μεγέθυνσης.

Κατά την διεξαγωγή της έρευνας του GEM, οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων καλούνται να εκτιμήσουν την ένταση του ανταγωνισμού, **σύμφωνα με τη δική τους άποψη για το εάν υπάρχουν πολλές, λίγες ή καμία επιχείρηση που προσφέρουν το ίδιο ή όμοιο προϊόν / ίδια ή όμοια υπηρεσία**. Συνεπώς, εάν το προϊόν ή η υπηρεσία είναι πράγματι «νεωτερικό», ο επιχειρηματίας αναμένεται να αντιμετωπίζει χαμηλό ή και καθόλου ανταγωνισμό, τουλάχιστον κατά τη φάση αρχικής προώθησης του εγχειρήματός του στην αγορά.

Στο Διάγραμμα 1.19 φαίνεται ότι τα περισσότερα νέα εγχειρήματα που εμφανίζονται στη χώρα διαχρονικά εισέρχονται σε αγορές όπου ήδη υπάρχει έντονος ανταγωνισμός. **Το 2016 το 55,3% των επιχειρηματιών – αυξημένο μάλιστα σε σχέση με το 2015 - δηλώνει πως πολλές επιχειρήσεις προσφέρουν παρόμοιο προϊόν ή υπηρεσία. Αντίστοιχος όμως είναι και ο μέσος όρος και των χωρών καινοτομίας (52%),** ενώ ακόμα πιο υψηλός είναι ο σχετικός δείκτης σε χώρες χαμηλότερης οικονομικής ανάπτυξης. Αξίζει να επισημανθεί πάντως ότι το ποσοστό των επιχειρηματιών που δηλώνουν ότι δεν έχουν κανέναν ανταγωνιστή εκτινάσσεται στο 10,5% το 2016, από μόλις 2,3% το 2015 (Πίνακας 1.11)¹⁴.

Διάγραμμα 1.19: Ποσοστιαία διάρθρωση επιχειρηματικών εγχειρημάτων με βάση τον ανταγωνισμό που αντιμετωπίζουν



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

¹⁴ Από τις επιχειρήσεις που δηλώνουν ότι δεν έχουν κανέναν ανταγωνιστή πάντως, οι μισές ανήκουν στον κλάδο των υπηρεσιών προς τον καταναλωτή, και συγκεκριμένα, το ¼ αυτών στις υπηρεσίες εστίασης και καταλύματος.

Πίνακας 1.11: Ποσοστιαία διάρθρωση επιχειρηματικών εγχειρημάτων με βάση τον ανταγωνισμό που αντιμετωπίζουν (2016)*% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων*

	Πολλοί ανταγωνιστές	Λίγοι ή κανένας ανταγωνιστής
Γερμανία	52,5	47,5
Ελλάδα	55,3	44,7
Εσθονία	46,7	53,3
Ηνωμένο Βασίλειο	46,7	53,3
Ιρλανδία	33,4	66,6
Ισπανία	57,0	43,0
Ιταλία	65,1	34,9
Λουξεμβούργο	46,1	53,9
Ολλανδία	50,0	50,0
Πορτογαλία	53,6	46,4
Σλοβενία	47,2	52,8
Σουηδία	42,5	57,5
Φινλανδία	64,1	35,9
Ομάδα Α	64,5	35,5
Ομάδα Β	58,8	41,2
Ομάδα Γ	52,2	47,8

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.5.6 ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΟΣ

Ένα ακόμα ιδιαίτερα σημαντικό γνώρισμα των νέων εγχειρημάτων που αναλύεται στο πλαίσιο του GEM είναι ο εξαγωγικός τους χαρακτήρας. Οι προοπτικές εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων συνιστούν ένα υψηλής σπουδαιότητας ποιοτικό κριτήριο του εγχειρήματος. Η ταυτόχρονη ενίσχυση της εξωστρέφειας της ελληνικής οικονομίας και η σταδιακή υποκατάσταση μέρους των εισαγωγών, αποτελούν βασικά χαρακτηριστικά στην κατεύθυνση της βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας της χώρας. Με την Ελλάδα σε αναζήτηση ενός αναπτυξιακού προτύπου που να βασίζεται καθοριστικότερα στην εξωστρέφεια σε σχέση με το παρελθόν, οποιαδήποτε δραστηριότητα δημιουργεί προϊόντα/υπηρεσίες που διαθέτουν εξωτερική ζήτηση αποτελεί ένα ποιοτικό χαρακτηριστικό που είναι ζητούμενο για την επιχειρηματικότητα και την ελληνική οικονομία σήμερα.

Οστόσο, η εξωστρέφεια δεν είναι εύκολη διαδικασία, καθώς απαιτεί την αναβάθμιση της οικονομίας στις ευρύτερες τεχνολογικές, οικονομικές, κοινωνικές και γεωπολιτικές μεταβολές, και προϋποθέτει τη βελτίωση των δυνατοτήτων που έχουν οι επιχειρήσεις της να παράγουν, και να αξιοποιούν τις γνώσεις, ούτως ώστε να μπορεί να καινοτομούν. Η αξιολόγηση επομένως της εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων που εισέρχονται στην ήδη υπάρχουσα επιχειρηματικότητα αποτελεί υψηλής σημασίας ζήτημα, καθώς μπορεί να

αποτυπώσει μια μελλοντική εικόνα σχετικά με τις προοπτικές βιωσιμότητας, αλλά και μεγέθυνσης του συνόλου των επιχειρήσεων στη χώρα.

Έτσι λοιπόν στο πλαίσιο της έρευνας του GEM, ο βαθμός εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων προκύπτει από το ποσοστό του κύκλου εργασιών που προέρχεται από πελάτες εξωτερικού. Σύμφωνα με τον Πίνακα 1.12 για το 2016 η Ελλάδα, φαίνεται να εξάγει περισσότερο (με όρους ποσοστού επιχειρήσεων που εξάγει) σε σύγκριση με το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (ομάδα Γ). **Συγκεκριμένα μόνο το 30% (ένας στους τρεις δηλαδή), επιχειρηματίες αρχικών σταδίων δηλώνει ότι απευθύνεται αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά, έναντι 37,7% στις χώρες καινοτομίας. Μάλιστα περίπου 31% των επιχειρήσεων δηλώνει ότι πάνω από το ¼ του τζίρου τους προέρχεται από πελάτες εξωτερικού, επίδοση ελαφρώς χαμηλότερη από τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (ομάδα Γ) (35%).** Σαφώς μέρος αυτής της θετικής τάσης σχετίζεται με τον σχετικά υψηλό αριθμό εγχειρημάτων υπηρεσιών στον κλάδο του τουρισμού και των συναφών δραστηριοτήτων, που εκ φύσεως έχουν έναν εξωστρεφή χαρακτήρα. Πάντως σε σχέση με άλλες χώρες φαίνεται γενικά ότι οι χώρες καινοτομίας διαθέτουν μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων που απευθύνεται σε διεθνείς αγορές σε σχέση με τις αναπτυσσόμενες χώρες (ομάδες Α και Β), όπως υποδηλώνουν οι σχετικοί μέσοι όροι (Πίνακας 1.12).

Όσον αφορά στη διαχρονική εξέλιξη του δείκτη εξωστρέφειας, (Διάγραμμα 1.20) παρά το γεγονός ότι από το 2012 πάνω από τα μισά νέα εγχειρήματα κατευθύνονταν αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά, το 2016 το ποσοστό αυτό πλέον υποχωρεί στο 30,8%. **Μάλιστα για πρώτη φορά το ποσοστό όσων εξάγουν πάνω από το 25% του κύκλου εργασιών τους ξεπερνά το 70%. Αυτό σημαίνει ότι ενισχύεται εκτός από την έκταση των εξαγωγών και η έντασή τους, τάση που εφόσον συνεχιστεί δεν μπορεί παρά να αξιολογηθεί θετικά.**

Πίνακας 1.12: Εξαγωγικός προσανατολισμός των νέων επιχειρημάτων (2016)

% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων

	Μόνο εγχώριοι πελάτες	<25% των εσόδων προέρχονται από το εξωτερικό	26-75% των εσόδων προέρχονται από το εξωτερικό	76-100% των εσόδων προέρχονται από το εξωτερικό
Γερμανία	31,9	46,6	14,7	6,8
Ελλάδα	30,6	38,3	11,5	19,6
Εσθονία	39,4	44,2	9,7	6,7
Ην. Βασίλειο	33,1	47,9	14,1	4,9
Ιρλανδία	22,1	52,5	16,4	9,0
Ισπανία	72,2	17,4	6,4	4,1
Ιταλία	46,3	24,5	21,2	8
Λουξεμβούργο	26,6	43,2	17,3	12,9
Ολλανδία	57,4	31,4	5,3	5,9
Πορτογαλία	26,0	43,6	16,8	13,6
Σλοβενία	42,1	28,8	13,9	15,2
Σουηδία	39,7	40,5	11,9	7,9
Φινλανδία	59,9	26,7	5,5	7,9
Ομάδα Α	75,4	20,1	3,3	1,2
Ομάδα Β	61,7	22,8	10,4	5,1
Ομάδα Γ	37,7	37,0	14,3	11,0

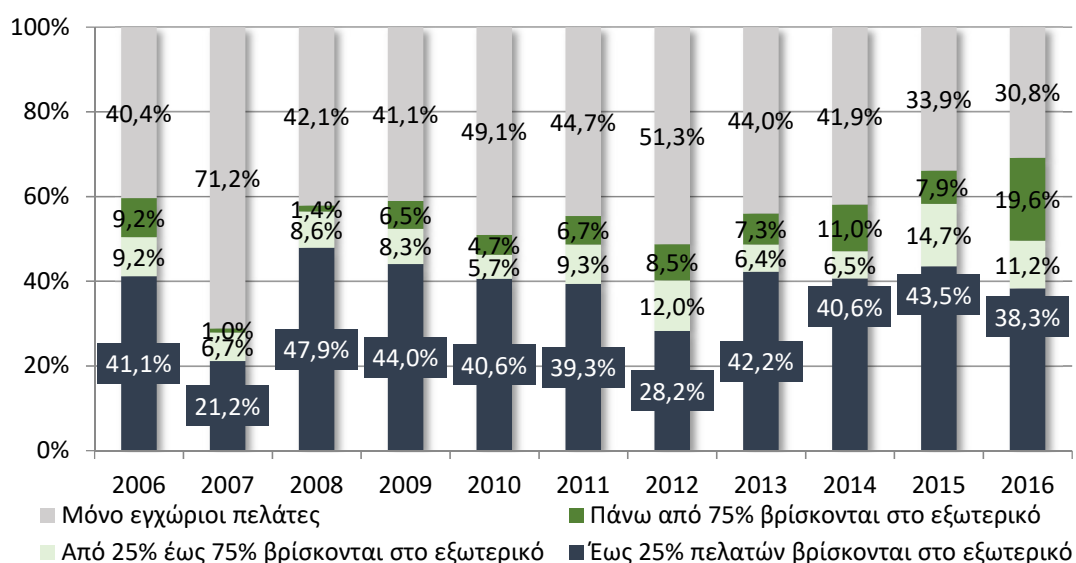
Weighted data

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διάγραμμα 1.20: Εξαγωγικός προσανατολισμός νέων επιχειρήσεων

% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ ΣΤΙΣ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΗΛΙΚΙΕΣ

2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται μια ανάλυση των χαρακτηριστικών της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που αναπτύσσουν τα άτομα σχετικά μεγαλύτερης ηλικίας (senior entrepreneurship). Πρόκειται για μια δεξαμενή ανθρώπων η οποία έχει αρχίσει να αποκτά ενδιαφέρον τόσο σε ερευνητικό επίπεδο, όσο και ως πεδίο άσκησης πολιτικών για την επιχειρηματικότητα, σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Λόγω των δημογραφικών εξελίξεων ειδικά στην Ευρώπη, περίπου το 30% του πληθυσμού ήταν άνω των 55 ετών το 2010 και εκτιμάται ότι θα φτάσει στο 37% το 2030¹⁵. Ταυτόχρονα ο πληθυσμός αποκτά ένα μεγαλύτερο προσδόκιμο ζωής και γενικά μια υψηλότερη ποιότητα ζωής. Έτσι πλέον δεν αντιμετωπίζουμε τρία στάδια ζωής, αλλά τέσσερα. Η λεγόμενη "τρίτη ηλικία" δεν χαρακτηρίζεται πλέον ως μια σύντομη και αδρανής περίοδος στη ζωή ενός ατόμου, αλλά αφενός περιλαμβάνει κατά κανόνα αρκετά χρόνια, αφετέρου συνδέεται με την επιθυμία των ατόμων να παραμείνουν ενεργοί. Η αξιοποίηση επομένως των δυνατοτήτων που προσφέρει αυτή ο ολοένα και μεγαλύτερη δεξαμενή ανθρώπων μπορεί να συντελέσει στη αύξηση των νέων επιχειρήσεων και κυρίως των ποσοστών επιβίωσής τους¹⁶.

Στο πλαίσιο αυτό η Ευρωπαϊκή Κοινότητα προσπαθεί να σχεδιάσει πολιτικές που θα αξιοποιούν τις γνώσεις και τις ικανότητες των μεγαλύτερων ηλικιακά ανθρώπων και τρόπους με τους οποίους θα μπορούν να συμμετέχουν πιο ενεργά στην επιχειρηματικότητα. Πολλά από τα άτομα αυτά επιθυμούν να παραμείνουν ενεργοί και να διερευνήσουν νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, είτε - αν έχουν ήδη μια επιτυχημένη επιχειρηματική εμπειρία - να μεταλαμπαδεύσουν την εμπειρία τους σε άλλους. Ωστόσο, αντιμετωπίζουν ορισμένες προκλήσεις, καθώς: α) δεν αποτελούν τους συνήθεις «ωφελούμενους» από παραδοσιακούς μηχανισμούς υποστήριξης των επιχειρήσεων, αφού συνήθως η δυναμική τους υποεκτιμάται, β) ενδεχομένως οι ίδιοι να αγνοούν τους οργανισμούς υποστήριξης των επιχειρήσεων και γ) μπορεί να μην θεωρούνται φιλικόί μέντορες για άλλους επιχειρηματίες.

Σε σύγκριση με τις νεότερες γενιές, οι επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας – πέρα από την εμπειρία τους, έχουν κατά κανόνα, αναπτύξει ένα ευρύτερο δίκτυο επαγγελματικών γνωριμιών, το οποίο μπορεί να αποδειχθεί κρίσιμο στη στήριξη νέων εγχειρημάτων. Επίσης είναι σε θέση να αξιοποιήσουν καλύτερα πληροφορίες και γνώσεις του επιχειρηματικού

¹⁵ «Policy Brief on Senior Entrepreneurship, Entrepreneurial Activities in Europe», OECD/European Union, 2012

¹⁶ «Senior Entrepreneurship Good Practices Manual, European Union», 2012

περιβάλλοντός τους και να λάβουν καλύτερες (more informed) αποφάσεις. Σαφώς από την άλλη πλευρά, είναι ίσως λιγότερο ευεπίφοροι στην ανάληψη ρίσκου ή σε αναζήτηση πολύ υψηλών αποδόσεων, με αποτέλεσμα να είναι και πιο συντηρητικοί στις πιθανές επιλογές τους στον επιχειρηματικό στίβο.

Στο πλαίσιο αυτό λοιπόν, στο παρόν κεφάλαιο εξετάζεται η εξέλιξη των χαρακτηριστικών της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, εστιάζοντας ακριβώς στα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, ενώ παράλληλα γίνεται και μια σύγκριση με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες. Για την Ελλάδα εστιάζουμε στα στοιχεία του 2016, παραθέτοντας τους βασικούς δείκτες επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, καθώς και την εξέλιξη αυτών διαχρονικά ανά ηλικιακή ομάδα. Πέραν των βασικών δεικτών, αναλύονται οι δείκτες που σχετίζονται με τις επιχειρηματικές προδιαθέσεις, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, καθώς και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των εγχειρημάτων. Επιπλέον, αναλύονται οι γνωστές ποιοτικές πτυχές των εγχειρημάτων - όπως η δυναμική ανάπτυξης, η εξωστρέφεια, ο βαθμός καινοτομίας, η τεχνολογική αναβάθμιση, ο ανταγωνισμός, αλλά και τα δημογραφικά στοιχεία των ίδιων των επιχειρηματιών, τα κίνητρα της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης, και οι γενικότερες προδιαθέσεις των ατόμων απέναντι στην επιχειρηματικότητα (π.χ. φόβος αποτυχίας, δεξιότητες).

Πριν όμως αναλυθούν τα εμπειρικά στοιχεία, ακολουθεί μια παρουσίαση των χαρακτηριστικών που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, όπως προέκυψε από την ειδική μελέτη για το συγκεκριμένο θέμα στο πλαίσιο της παγκόσμιας έρευνας του GEM 2016.

2.1.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ ΣΤΙΣ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΗΛΙΚΙΕΣ (SENIOR ENTREPRENEURSHIP) ΣΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας μπορούν να συμμετέχουν σε ποικίλες επιχειρηματικές δραστηριότητες, είτε ως επιχειρηματίες που ξεκινούν και λειτουργούν τις δικές τους επιχειρήσεις, είτε ως καθιερωμένοι επιχειρηματίες, είτε ως «υπάλληλοι» ή ακόμα και ως ανεπίσημοι επενδυτές. Οι προοπτικές των ατόμων να γίνουν επιχειρηματίες, ωστόσο, διαμορφώνονται από διάφορους παράγοντες. Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας του GEM που αφορούν την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ατόμων μεγαλύτερης ηλικίας σε παγκόσμιο επίπεδο. Η έρευνα αφορά το χρονικό διάστημα 2009-2016, και έχει διεξαχθεί σε 104 χώρες, στις οποίες το 16% του πληθυσμού τους (περίπου 1,2 δισεκ. άτομα) βρίσκεται ηλικιακά άνω των 55 ετών. Σκοπός της ανάλυσης είναι να αποτυπωθεί μια συνοπτική εικόνα των χαρακτηριστικών, διαρθρωτικών και ποιοτικών, των νέων εγχειρημάτων που υλοποιούνται από άτομα μεγαλύτερης ηλικίας σε παγκόσμιο επίπεδο.

Σύμφωνα, λοιπόν, με τα στοιχεία που προέκυψαν από την έρευνα του GEM¹⁷ σε παγκόσμιο επίπεδο, η ηλικία φαίνεται να επιδρά έντονα στην ανάληψη ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος. Αν και τα ποσοστά επιχειρηματιών αρχικών σταδίων για τους νέους (άτομα ηλικίας 18 – 29 ετών) και τους ενήλικες μέσης ηλικίας (άτομα ηλικίας 30 – 49 ετών) είναι παρόμοια - ωστόσο, αισθητά χαμηλότερη καταγράφεται η επιχειρηματική δραστηριότητα μετά την ηλικία των 50 ετών (Πίνακας 2.1).

Πίνακας 2.1: Κατανομή επιχειρηματιών αρχικών σταδίων ανά ηλικιακή ομάδα, 2009-2016
% στο σύνολο του αντίστοιχου πληθυσμού

	Νέοι	Μέσης ηλικίας	Μεγαλύτερης ηλικίας
Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων	13%	13%	7%

Πηγή: GEM, Senior entrepreneurship, 2016-2017, Επεξεργασία: IOBE

Η ίδια εικόνα εντοπίζεται και αναφορικά με το φύλο, όπου τα ποσοστά αντρών και γυναικών μεγαλύτερης ηλικίας είναι αισθητά χαμηλότερα σε σχέση με τις άλλες ηλικιακές ομάδες. Στον γυναικείο πληθυσμό μεγαλύτερης ηλικίας, μόλις το 6% επιχειρεί ένα νέο εγχείρημα, όταν στις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες, το αντίστοιχο ποσοστό γυναικών φθάνει σε 11% αμφότερα. Οι γυναίκες μεγαλύτερης ηλικίας δηλαδή φαίνεται να υλοποιούν νέα εγχειρήματα λιγότερο σε σχέση με τις νεότερες γυναίκες. Από την άλλη, ανάλογη εικόνα εντοπίζεται και στον αντρικό πληθυσμό, με μόλις το 9% του αντρών μεγαλύτερης ηλικίας να ξεκινούν μια νέα επιχειρηματική δραστηριότητα. Θα μπορούσε πάντως να αναφερθεί ότι σε όλες τις ηλικιακές ομάδες οι άντρες φαίνεται να υπερισχύουν σε σχέση με τις γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, με την διαφορά να είναι ηπιότερη στην περίπτωση της μεγαλύτερης ηλικιακής ομάδας (Πίνακας 2.2).

Πίνακας 2.2: Κατανομή επιχειρηματιών αρχικών σταδίων ανά ηλικιακή ομάδα και φύλο, (2009-2016)

% στο σύνολο του αντίστοιχου πληθυσμού

	Νέοι	Μέσης ηλικίας	Μεγαλύτερης ηλικίας
Γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων	11%	11%	6%
Άντρες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων	15%	16%	9%

Πηγή: GEM, Senior entrepreneurship, 2016-2017, Επεξεργασία: IOBE

Εξετάζοντας το κίνητρο που οδηγεί τα άτομα στην υλοποίηση ενός νέου εγχειρήματος, προκύπτει ότι στο εξεταζόμενο διάστημα, το ποσοστό των επιχειρηματικών αρχικών σταδίων που ξεκινούν να δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά λόγω ανάγκης είναι υψηλότερο στα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας (42%) από ότι στις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες, όπου το αντίστοιχο ποσοστό κυμαίνεται στην περιοχή του 37%. Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι σε παγκόσμιο επίπεδο, σε όλες τις ηλικιακές ομάδες, επικρατεί η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας (Πίνακας 2.3).

¹⁷ GEM, Special topic, Senior entrepreneurship, 2016-2017

Πίνακας 2.3: Κίνητρο επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά ηλικιακή ομάδα, (2009-2016)*% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων*

	Νέοι	Μέσης ηλικίας	Μεγαλύτερης ηλικίας
Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας	61%	59%	54%
Επιχειρηματικότητα ανάγκης	36%	38%	42%
Άλλοι λόγοι ή/και συνδυασμός ευκαιρίας-ανάγκης	3%	3%	4%

Πηγή: GEM, Senior entrepreneurship, 2016-2017, Επεξεργασία: IOBE

Σχετικά με τους παράγοντες που φαίνεται να επιδρούν στην ανάληψη νέων εγχειρημάτων άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, οι κύριοι λόγοι φαίνεται να είναι η ανεργία, το ανεπαρκές εισόδημα αλλά και η αξιοποίηση εμπειρίας και γνώσης από προγενέστερη επαγγελματική δραστηριότητα. Η τρέχουσα επαγγελματική κατάσταση του ατόμου αποτελεί σημαντικό παράγοντα, καθώς μπορεί να καθορίσει όχι μόνο την πρόθεση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση, αλλά ακόμα και τον κλάδο στον οποίο προτίθεται να δραστηριοποιηθεί. Για παράδειγμα, οι άνεργοι και οι εργαζόμενοι με μερική απασχόληση κατά κανόνα έχουν μεγαλύτερο κίνητρο για την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας από ό,τι οι εργαζόμενοι πλήρους απασχόλησης. Επιπρόσθετα, ένας εργαζόμενος σε ένα συγκεκριμένο κλάδο, στην περίπτωση που αποφασίσει για ένα νέο επιχειρηματικό εγχείρημα είναι πιο πιθανό – και αναμενόμενο- να κινηθεί στον κλάδο που ήδη απασχολείται λόγω εμπειρίας. Τα συγκεκριμένα συμπεράσματα προκύπτουν από την παγκόσμια έρευνα του GEM, με τα ποσοστά των ανέργων που οδηγούνται στην επιχειρηματικότητα να είναι αισθητά υψηλότερα σε όλες τις ηλικιακές ομάδες σε σχέση με τα άτομα που έχουν οποιαδήποτε απασχόληση. Ωστόσο, αυτό που ξεχωρίζει είναι ότι το ποσοστό των ανέργων μεγαλύτερης ηλικίας που οδηγείται στην επιχειρηματικότητα είναι πολύ χαμηλότερο από τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες. Συγκεκριμένα, το 19% των ανέργων που βρίσκονται στη μεγαλύτερη ηλικία εκδηλώνουν επιχειρηματική πρόθεση έναντι 35% και 28% των νέων και μέσης ηλικίας ατόμων, αντίστοιχα.¹⁸

Όσον αφορά στο εισόδημα ως παράγοντα υλοποίησης νέων εγχειρημάτων, η εικόνα σε παγκόσμιο επίπεδο φαίνεται να είναι ανάμικτη, κυρίως ως προς το κίνητρο. Το εισόδημα, και συγκεκριμένα το χαμηλό οικογενειακό εισόδημα, φαίνεται να είναι καθοριστικός παράγοντας για την έναρξη ενός εγχειρήματος σε όλες τις ηλικιακές ομάδες,. Όπως προέκυψε από τα στοιχεία του Πίνακα 2.3, σχεδόν 2 στους 5 επιχειρηματίες αρχικών σταδίων οδηγούνται στην επιχειρηματικότητα από βιοπορισμό. Έτσι, εργαζόμενοι ανεξαρτήτου ηλικίας με χαμηλό εισόδημα έχουν ταυτόχρονα περισσότερες πιθανότητες να κινηθούν επιχειρηματικά, με κίνητρο την ενίσχυση του εισοδήματος (επιχειρηματικότητα ανάγκης). Το

¹⁸ GEM, Special topic, Senior entrepreneurship, 2016-2017

φαινόμενο αυτό ωστόσο γίνεται πιο έντονο σε μεγαλύτερης ηλικίας άτομα, πιθανόν λόγω μεγαλύτερης ανάγκης κάλυψης των οικογενειακών υποχρεώσεων. Όπως όμως δείχνει η σχετική βιβλιογραφία η επιχειρηματικότητα που αναπτύσσεται από ανάγκη, γενικά πάσχει σε όρους καινοτομίας και προοπτικών ανάπτυξης.

Στον αντίποδα, δεν μπορεί να αγνοηθεί το γεγονός ότι και άτομα που απολαμβάνουν υψηλό εισόδημα οδηγούνται στην υλοποίηση κάποιου νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος επειδή μπορεί να έχουν εντοπίσει κάποια επιχειρηματική ευκαιρία. Αυτή η περίπτωση επιχειρηματικότητας αφορά στην επιχειρηματικότητα ευκαιρίας, και όπως προκύπτει από την σχετική έρευνα του GEM φαίνεται να χαρακτηρίζεται σε μεγαλύτερο βαθμό από καινοτομία και από καλύτερες προοπτικές ανάπτυξης σε σχέση με την επιχειρηματικότητα ανάγκης. Οι εν δυνάμει επιχειρηματίες με σχετικά υψηλά εισοδήματα, έχουν, σε μεγαλύτερο βαθμό τη δυνατότητα ανάληψης κινδύνου, μπορούν να ρισκάρουν με πιο καινοτόμες ιδέες και πρακτικές, ενώ έχουν και τη δυνατότητα να διαθέσουν ένα πιο υψηλό αρχικό κεφάλαιο. Σύμφωνα με την ειδική μελέτη του GEM¹⁹, η επίδραση του εισοδήματος είναι ιδιαίτερα σημαντική στους ηλικιωμένους, καθώς τα άτομα που βρίσκονται στην υψηλή εισοδηματική κατηγορία στην εν λόγω ηλικία είναι δυο φορές πιο πιθανό να εκφράσουν επιχειρηματικές προθέσεις, σε σύγκριση με εκείνα από τις χαμηλότερες κατηγορίες εισοδήματος της ίδια ηλικιακής ομάδας. Για τις νεότερες ηλικιακές ομάδες, το εισόδημα των νοικοκυριών έχει πολύ μικρή επιρροή στο επίπεδο της επιχειρηματικής πρόθεσης, γεγονός που δείχνει σε ένα βαθμό ότι οι νέοι, ακόμα και με υψηλό οικογενειακό εισόδημα, αναζητούν θέσεις εξαρτημένης εργασίας, καθώς δεν θεωρούν την επιχειρηματικότητα ως καλή επιλογή σταδιοδρομίας.

Η προδιάθεση για υλοποίηση ενός νέου εγχειρήματος, ενισχύεται και από τις γνώσεις και τις ικανότητες που πιστεύουν ότι διαθέτουν οι δυνητικοί επιχειρηματίες, με τα άτομα που διαθέτουν υψηλή αυτοεκτίμηση να έχουν περισσότερες πιθανότητες να γίνουν επιχειρηματίες. Σε παγκόσμιο επίπεδο²⁰ προκύπτει ένα παράδοξο: τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας έχουν χαμηλότερη εμπιστοσύνη στη δική τους ικανότητα να ξεκινήσουν και να τρέξουν μια επιχείρηση. Αυτό μπορεί να συνδέεται με έναν βαθμό μεγαλύτερης συνειδητοποίησης των κινδύνων και της δυσκολίας που ενέχει το εγχείρημα. Γενικά πάντως τα μεγαλύτερης ηλικίας άτομα παρουσιάζουν σημαντικά χαμηλότερα επίπεδα επιχειρηματικής πρόθεσης από ότι οι άλλες δύο ηλικιακές ομάδες.

Τέλος, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι προοπτικές μεγέθυνσης των νέων εγχειρημάτων από άτομα μεγαλύτερης ηλικίας. Οι νέοι επιχειρηματίες είναι, κατά μέσο όρο, πιο πιθανό να μην απασχολούν άλλους στο εγχείρημά τους, ενώ οι μεγαλύτερης ηλικίας

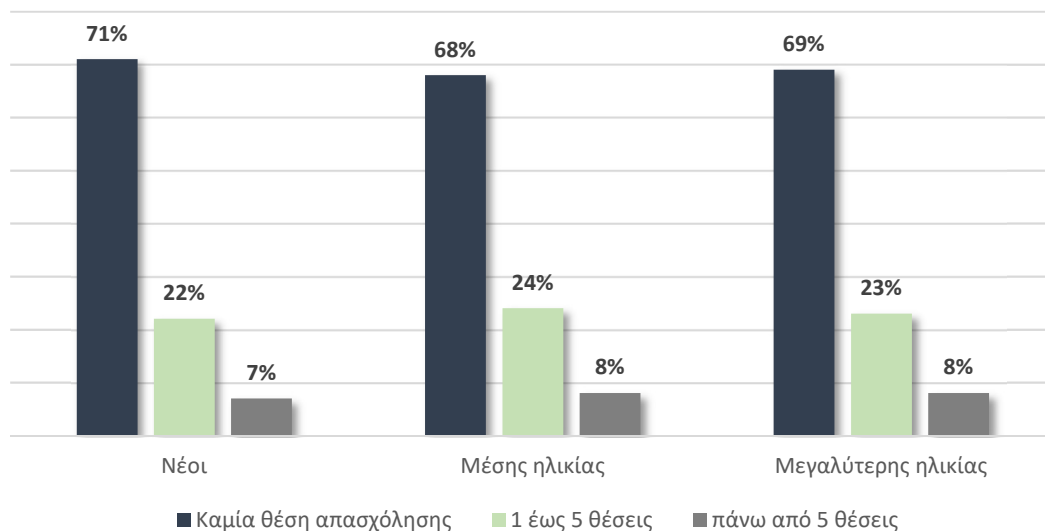
¹⁹ GEM, Special topic, Senior entrepreneurship, 2016-2017

²⁰ Τα ευρήματα προκύπτουν από τη μελέτη του GEM, Special topic, Senior entrepreneurship, 2016-2017

επιχειρηματίες φαίνεται να είναι πιο πιθανό να απασχολούν περισσότερα από 5 άτομα. Γενικά, η πλειοψηφία των επιχειρήσεων αρχικών σταδίων (άνω του 90%) σε όλες τις ηλικιακές κατηγορίες παρέχει απασχόληση σε λιγότερα από 5 άτομα (Διάγραμμα 2.1 Διάγραμμα 2.1: Αριθμός θέσεων απασχόλησης ανά ηλικιακή ομάδα, 2009-2016 Διάγραμμα 2.1). Οι μεγαλύτερης ηλικίας επιχειρηματίες τείνουν επίσης να είναι πιο συντηρητικοί στις προσδοκίες τους για ανάπτυξη νέων θέσεων απασχόλησης.

Διάγραμμα 2.1: Αριθμός θέσεων απασχόλησης ανά ηλικιακή ομάδα, 2009-2016

% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων



Πηγή: GEM, Senior entrepreneurship, 2016-2017 Επεξεργασία: IOBE

Στο πλαίσιο της ειδικής μελέτης του GEM²¹, παρατίθενται κάποια βασικά σημεία για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων σε άτομα μεγαλύτερης ηλικίας. Πρόκειται για 3 βασικούς άξονες βελτίωσης της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων σε άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, και αφορούν:

- Οικοδόμηση της συνειδητοποίησης της δυνατότητας επιχειρηματικής επιλογής
- Τεχνική υποστήριξη
- Οικογενειακά και κοινωνικά πρότυπα

Είναι γεγονός ότι υπάρχει μια σημαντική ομάδα ατόμων σε αυτήν την ηλικιακή κατηγορία, η οποία δεν θεωρεί την επιχειρηματικότητα ως πιθανή επιλογή, παρόλο που δηλώνει ότι διαθέτει την απαραίτητη γνώση και εμπειρία. Στο πλαίσιο αυτό, φαίνεται ότι απαιτούνται συντονισμένες πολιτικές και στρατηγικές που μπορούν να αναδείξουν την επιχειρηματικότητα ως μια καλή επιλογή σταδιοδρομίας. Προγράμματα ευαισθητοποίησης από οργανισμούς και κοινωνικούς φορείς, καθώς και υπηρεσίες ανάπτυξης τοπικών

²¹ GEM, Special topic, Senior entrepreneurship, 2016-2017

επιχειρήσεων με σημαντική παρουσία στις περιοχές τους μπορούν να συνεισφέρουν στην προώθηση της επιλογής της επιχειρηματικότητας, ακόμα και σε αυτές τις ηλικίες. Επιπρόσθετα, τα μέσα ενημέρωσης μπορούν επίσης να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας αυτής της κατηγορίας, προβάλλοντας συχνότερα εγχειρήματα ατόμων της εν λόγω ηλικιακής ομάδας. Τέλος, τα εκπαιδευτικά ιδρύματα μέσω της υλοποίησης σχετικών προγραμμάτων, θα μπορούσαν να προσεγγίζουν αυτή τη δεξαμενή ανθρώπων που έχουν την πρόθεση για επιχειρηματικά εγχειρήματα, προσφέροντας πρόσθετη εκπαίδευση ή την ανάπτυξη νέων δεξιοτήτων.

Άλλωστε, οι μεγαλύτερης ηλικίας επιχειρηματίες έχουν πιθανόν πρόσθετες ανάγκες σε σχέση με τους νεότερους, σε όρους τεχνικών δεξιοτήτων, μειωμένης ανοχής στον οικονομικό κίνδυνο αλλά και κατά κανόνα μικρότερου χρονικού ορίζοντα για τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες. Μια κοινή λύση στα προβλήματα που προκύπτουν από αυτές τις ανάγκες είναι η κατάλληλη συνεργασία με άλλους επιχειρηματίες. Βέβαια, η συνεργασία με άλλους απαιτεί δίκτυα, το οποίο αποτελεί ένα δύσκολο έργο καθώς η εύρεση νέων επιχειρηματιών που θα επωφεληθούν από τη συνεργασία με τους παλαιότερους, πιο έμπειρους εταίρους δεν είναι μια αυτόματη διαδικασία. Μια προσέγγιση για την αντιμετώπιση αυτής της δυσκολίας είναι η δικτύωση μέσω οργανισμών παροχής υπηρεσιών επιχειρηματικότητας, οι οποίοι μπορούν να εντοπίσουν πιθανούς εταίρους – ίσως και νεώτερους - και να βοηθήσουν στη δημιουργία επιχειρηματικών ομάδων.

Τέλος, ακόμα και σε παγκόσμιο επίπεδο φαίνεται ότι ο δεσμός της οικογένειας και της επιχείρησης είναι ισχυρός, καθώς πολλές επιχειρήσεις ξεκίνησαν με οικογενειακή υποστήριξη είτε με τη μορφή χρηματοδότησης, είτε με εργασιακή βοήθεια. Όμως, οι επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας, επειδή ο χρόνος που απομένει για την επιχειρηματική σταδιοδρομία είναι μικρότερος από ό,τι για τους νεότερους επιχειρηματίες, πρέπει να είναι πιο ενημερωμένοι για θέματα διαδοχής. Έτσι η ανάγκη προγραμματισμού φαίνεται επιτακτική για τη μεταβίβαση της επιχείρησής τους σε μέλη της οικογένειας, ενώ πολλοί φαίνεται να εμπλέκουν επίσης τα μέλη της οικογένειας στην προσπάθειά τους από την αρχή, κυρίως ως επαγγελματική αποκατάσταση των νεότερων μελών της οικογένειας.

Στη συνέχεια, στο πλαίσιο της παγκόσμιας έρευνας του GEM για την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων μεγαλύτερης ηλικίας άτομα, επιχειρείται μία παρουσίαση των χαρακτηριστικών της εν λόγω επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα το 2016.

2.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ ΣΤΙΣ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΗΛΙΚΙΕΣ

Στην συγκεκριμένη υποενότητα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας του GEM για την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων σε μεγαλύτερης ηλικίας άτομα στην Ελλάδα το 2016, ενώ παράλληλα επιχειρείται και μία σύγκριση των δεικτών με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες. Για την ανάλυση και τη σύγκριση των δεικτών ανά ηλικιακή ομάδα, το δείγμα έχει χωριστεί σε τρεις ηλικιακές κατηγορίες ως εξής:

- **Νέοι:** άτομα ηλικίας 18-29 ετών
- **Μέσης ηλικίας:** άτομα ηλικίας 30-49 ετών
- **Μεγαλύτερης ηλικίας:** άτομα ηλικίας 50-64 ετών

Στον Πίνακα 2.4 παρουσιάζονται οι ηλικιακές ομάδες καθώς και τα ποσοστά επί του συνολικού πληθυσμού. Έτσι, από το συνολικό πληθυσμό 18-64 ετών, το 23% ανήκει στη νεότερη ηλικία, το 46% στη μέση ηλικία, ενώ τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας απαριθμούν στο 30% το 2016 στην Ελλάδα.

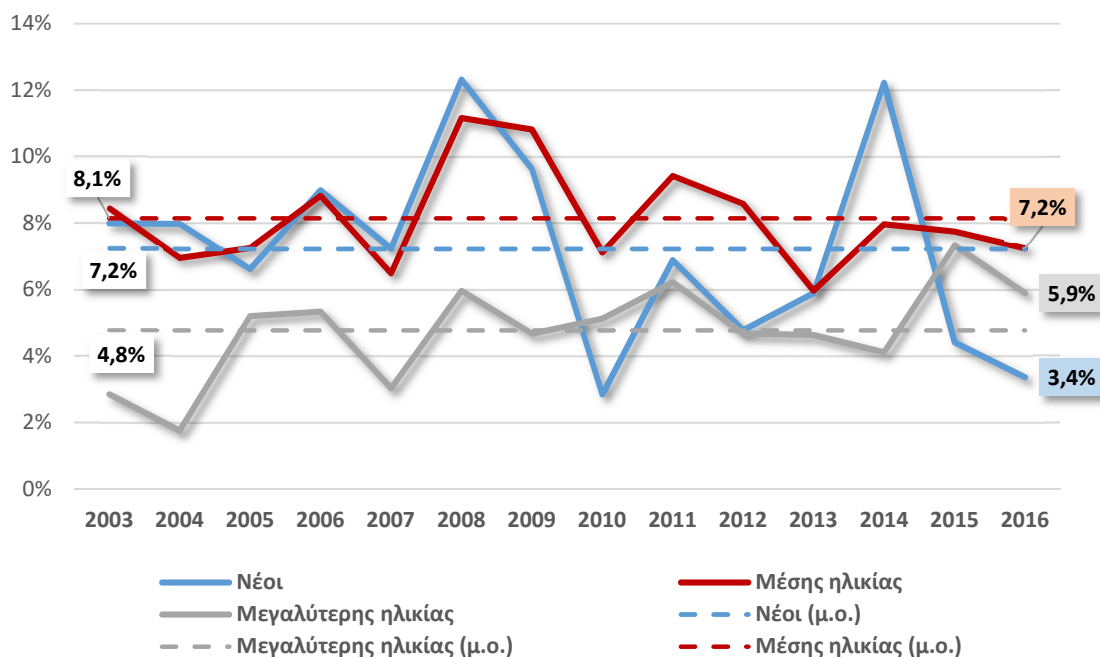
Πίνακας 2.4: Ποσοστιαία κατανομή πληθυσμού 18-64 ετών ανά ηλικιακή ομάδα (2016)

	Νέοι	Μέσης ηλικίας	Μεγαλύτερης ηλικίας
Ηλικία	18-29 ετών	30-49 ετών	50-64 ετών
% επί του πληθυσμού	23%	46%	30%

Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

2.2.1 ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ

Το Διάγραμμα 2.2 που ακολουθεί αποτυπώνει τον δείκτη επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων της χώρας που έλαβε μέρος στην έρευνα του GEM για το 2016, ανά ηλικιακή ομάδα. Όπως σημειώθηκε και νωρίτερα, το 2016, τάσεις εξασθένησης των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων εντοπίζονται σε όλες τις ηλικιακές ομάδες, με το φαινόμενο να γίνεται πιο έντονο στους επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας όπου ο σχετικός δείκτης υποχωρεί στο 5,9% από 7,2% το 2015. **Διαχρονικά, η εξέλιξη του δείκτη για τους νέους επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας φαίνεται να εμφανίζει αρκετές διακυμάνσεις, με το μακροχρόνιο μέσο όρο να διαμορφώνεται στην περιοχή του 4,8% για το διάστημα 2003-2016. Σε υψηλότερα επίπεδα κατά μέσο όρο, καταγράφεται ο σχετικός δείκτης στις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες, και συγκεκριμένα, στην περιοχή του 7,2% και 8,1% για τους επιχειρηματίες νεότερης και μέσης ηλικίας, αντίστοιχα.**

Διάγραμμα 2.2: Διαχρονική εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως % του πληθυσμού στην Ελλάδα (2003-2016)

Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Αναφορικά με το φύλο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, το 5,8% των αντρών μεγαλύτερης ηλικίας εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, έναντι ποσοστού 8,8% στα άτομα μέσης ηλικίας, ενώ σε ακόμα χαμηλότερα επίπεδα εμφανίζεται το ποσοστό των νέων (3,8%). Δηλαδή, από τα στοιχεία της έρευνας φαίνεται ότι οι άντρες μεγαλύτερης ηλικίας είναι πιο τολμηροί σε σχέση με τους νέους όσον αφορά την έναρξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων (Πίνακας 2.5).

Πίνακας 2.5: Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά φύλο και ηλικιακή ομάδα ως % του πληθυσμού στην Ελλάδα (2016)

	Νέοι	Μέσης ηλικίας	Μεγαλύτερης ηλικίας
Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων (άντρες)	3,8%	8,9%	5,8%
Επιχειρηματίες αρχικών σταδίου (γυναίκες)	3,0%	5,4%	6,0%

Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Η ίδια εικόνα εντοπίζεται και στην γυναικείο πληθυσμό, με το ποσοστό των γυναικών μεγαλύτερης ηλικίας που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά σε αρχικό στάδιο να είναι διπλάσιο από το αντίστοιχο ποσοστό των νέων γυναικών (Πίνακας 2.5). Από τα στοιχεία της έρευνας προκύπτει συνεπώς ότι ως ποσοστό του αντίστοιχου πληθυσμού τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας ανεξαρτήτου φύλου τολμούν να ξεκινήσουν επιχειρηματικές δραστηριότητες σε μεγαλύτερο βαθμό από ότι τα άτομα νεότερης ηλικίας, εύρημα που είναι συστηματικό διαχρονικά. Διαρθρωτικά, ωστόσο, το υψηλότερο ποσοστό

επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων εντοπίζεται σε άτομα μέσης ηλικίας (57,8%), ενώ το ποσοστό των νέων ηλικιακά επιχειρηματιών είναι μόλις στο 16,4%. (Πίνακας 2.6).

Πίνακας 2.6: Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά ηλικιακή ομάδα (2016)

Σύνολο ΤΕΑ	Νέοι	Μέσης ηλικίας	Μεγαλύτερης ηλικίας
100%	16,4%	57,8%	25,9%

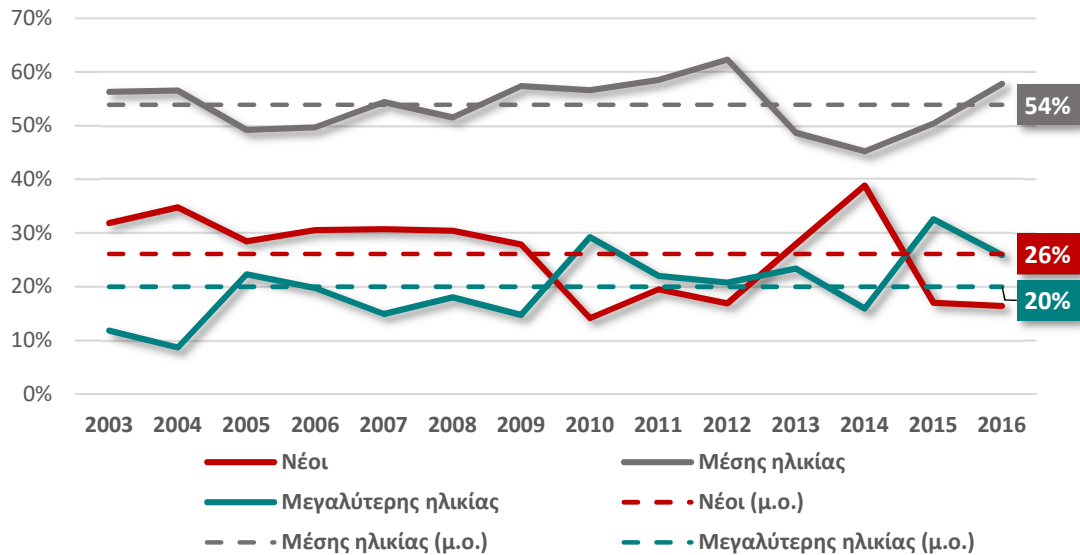
Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Εξετάζοντας διαχρονικά την εξέλιξη της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά ηλικιακή ομάδα, παρατηρείται την διετία 2014-2015 μια σημαντική άνοδος των νέων εγχειρημάτων στην μεγαλύτερη ηλικιακή ομάδα, και συγκεκριμένα από 15,9% το 2014 σε 32,6% το 2015, τάση ωστόσο που δεν φαίνεται να διατηρείται το 2016. Στον αντίποδα, και όσον αφορά τους νέους, ο δείκτης μετά από μια υψηλή άνοδο το 2014, ακολούθησε πτωτική πορεία (20% το 2015 από 39% το 2014), ενώ φαίνεται να σταθεροποιείται το 2016 στην περιοχή του 16,5%. Πιο αισιόδοξα φαίνεται να είναι τα αποτελέσματα της έρευνας για τα νέα εγχειρήματα ατόμων μέσης ηλικίας, καθώς ο σχετικός δείκτης σημειώνει άνοδο την τελευταία διετία (από 45% το 2014 σε 50,4% το 2015) για να προσεγγίζει το 2016 το 58%. **Όσον αφορά στον μακροχρόνιο μέσο όρο, οι μεγαλύτερης ηλικίας επιχειρηματίες αρχικών σταδίων αποτελούν κατά μέσο όρο το 20% του συνόλου αυτών έναντι 26% και 54% των νέων και μέσης ηλικίας, αντίστοιχα.** Συνεπώς, διαχρονικά σχεδόν ένας στους τρεις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων ανήκει στη μέση ηλικία, ενώ μόλις το 1/5 βρίσκεται σε νεαρή ηλικία (Διάγραμμα 2.3).

Το μεγαλύτερο μερίδιο στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων μεγαλύτερης ηλικίας εντοπίζεται στο γυναικείο πληθυσμό (53%), γεγονός που δείχνει ότι οι γυναίκες σε αυτή την ηλικιακή ομάδα είναι πιο δραστήριες από τους άντρες, σε αντίθεση με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες, που υπερισχύει ο αντρικός πληθυσμός (Διάγραμμα 2.4).

Διάγραμμα 2.3: Διαχρονική εξέλιξη ποσοστού ατόμων που εμπλέκονται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά ηλικιακή ομάδα (2003-2016)

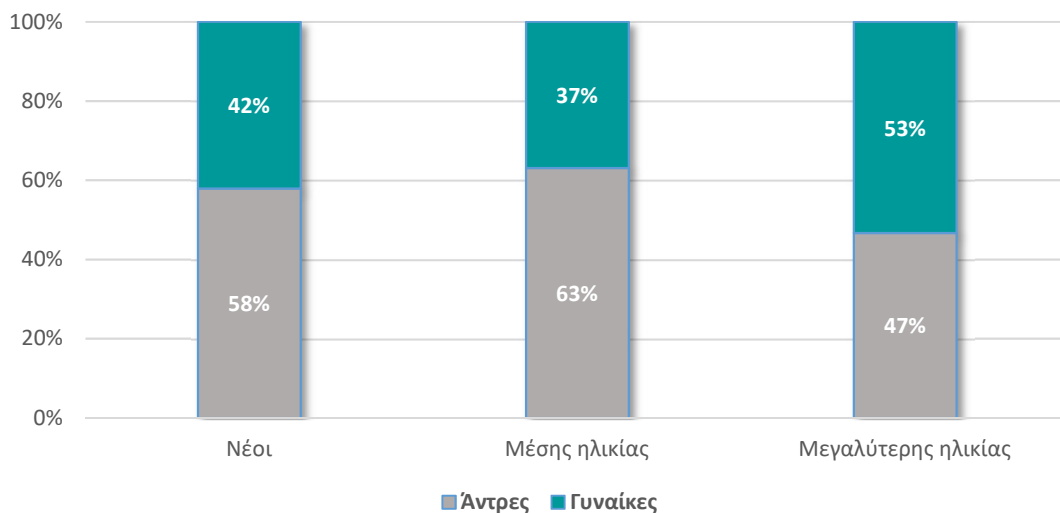
% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Διάγραμμα 2.4: Ποσοστό ατόμων που εμπλέκονται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά ηλικιακή ομάδα και φύλο (2016)

% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Σε ότι αφορά τα κίνητρα των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, αυτά φαίνεται να είναι μικτά, με το ποσοστό των νέων που εντάσσεται στην επιχειρηματικότητα ευκαιρίας να προσεγγίζει το 37%, όταν το αντίστοιχο μερίδιο των ατόμων μέσης και μεγαλύτερης ηλικίας διαμορφώνεται στο 41% και 24%, αντίστοιχα. Από την άλλη, παρόμοια φαίνεται να είναι τα

ποσοστά που αφορούν την επιχειρηματικότητα ανάγκης, με τους νέους και της μεγαλύτερης ηλικίας άτομα να διαμορφώνονται στην περιοχή του 37-39%, όταν στα άτομα μέσης ηλικίας τον αντίστοιχο ποσοστό αγγίζει το 32%. **Συνεπώς, και σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, οι επιχειρηματίες νεότερης και μεγαλύτερης ηλικίας φαίνεται να επιχειρούν νέα εγχειρήματα από ανάγκη σε μεγαλύτερο βαθμό, ενώ στον αντίποδα, οι επιχειρηματίες μέσης ηλικίας να οδηγούνται σε επιχειρηματικές δραστηριότητες λόγω ευκαιριών βελτίωσης εισοδήματος και εργασιακού περιβάλλοντος (Πίνακας 2.7).** Η αναζήτηση εργασίας για τους νέους είναι γενικά μία δύσκολη υπόθεση στο σημερινό δυσμενές επιχειρηματικό περιβάλλον, ενώ από την άλλη η ανάγκη για ενίσχυση του εισοδήματος των μεγαλύτερων ηλικιών, έχει ως αποτέλεσμα τα άτομα να ωθούνται στην αυτοαπασχόληση και την μικροεπιχειρηματικότητα και για βιοποριστικούς λόγους.

Πίνακας 2.7: Κίνητρα έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά ηλικιακή ομάδα (2016)*

	% επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων		
	Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας για βελτίωση του εισοδήματος ή/και εργασιακής ανεξαρτησίας (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)	Επιχειρηματικότητα ανάγκης (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)	Άλλοι παράγοντες ή συνδυασμός ανάγκης και ευκαιριών
Νέοι	36,8%	38,9%	24,3%
Μέσης ηλικίας	40,9%	31,8%	27,3%
Μεγαλύτερης ηλικίας	24,1%	36,7%	39,2%

Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Σημ: Τα ποσοστά ανά κατηγορία δεν αθροίζουν στο 100% γιατί υπάρχουν και άλλα μη προσδιορίσιμα κίνητρα.

Διαφορετική φαίνεται να είναι η εικόνα σε παγκόσμιο επίπεδο όπου σύμφωνα με την σχετική έρευνα του GEM 2016²², τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, όπως και οι υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες, οδηγούνται πιο συχνά στην επιχειρηματικότητα ευκαιρίας από ό,τι στην επιχειρηματικότητα ανάγκης.

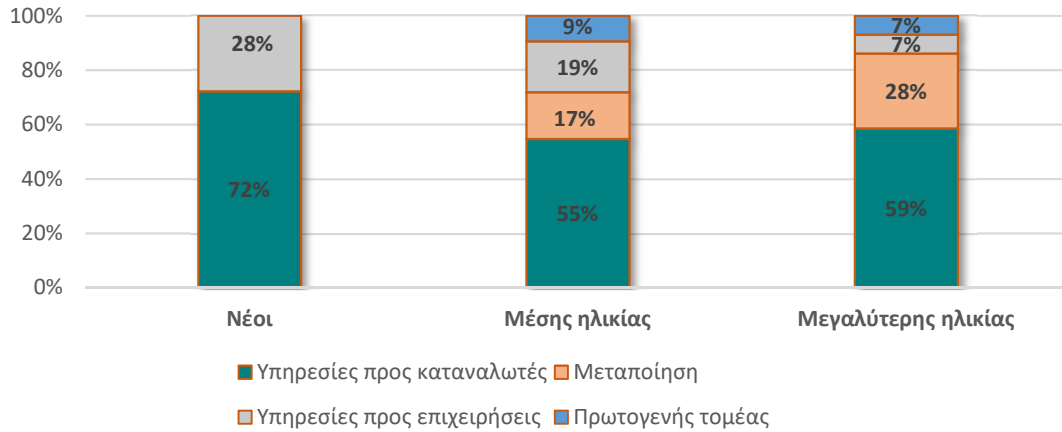
Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η κλαδική διάρθρωση των νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, με βάση τις γνωστές τέσσερις κατηγορίες που έχουν εξηγηθεί και στο προηγούμενο κεφάλαιο. **Η έμφαση σε εγχειρήματα που εστιάζουν στις Υπηρεσίες προς τους καταναλωτές είναι διαστρωματική ανεξαρτήτως ηλικίας, αν και η τάση είναι πιο έντονη στην περίπτωση των νέων. Ωστόσο, σημαντική διαφοροποίηση παρουσιάζεται στον κλάδο της μεταποίησης, όπου ιδιαίτερα υψηλό, σε σχέση με τις υπόλοιπες ηλικιακές**

²² Senior Entrepreneurship, Special Topic Report 2016-2017

ομάδες, εμφανίζεται το ποσοστό στους επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας (28%), όταν στη μέση ηλικία αγγίζει το 17% (Διάγραμμα 2.5).

Διάγραμμα 2.5: Επιχειρηματική δραστηριότητα κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας ανά ηλικιακή ομάδα (2016)

% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων

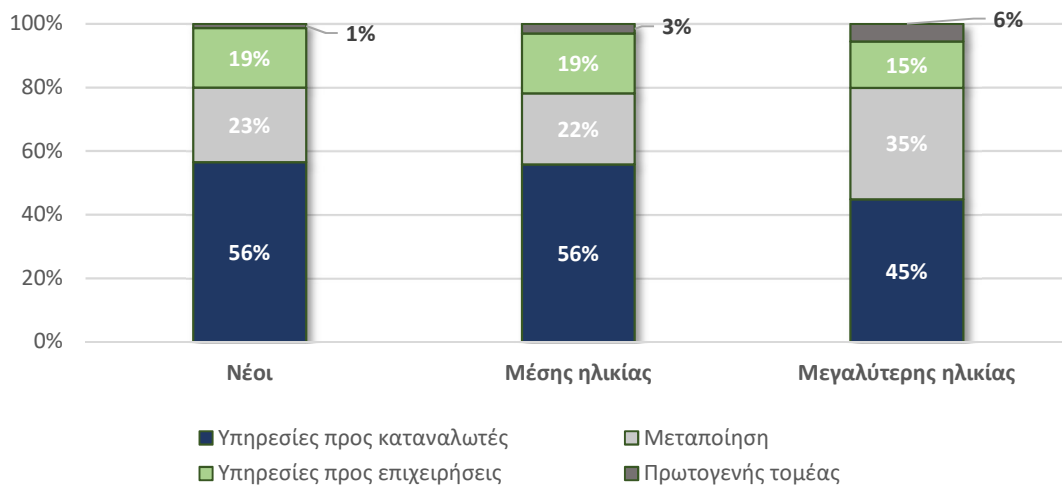


Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Η ίδια εικόνα εντοπίζεται κατά μέσο όρο και στο διάστημα 2003-2016, με τον κλάδο υπηρεσιών προς καταναλωτές να υπερτερεί σε όλες τις ηλικιακές ομάδες. Ωστόσο, σημαντικό γεγονός, στην περίπτωση των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων μεγαλύτερης ηλικίας αποτελεί η ενίσχυση του κλάδου των προϊόντων/υπηρεσιών προς καταναλωτές το 2016, και η εξασθένιση του κλάδου της μεταποίησης την ίδια χρονιά (Διάγραμμα 2.6).

Διάγραμμα 2.6: Επιχειρηματική δραστηριότητα κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας ανά ηλικιακή ομάδα (μ.ο. 2003-2016)

% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων

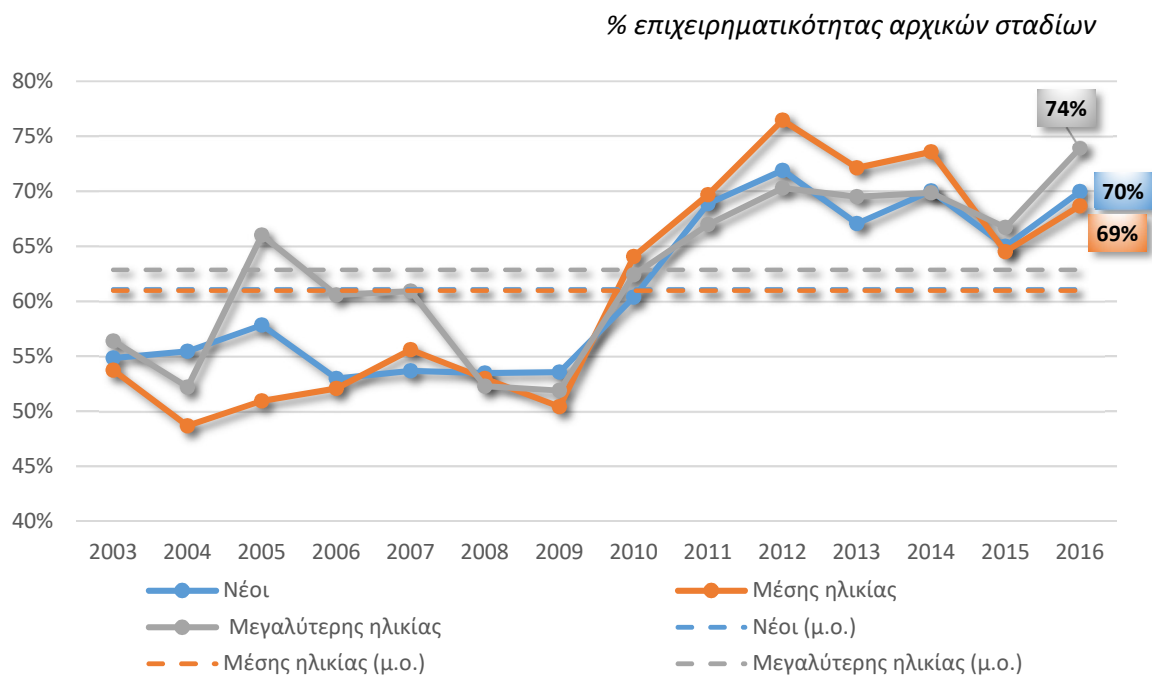


Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

2.2.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η εξέλιξη του δείκτη που αφορά στον φόβο της αποτυχίας, ως αποτρεπτικού παράγοντα στην άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας (Διάγραμμα 2.7). Διαχρονικά ο δείκτης δεν φαίνεται να διαφοροποιείται ανά ηλικιακή ομάδα, με το 61% των νεότερης και μέσης ηλικίας επιχειρηματιών αρχικών σταδίων να δηλώνουν ότι ο φόβος αποτυχίας λειτουργεί αποτρεπτικά στα νέα εγχειρήματα. Σε ελαφρώς πιο υψηλά επίπεδα (63%) κινείται κατά μέσο όρο ο δείκτης στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων μεγαλύτερης ηλικίας. Το 2016, ο δείκτης που αφορά τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων μεγαλύτερης ηλικίας διαμορφώθηκε το 74%, καταγράφοντας διαχρονικά την υψηλότερη τιμή στην εν λόγω ηλικιακή ομάδα, ενώ σε χαμηλότερα επίπεδα εμφανίζεται ο δείκτης στις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες. **Γενικότερα, όπως αναφέρθηκε και νωρίτερα οι μεγαλύτερης ηλικίας επιχειρηματίες έχουν πιο έντονο τον φόβο της αποτυχίας, είναι πιο συντηρητικοί στην προσέγγισή τους και πιθανόν αυτό να λειτουργεί ανασταλτικά στην ανάληψη ρίσκου για νέα εγχειρήματα.**

Διάγραμμα 2.7: Φόβος αποτυχίας (2003-2016)



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Ωστόσο, αξίζει να εξεταστεί πως αντιμετώπισαν οι διαφορετικές ηλικιακές ομάδες το ξέσπασμα της κρίσης, και σε τι βαθμό η κρίση επηρέασε το φόβο της αποτυχίας. Πριν το 2008, ο φόβος της αποτυχίας αποτελούσε αποτρεπτικό παράγοντα για την έναρξη νέων εγχειρημάτων σε ποσοστό 58% για τους επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας, έναντι 55% και 52% για τους νέους και μέσης ηλικίας, αντίστοιχα. Μετά την εκδήλωση της κρίσης και έκτοτε,

ο φόβος αποτυχίας έγινε πιο έντονος σε όλες τις ηλικιακές ομάδες, όμως, η ηλικιακή ομάδα που επηρεάστηκε σε μικρότερο βαθμό φαίνεται να είναι οι επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας (μεταβολή +8 ποσοστιαίες μονάδες, έναντι +11 και +15 ποσοστιαίες μονάδες στην νεότερη και μέση ηλικία). Το γεγονός αυτό υποδηλώνει ως ένα βαθμό ότι οι επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας είχαν περισσότερη εμπιστοσύνη στα νέα εγχειρήματα τους, ίσως λόγω προηγούμενης εμπειρίας, ή έχοντας συνειδητοποιήσει το νέο χαμηλότερο σημείο ισορροπίας της ζήτησης στην μετά κρίση εποχή στην Ελλάδα (μια πιο συντηρητική αγορά, Πίνακας 2.8).

Πίνακας 2.8: Φόβος αποτυχίας πριν και μετά την εκδήλωση της κρίσης
% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων

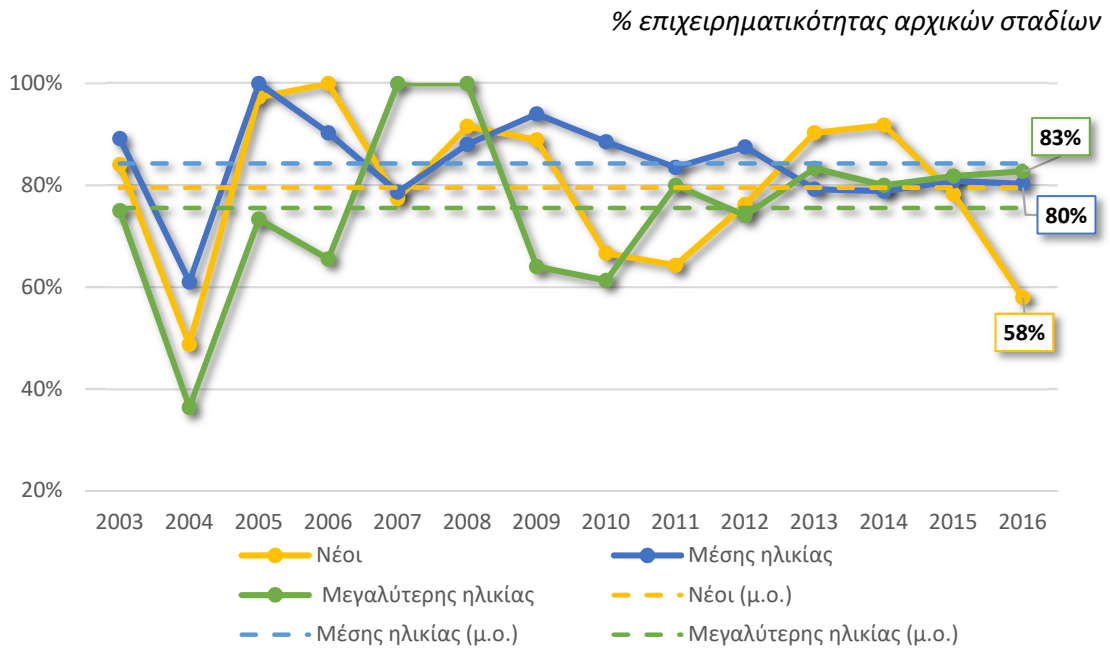
	Μ.Ο 2003 - 2008	Μ.Ο. 2009-2016	Μεταβολή μονάδων
Νέοι	55%	66%	+11
Μέσης ηλικίας	52%	67%	+15
Μεγαλύτερης ηλικίας	58%	66%	+8

Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Σε παγκόσμιο επίπεδο²³ φαίνεται ότι τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας έχουν χαμηλότερη εμπιστοσύνη στη δική τους ικανότητα να ξεκινήσουν και να τρέξουν μια επιχείρηση, πιθανόν γιατί τα νέα εγχειρήματα τους να μην χαρακτηρίζονται από καινοτομία. Διαχρονικά στην Ελλάδα εξετάζοντας τις γνώσεις και τις ικανότητες που πιστεύουν οι ίδιοι οι επιχειρηματίες ότι κατέχουν, προκύπτει ότι 4 στους 5 επιχειρηματίες αισθάνονται σίγουροι και ασφαλείς με τις γνώσεις που διαθέτουν για τη δημιουργία νέων εγχειρημάτων. Αν και ο δείκτης κατά μέσο όριο κινείται σε υψηλά επίπεδα, διακρίνονται κατά διαστήματα έντονες διακυμάνσεις σε όλες τις ηλικιακές ομάδες, κυρίως την περίοδο πριν την κρίση (Διάγραμμα 2.8).

²³ Τα ευρήματα προκύπτουν από τη μελέτη του GEM, Special topic, Senior entrepreneurship, 2016-2017

Διάγραμμα 2.8: Γνώσεις, ικανότητες και εμπειρία για την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας (2003-2016)



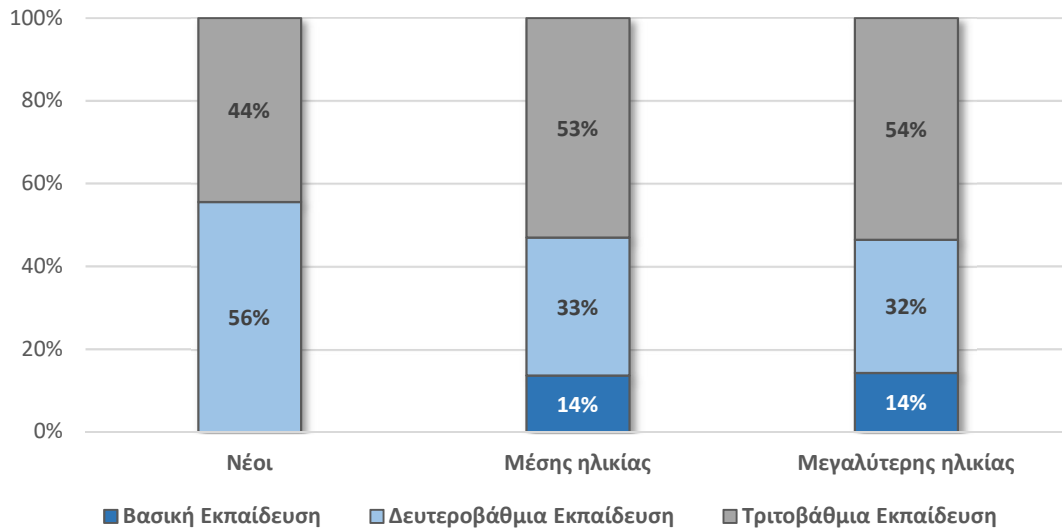
Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

2.2.3 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Στο Διάγραμμα 2.9 που ακολουθεί παρουσιάζεται η ποσοστιαία κατανομή των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων διακρίνοντας τρία επίπεδα εκπαίδευσης α) Βασική εκπαίδευση β) Δευτεροβάθμια εκπαίδευση και γ) Τριτοβάθμια εκπαίδευση. **Αναφορικά, λοιπόν, με το επίπεδο μόρφωσης των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, σε όλες τις ηλικιακές ομάδες επικρατεί η τριτοβάθμια εκπαίδευση ως επίπεδο μόρφωσης, με τα ποσοστά να κυμαίνονται στην περιοχή του 53-54% για τα άτομα μέσης και μεγαλύτερης ηλικίας, ενώ σε χαμηλότερα επίπεδα εμφανίζεται στους νέους. Αξίζει να σημειωθεί ότι υπάρχει ένα ποσοστό της τάξης του 14% στους επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας που κατέχουν απλώς τη βασική εκπαίδευση (Διάγραμμα 2.9).**

Διάγραμμα 2.9: Επίπεδο μόρφωσης ανά ηλικιακή ομάδα (2016)

% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων

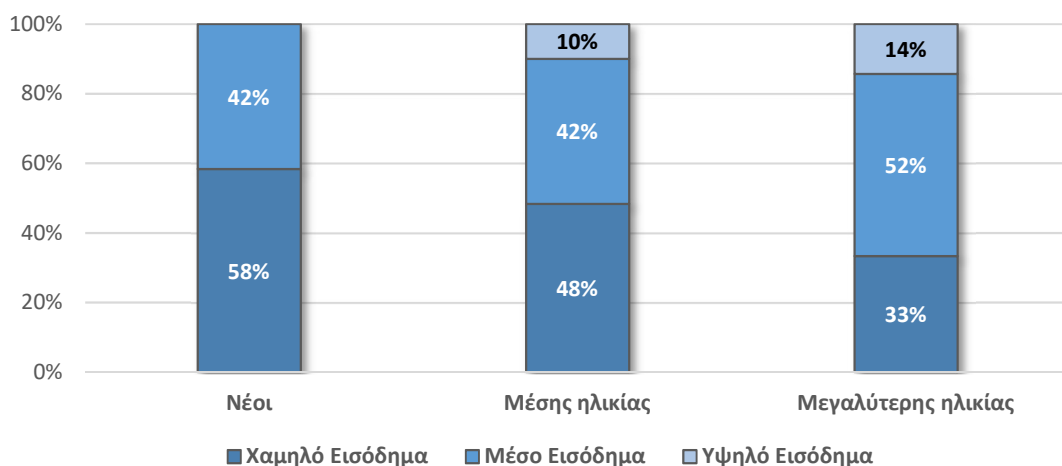


Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Ένα άλλο χαρακτηριστικό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων μεγαλύτερης ηλικίας είναι ότι προέρχονται κυρίως από τη μεσαία (οι μισοί), αλλά και από την υψηλότερη εισοδηματική κατηγορία, σε αντίθεση με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες. Είναι λογικό αυτό να συμβαίνει καθώς στις μικρότερες ηλικίες η επαγγελματική διαδρομή είναι ακόμα πιο περιορισμένη και άρα η σταδιακή δημιουργία πλούτου απαιτεί ακόμα χρόνο. Αντίθετα, είναι πιο πιθανό στην μεγαλύτερη ηλικιακή ομάδα, να καταγράφεται ένα μεγαλύτερο ποσοστό ατόμων υψηλού εισοδήματος (14% το 2016), το οποίο αντανακλά την μακροχρόνια επαγγελματική και κοινωνική διαδρομή των αντίστοιχων ατόμων (Διάγραμμα 2.10).

Διάγραμμα 2.10: Ετήσιο εισόδημα ανά ηλικιακή ομάδα (2016)

% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

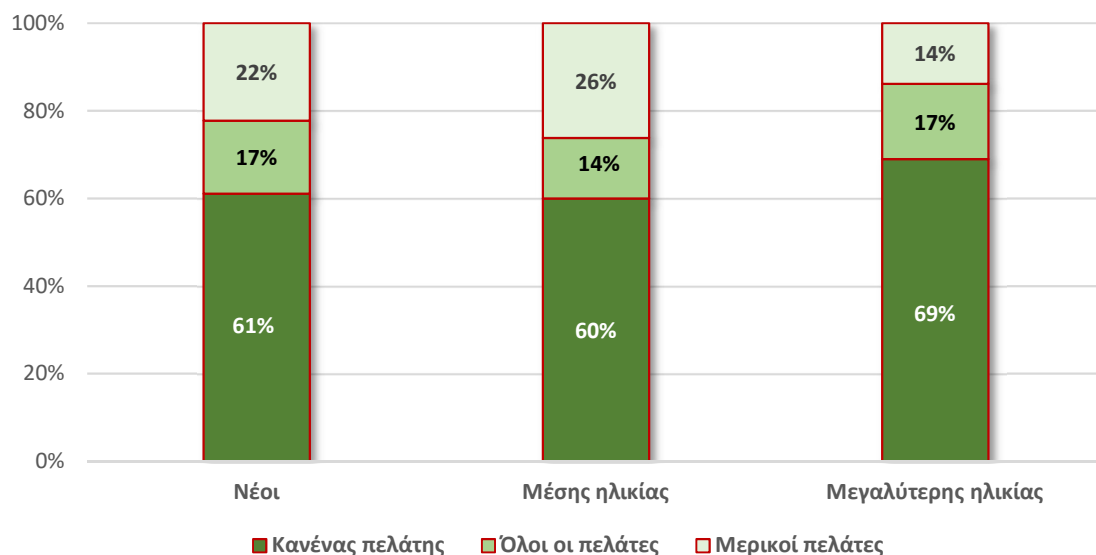
2.2.4 ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Σε ότι αφορά το βαθμό καινοτομίας που εμφανίζει το νέο εγχείρημα – μετρούμενο από τους πόσους από τους πελάτες τους θεωρούν το προϊόν ή την υπηρεσία νέο και πρωτοποριακό - διαπιστώνεται μια υστέρηση στα εγχειρήματα των ατόμων μεγαλύτερης ηλικίας. Έτσι, λοιπόν, 7 στους 10 επιχειρηματίες αρχικών σταδίων μεγαλύτερης ηλικίας είναι μάλλον πιο συγκρατημένοι ως προς το βαθμό καινοτομίας που παρουσιάζουν τα εγχειρήματά τους, με αποτέλεσμα να δηλώνουν ότι κανένας (δυνητικός) πελάτης δε θα θεωρήσει τα προϊόντα / υπηρεσίες τους νέα και πρωτοποριακά. Από την άλλη πλευρά καταγράφεται και ένα σχετικά υψηλό 17% που εκτιμά ότι όλοι οι πελάτες θα θεωρήσουν τα προϊόντα τους καινοτόμα (Διάγραμμα 2.11).

Σε ότι αφορά την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών / διεργασιών στα εγχειρήματα που δημιουργούν, οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων μέσης και μεγαλύτερης ηλικίας χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό παλαιότερες τεχνολογίες σε σχέση με τους νεότερους, ενώ μόλις 1 στους 5 μεγαλύτερης ηλικίας κάνει χρήση εντελώς νέων τεχνολογιών όταν το αντίστοιχο ποσοστό των νέων είναι 28% (Διάγραμμα 2.12). Συνεπώς φαίνεται να επιλέγουν γνωστές τεχνολογίες και να δυσκολεύονται στη χρήση εντελώς καινούριων μεθόδων παραγωγής.

Διάγραμμα 2.11: Βαθμός καινοτομίας των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων ανά ηλικιακή ομάδα (2016)

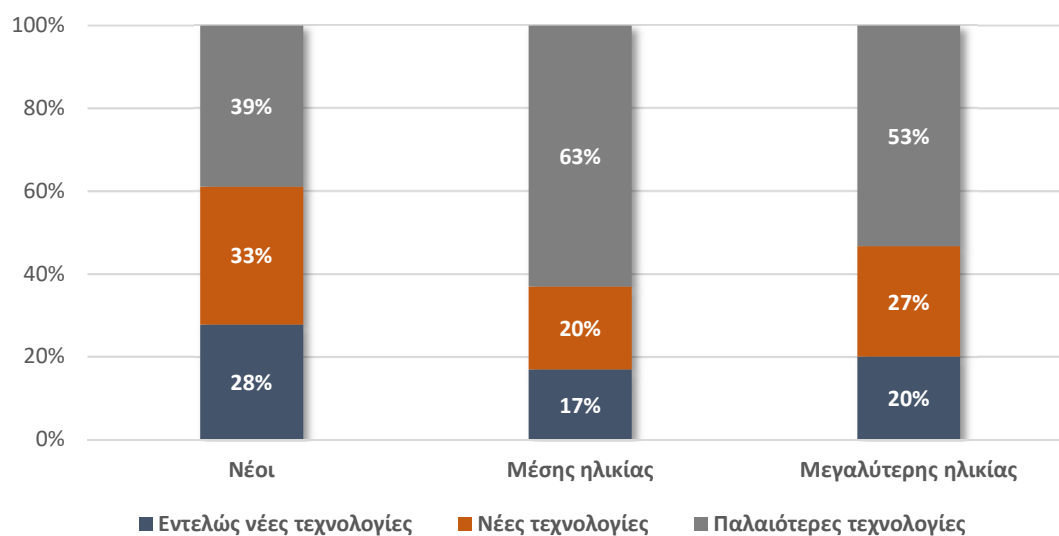
% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Διάγραμμα 2.12: Τεχνολογικό επίπεδο των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων ανά ηλικιακή ομάδα (2016)

% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων



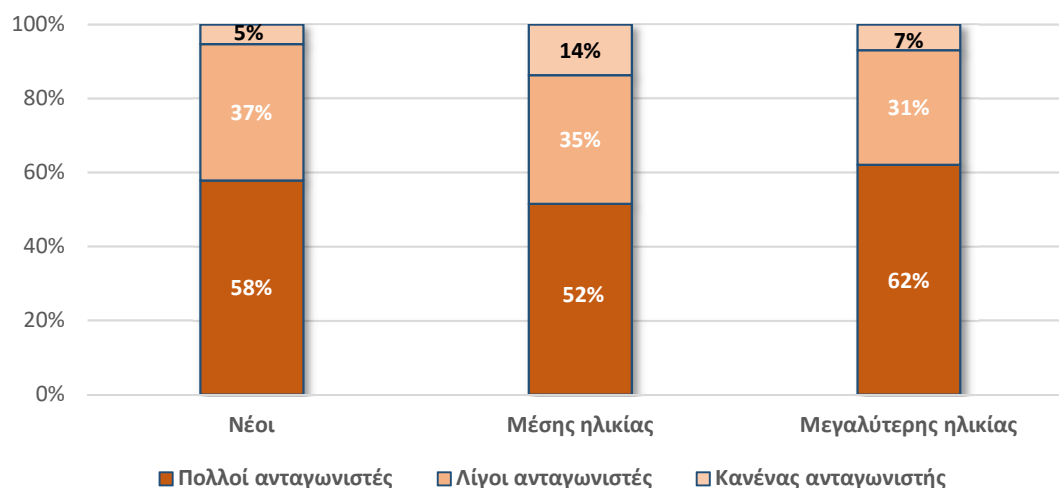
Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Αντίστοιχα μετριοπαθείς είναι και οι εκτιμήσεις των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων μεγαλύτερης ηλικίας για το επίπεδο του ανταγωνισμού που αντιμετωπίζουν. Ένα 62%, το υψηλότερο από τις εξεταζόμενες τρεις ηλικιακές ομάδες δηλώνει πως πολλές επιχειρήσεις προσφέρουν παρόμοιο προϊόν ή υπηρεσία και μόλις 7% δηλώνει ότι εισέρχεται σε μια εντελώς νέα νησίδα αγοράς. **Το γεγονός αυτό υποδηλώνει σε ένα βαθμό την έλλειψη δυναμικής στη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα για είσοδο σε νέες αγορές.**

Διάγραμμα 2.13).

Διάγραμμα 2.13: Ποσοστιαία διάρθρωση νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων με βάση τον ανταγωνισμό που αντιμετωπίζουν ανά ηλικιακή ομάδα (2016)

% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων



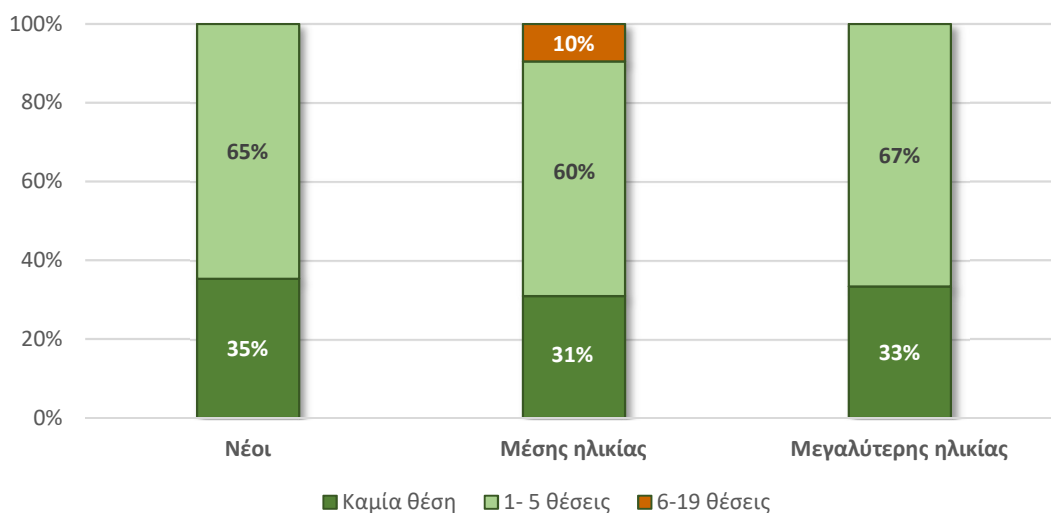
Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Σε ότι αφορά την προοπτική σε όρους απασχόλησης των νέων εγχειρημάτων των μεγαλύτερων ηλικιακά επιχειρηματιών αρχικών σταδίων διαπιστώνεται ότι στη συντριπτική πλειονότητά τους (άνω του 90%) παρέχει απασχόληση σε λιγότερα από 5 άτομα, τουλάχιστον κατά την έναρξη της επιχείρησης. Μόνο στη πιο δυναμική κατηγορία των ατόμων μέσης ηλικίας φαίνεται να εντοπίζονται κάποια εγχειρήματα που ξεκινούν με αρκετές θέσεις εργασίας (πάνω από 5 άτομα). **Πάντως δύο στους τρεις επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας φαίνεται να απασχολούν τουλάχιστον ένα άτομο στο νέο τους επιχειρηματικό εγχείρημα, υψηλότερο ποσοστό σε σχέση με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες** (Διάγραμμα 2.14).

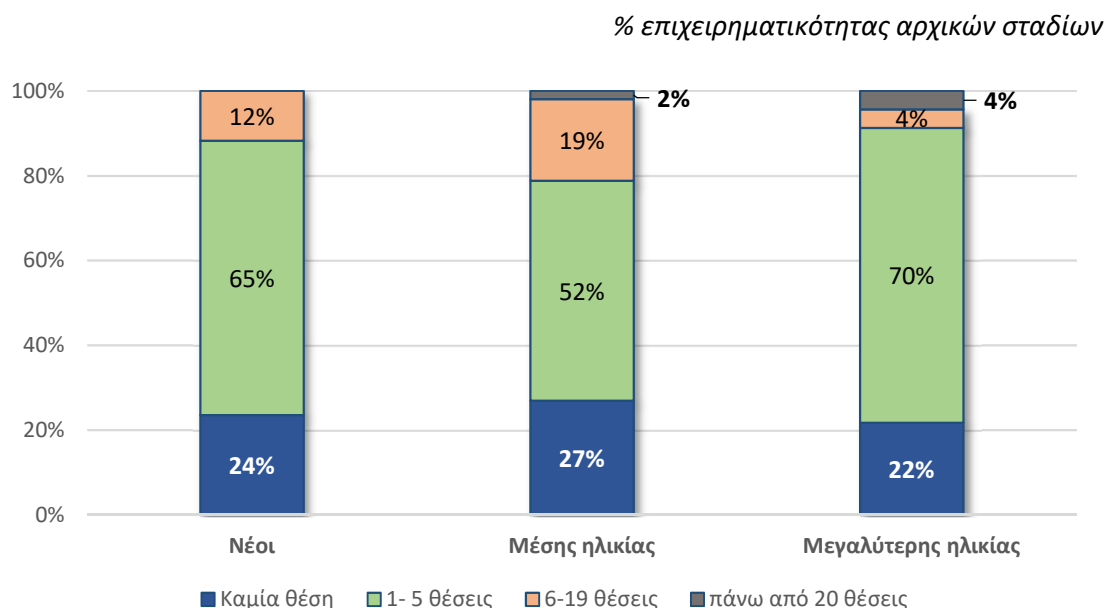
Σε ότι αφορά στις προσδοκίες που έχουν οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων για την προοπτική απασχόλησης που μπορεί να δημιουργήσει το νέο τους επιχειρηματικό εγχείρημα εντός της επόμενης πενταετίας, διαπιστώνεται μια μεγαλύτερη αισιοδοξία στα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας. Οι 7 στους 10 εκτιμούν ότι στην επόμενη πενταετία θα δημιουργήσουν έως 5 θέσεις εργασίας, ποσοστό ιδιαίτερα ψηλό σε σχέση με αυτό της μέσης, αλλά και της νεότερης ηλικίας. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας είναι σχεδόν οι μόνοι με ποσοστό 4% όπου προβλέπουν τη δημιουργία πάνω από 20 θέσεων απασχόλησης στην επόμενη πενταετία (Διάγραμμα 2.15).

Διάγραμμα 2.14: Αριθμός θέσεων απασχόλησης ανά ηλικιακή ομάδα (2016)

% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Διάγραμμα 2.15: Προοπτικές δημιουργίας θέσεων απασχόλησης εντός της επόμενης πενταετίας ανά ηλικιακή ομάδα (2016)

Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Μάλιστα αυτό είναι κάτι που επιβεβαιώνεται και διαχρονικά, καθώς φαίνεται ότι 1 στους 10 επιχειρηματίες αρχικών σταδίων μεγαλύτερης ηλικίας προσδοκά να δημιουργήσει πάνω από 20 θέσεις απασχόλησης, όταν στις άλλες ηλικιακές ομάδες, το αντίστοιχο ποσοστό κατά μέσο όρο κινείται στην περιοχή του 3,5% (Πίνακας 1.9).

Πίνακας 2.9: Προοπτικές δημιουργίας θέσεων απασχόλησης εντός της επόμενης πενταετίας ανά ηλικιακή ομάδα (2003-2016)

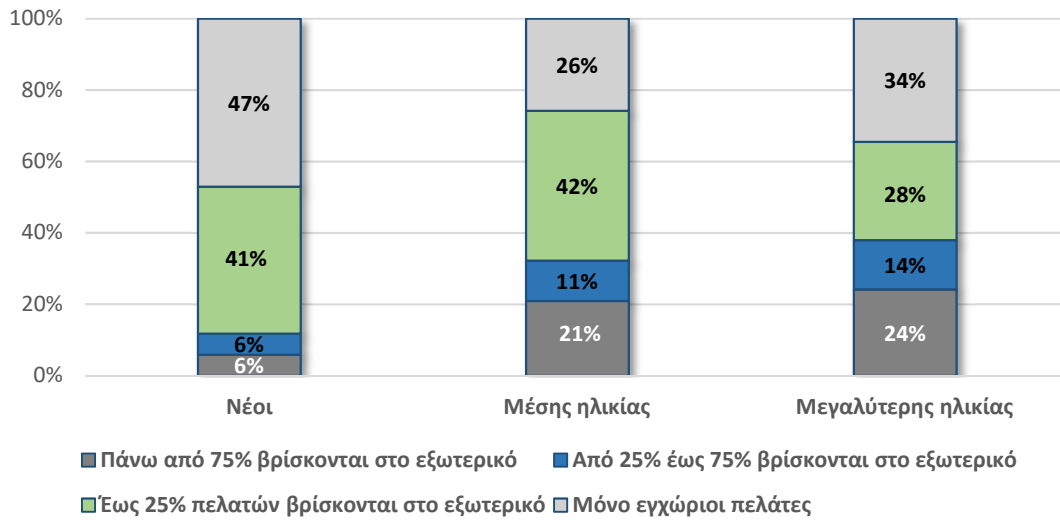
	Νέοι	Μέσης ηλικίας	Μεγαλύτερης ηλικίας
Καμία θέση εργασίας	17,7%	19,5%	24,8%
1 - 5 θέσεις εργασίας	65,0%	64,7%	41,2%
6 - 19 θέσεις εργασίας	13,0%	13,1%	22,3%
πάνω από 20 θέσεις εργασίας	4,2%	2,7%	11,8%

Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Τέλος, σε ένα ακόμα κρίσιμο χαρακτηριστικό των νέων επιχειρημάτων είναι ο εξαγωγικός χαρακτήρας των επιχειρημάτων ανά ηλικιακή ομάδα. Και εδώ βάσει της έρευνας του GEM προκύπτει ότι οι επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας φαίνεται να είναι πιο εξωστρεφείς σε σχέση με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες, με το 38% αυτών να έχει τουλάχιστον το ¼ των πελατών του στο εξωτερικό, έναντι 32% και 12% των επιχειρηματιών μέσης ηλικίας και των νέων, αντίστοιχα (Διάγραμμα 2.16).

Διάγραμμα 2.16: Εξωστρέφεια νέων εγχειρημάτων ανά ηλικιακή ομάδα (2016)

% επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων

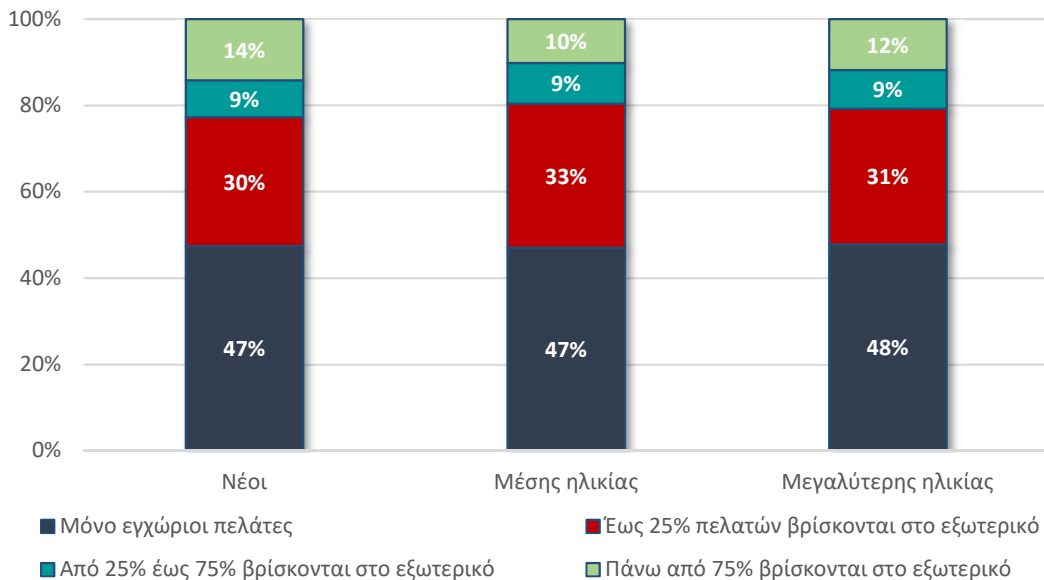


Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Πάντως διαχρονικά, δεν φαίνεται κάποια ιδιαίτερη διαφοροποίηση ανά ηλικιακή ομάδα, συνεπώς η καλή επίδοση του 2016, θα μπορούσε να θεωρηθεί και συγκυριακή (Διάγραμμα 2.17).

Διάγραμμα 2.17: Εξωστρέφεια νέων εγχειρημάτων ανά ηλικιακή ομάδα (2003-2016)

% επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

2.2.5 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Το 2016, τάσεις εξασθένησης των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων εντοπίζονται σε όλες τις ηλικιακές ομάδες, με το φαινόμενο, ωστόσο, να γίνεται πιο έντονο στους επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας όπου ο σχετικός δείκτης υποχωρεί στο 5,9% από 7,2% το 2015. Διαχρονικά, ο μακροχρόνιος μέσος όρος για τους νέους επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας διαμορφώνεται στην περιοχή του 4,8% για το διάστημα 2003-2016, χαμηλότερα από τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες (7,2% και 8,1% για τους επιχειρηματίες νεότερης και μέσης ηλικίας, αντίστοιχα).

Αναφορικά με το φύλο προκύπτει ότι οι άντρες μεγαλύτερης ηλικίας είναι πιο τολμηροί σε σχέση με τους νέους όσον αφορά στην έναρξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, εύρημα που εντοπίζεται και στον γυναικείο πληθυσμό. Διαρθρωτικά οι γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων μεγαλύτερης ηλικίας υπερτερούν των ανδρών αφού αποτελούν το 53% αυτών. Επομένως, οι γυναίκες σε αυτή την ηλικιακή ομάδα είναι πιο δραστήριες από τους άντρες, σε αντίθεση με τις νεότερες ηλικίες, που υπερισχύει ο αντρικός πληθυσμός. Όσον αφορά στο κίνητρο, οι επιχειρηματίες νεότερης και μεγαλύτερης ηλικίας φαίνεται να κινητοποιούνται από ανάγκη σε μεγαλύτερο βαθμό από τη μέση ηλικία.

Σε κλαδικό επίπεδο, τα περισσότερα εγχειρήματα αφορούν Υπηρεσίες προς τους καταναλωτές ανεξαρτήτως ηλικίας, αν και η τάση είναι πιο έντονη στην περίπτωση των νέων. Ωστόσο, στους επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας φαίνεται μια υψηλότερη παρουσία εγχειρημάτων από τον κλάδο της μεταποίησης. Από την έρευνα προκύπτει επίσης ότι οι μεγαλύτερης ηλικίας επιχειρηματίες έχουν ισχυρότερο τον φόβο της αποτυχίας, είναι πιο συντηρητικοί στην προσέγγισή τους και πιθανόν αυτό να λειτουργεί ανασταλτικά στην ανάληψη ρίσκου για νέα εγχειρήματα.

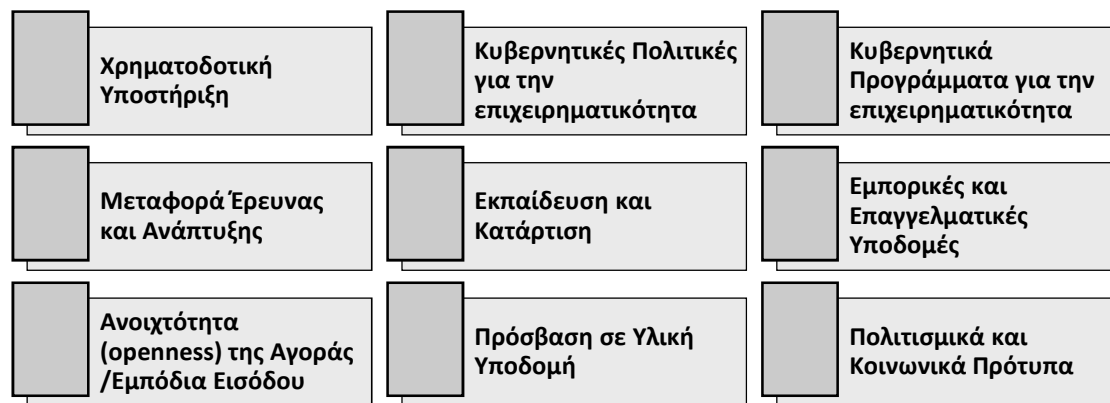
Αναφορικά με το επίπεδο μόρφωσης των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, σε όλες τις ηλικιακές ομάδες επικρατεί η τριτοβάθμια εκπαίδευση ως επίπεδο μόρφωσης. Θα πρέπει να σημειωθεί, ωστόσο, ότι υπάρχει ένα ποσοστό της τάξης του 14% στους επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας που κατέχουν απλώς τη βασική εκπαίδευση. Ένα άλλο χαρακτηριστικό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων μεγαλύτερης ηλικίας είναι ότι προέρχονται κυρίως από τη μεσαία (οι μισοί), αλλά και από την υψηλότερη εισοδηματική κατηγορία, σε αντίθεση με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες.

Σε ότι αφορά το βαθμό καινοτομίας που εμφανίζει το νέο εγχείρημα, διαπιστώνεται μια υστέρηση στα εγχειρήματα των ατόμων μεγαλύτερης ηλικίας, ενώ ταυτόχρονα χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό παλαιότερες τεχνολογίες σε σχέση με τους νεότερους. Σε όρους μεγέθους, αν και η πλειονότητα των νέων εγχειρημάτων από όλες τις ηλικιακές κατηγορίες προσφέρει απασχόληση σε λιγότερα από 5 άτομα κατά την έναρξη λειτουργίας,

στα εγχειρήματα των ατόμων μεγαλύτερης ηλικίας, οι προοπτικές είναι πιο αισιόδοξες καθώς οι 7 στους 10 εκτιμούν ότι στην επόμενη πενταετία θα δημιουργήσουν έως και 5 θέσεις εργασίας, ποσοστό ιδιαίτερα ψηλό σε σχέση με τις άλλες ηλικιακές ομάδες. Τέλος, σε ότι αφορά την εξωστρέφεια των νέων εγχειρημάτων καταγράφεται μια καλύτερη επίδοση στους επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας σε σχέση με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟ ΕΓΧΩΡΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ: Η ΕΡΕΥΝΑ ΤΩΝ ΕΘΝΙΚΩΝ ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΝΩΝ

Όπως κάθε χρόνο, εκτός από την έρευνα στον πληθυσμό της κάθε χώρας, διεξάγεται στο πλαίσιο του GEM και μια πρόσθετη εμπειρική εργασία που βασίζεται σε έρευνα με ερωτηματολόγιο σε εθνικούς εμπειρογνώμονες (national entrepreneurship experts) της επιχειρηματικότητας. Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας εμπειρογνομένων το 2016, οι οποίοι επιλέγονται λόγω της γνώσης και της εμπειρίας που κατέχουν σε διάφορες διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος σε κάθε χώρα. Πρόκειται συνήθως για ακαδημαϊκούς, επιχειρηματίες, επενδυτές, διαμορφωτές πολιτικής, κ.α. Στην Ελλάδα η ομάδα των εθνικών εμπειρογνομένων περιλαμβάνει 36 άτομα, τα οποία κατανέμονται ισοβαρώς (τέσσερις ανά κατηγορία) στις παρακάτω 9 διαστάσεις²⁴.



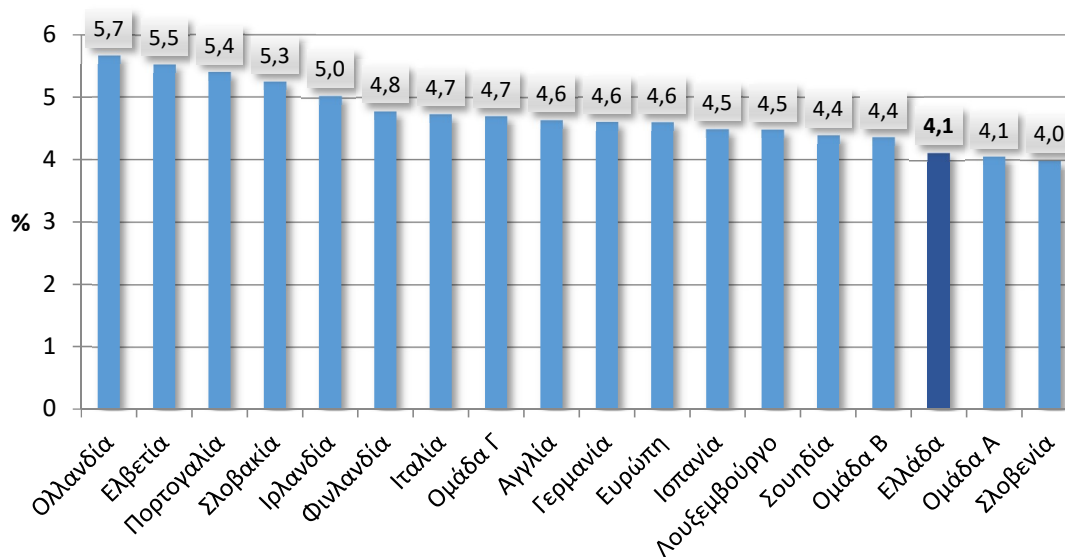
Σκοπός αυτού του τμήματος της έρευνας του ερευνητικού προγράμματος του GEM είναι η εξαγωγή συμπερασμάτων για το επιχειρηματικό περιβάλλον σε κάθε χώρα, πληροφόρηση την οποία δεν είναι πάντα σε θέση να παρέχουν τα ίδια τα άτομα που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά και τα οποία απαντούν στην έρευνα πληθυσμού. Οι εμπειρογνώμονες καλούνται να αξιολογήσουν στις περισσότερες ερωτήσεις το βαθμό συμφωνίας τους με μία θέση / άποψη (item statement), με βάση μια εννιαβάθμια κλίμακα Likert (όπου 1: απόλυτα λάθος και 9: απόλυτα σωστό), με τις αντίστοιχες διατυπώσεις να έχουν σχεδόν σε όλες τις περιπτώσεις θετική χροιά. Έτσι για παράδειγμα απαντήσεις κοντά στο 5 σημαίνουν πρακτικά, ουδέτερη απάντηση, δηλαδή η συγκεκριμένη θέση δεν είναι ούτε σωστή ούτε λάθος. Στις επόμενες σελίδες παρουσιάζονται οι αντίστοιχες αξιολογήσεις, σε σύγκριση με επιλεγμένες ευρωπαϊκές χώρες, από τις χώρες καινοτομίας (βλ. 1^ο κεφάλαιο).

²⁴ Αναλυτικότερη περιγραφή των διαστάσεων υπάρχει στο Παράρτημα. Επίσης βασική προϋπόθεση της έρευνας είναι να εντοπιστούν τέσσερις εμπειρογνώμονες σε κάθε διάσταση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

Αναλυτικότερα, αναφορικά με την **επάρκεια πηγών για τη χρηματοδότηση επιχειρηματικών εγχειρημάτων**, η Ελλάδα συγκεντρώνει μέσο όρο (μόλις 4,1), καταλαμβάνοντας την τρίτη θέση από το τέλος, μεταξύ των ευρωπαϊκών χωρών που ανήκουν στην ομάδα των χωρών καινοτομίας²⁵. Συνολικά σε μόλις τέσσερις χώρες ο μέσος όρος των απαντήσεων ξεπερνά το μέσον της κλίμακας (ούτε σωστό/ούτε λάθος), με την υψηλότερη θέση στην κατάταξη να καταλαμβάνει η Ολλανδία με μέσο όρο 5,7. Πρόκειται δηλαδή για μια «προβληματική» γενικά περιοχή όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά συνολικά στην Ευρώπη, καθώς η χρηματοπιστωτική κρίση έχει επηρεάσει δυσμενώς το επιχειρηματικό περιβάλλον στις περισσότερες χώρες καινοτομίας (και όχι μόνο, Διάγραμμα 3.1).

Διάγραμμα 3.1: Χρηματοδοτική στήριξη

(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)

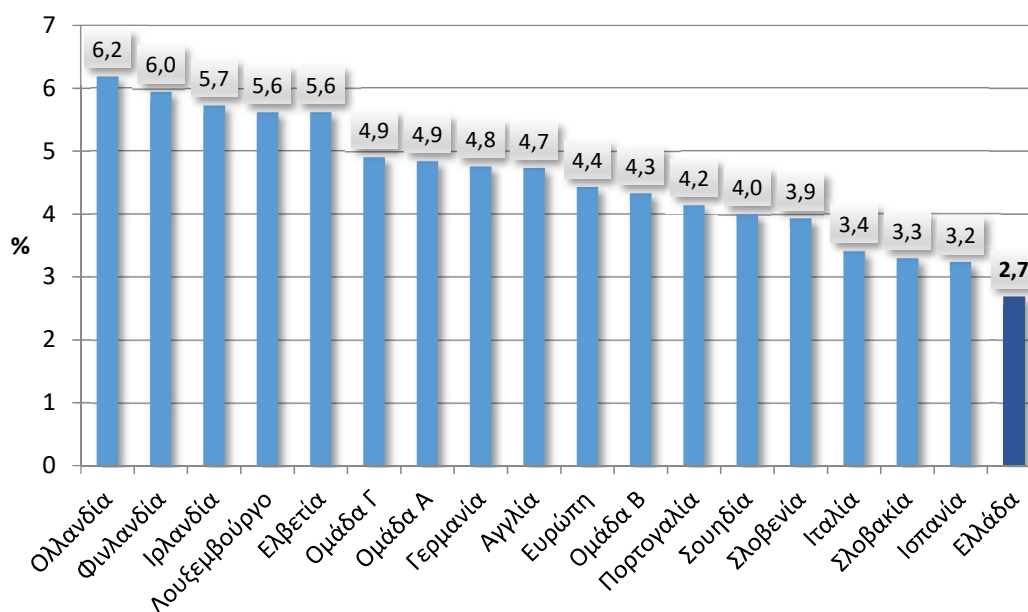


Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Ως προς την αξιολόγηση πολιτικών στην Ελλάδα για την **ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας**, δεν κρίνονται επαρκείς, με τη χώρα να καταλαμβάνει την τελευταία θέση μεταξύ των άλλων ευρωπαϊκών χωρών που ανήκουν στην ομάδα των χωρών καινοτομίας (Διάγραμμα 3.2)²⁶.

²⁵ Παραδείγματα ερωτήσεων σε αυτή τη διάσταση είναι τα εξής: α) υπάρχει επάρκεια σε διαθέσιμη χρηματοδότηση από άτυπους επενδυτές (οικογένεια, φίλοι και συνάδελφοι) για νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, β) υπάρχει επάρκεια σε διαθέσιμη χρηματοδότηση από επαγγελματίες Επιχειρηματικούς Αγγέλους για νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, γ) υπάρχει επάρκεια σε χρηματοδότηση μέσω κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών (venture capital) για νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις

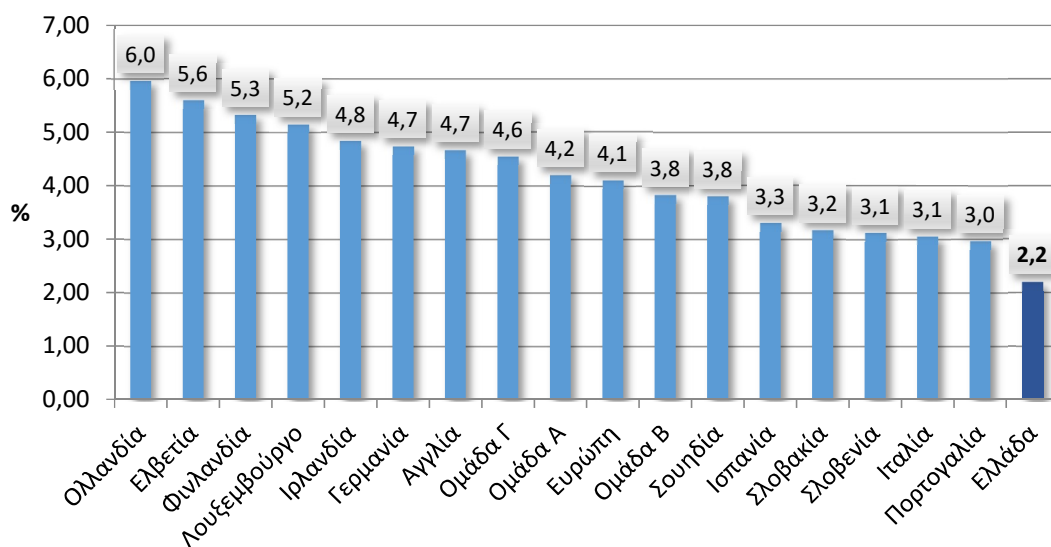
²⁶ Παραδείγματα ερωτήσεων είναι τα εξής: α) Η υποστήριξη των νέων και αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων αποτελεί υψηλή προτεραιότητα για τη θέσπιση πολιτικής σε εθνικό επίπεδο, β) Οι φόροι και οι άλλοι κυβερνητικοί κανονισμοί εφαρμόζονται στις νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις με προβλέψιμο και συνεπή τρόπο.

Διάγραμμα 3.2: Εθνικές Πολιτικές και Προτεραιότητες για τη νέα επιχειρηματικότητα*(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)*

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Την τελευταία θέση της κατάταξης διατηρεί η Ελλάδα και σε θέματα επάρκειας πολιτικών για τη μείωση της **γραφειοκρατίας** και τη συνεκτικότητα της **φορολογικής πολιτικής** για τις **νέες επιχειρήσεις**. Μάλιστα ο μέσος όρος των ερωτήσεων σε αυτό το πλέγμα των ερωτήσεων είναι της τάξης του 2,2, ακόμα δηλαδή χαμηλότερος από τις προηγούμενες ερωτήσεις²⁷. Πάντως θα πρέπει να σημειωθεί ότι αρκετές είναι οι χώρες που βρίσκονται χαμηλότερα από το 5 σε αυτό τον παράγοντα, γεγονός που αναδεικνύει τη γραφειοκρατία σε βασικό ανασταλτικό παράγοντα επιχειρηματικότητας σε αρκετές χώρες (Διάγραμμα 3.3).

²⁷ Ενδεικτικά παρατίθεται η ερώτηση: α) Το ύψος της φορολογίας ΔΕΝ αποτελεί εμπόδιο στη δημιουργία και ανάπτυξη των επιχειρήσεων, β) Οι φόροι και οι άλλοι κυβερνητικοί κανονισμοί εφαρμόζονται στις νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις με προβλέψιμο και συνεπή τρόπο, γ) Δεν είναι εξαιρετικά δύσκολο για τις νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις να αντιμετωπίσουν την κυβερνητική γραφειοκρατία, τους κανονισμούς και τις απαιτήσεις αδειοδότησης.

Διάγραμμα 3.3: Εθνικές Πολιτικές σε θέματα Γραφειοκρατίας και Φορολογίας*(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)*

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Εξίσου περιορισμένη φαίνεται να είναι η εφαρμογή κυβερνητικών προγραμμάτων στήριξης της επιχειρηματικότητας τα οποία έχουν να κάνουν π.χ. με υπηρεσίες μιας στάσης, θερμοκοιτίδες και γενικώς την υποστήριξη της νέας με την Ελλάδα να βρίσκεται τελευταία στην κατάταξη (μέσος όρος απαντήσεων 3,4). Αδυναμίες εντοπίζονται αναφορικά με το πλήθος και τη στόχευση των κρατικών προγραμμάτων αλλά και την αποτελεσματική διαχείρισή τους²⁸. Ουσιαστικά η Ελλάδα κατατάσσεται μαζί με Ιταλία και Σλοβακία σε μια ομάδα χωρών με μέσο όρο κάτω του 4 σε αυτόν τον παράγοντα (Διάγραμμα 3.4).

Την τελευταία θέση της κατάταξης διατηρεί η Ελλάδα και σε θέματα εκπαίδευσης, με την πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση στην Ελλάδα, να θεωρείται ότι δεν προάγει επαρκώς την επιχειρηματικότητα²⁹. Σημειώνεται ότι και γενικότερα στις ευρωπαϊκές χώρες που ανήκουν στην ομάδα των χωρών καινοτομίας το σύστημα εκπαίδευσης σε αυτές τις βαθμίδες, δεν φαίνεται να είναι επαρκώς προσανατολισμένο στην προώθηση της επιχειρηματικότητας. Πιο θετικές είναι οι κρίσεις για το εκπαιδευτικό σύστημα στην

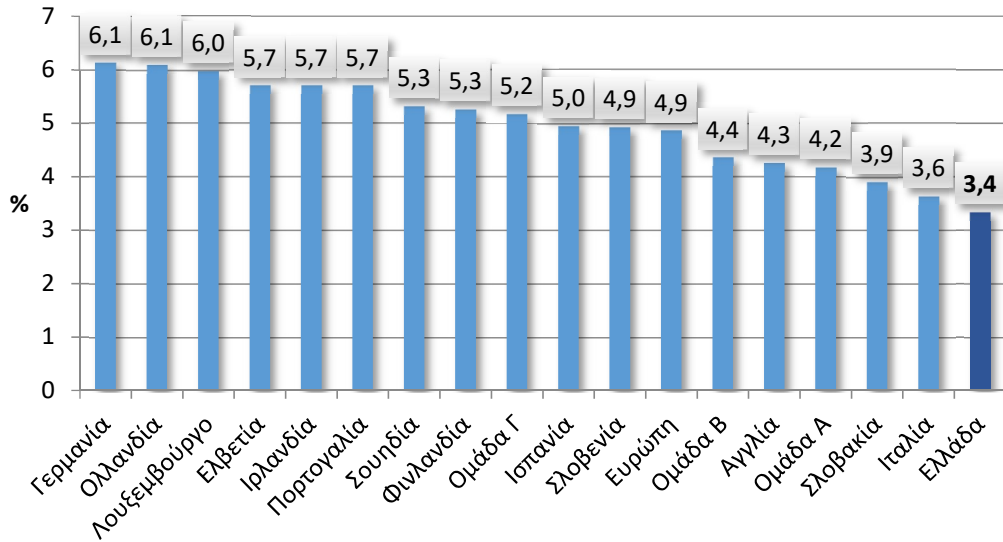
²⁸ Παραδείγματα ερωτήσεων είναι τα εξής: α) Τα επιστημονικά πάρκα και οι επιχειρηματικές θερμοκοιτίδες παρέχουν αποτελεσματική υποστήριξη στις νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, β) Υπάρχει ένας ικανοποιητικός αριθμός κρατικών προγραμμάτων για νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, γ) Οι απασχολούμενοι των κρατικών οργανισμών είναι ικανοί και αποτελεσματικοί στην υποστήριξη νέων και αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων.

²⁹ Ενδεικτικά παρατίθενται οι ερωτήσεις: α) Η διδασκαλία στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση παρέχει επαρκή εκπαίδευση σχετικά με τις οικονομικές αρχές της αγοράς, β) Η διδασκαλία στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση προάγει τη δημιουργικότητα, την αυτάρκεια και την πρωτοβουλία, γ) Η διδασκαλία στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση εστιάζει επαρκώς στην επιχειρηματικότητα και στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων.

Ολλανδία, η οποία αποτελεί και τη μόνη χώρα όπου ο μέσος όρος των απαντήσεων ξεπερνά το 5 (Διάγραμμα 3.5).

Διάγραμμα 3.4: Κυβερνητικά Προγράμματα στήριξης νέας επιχειρηματικότητας

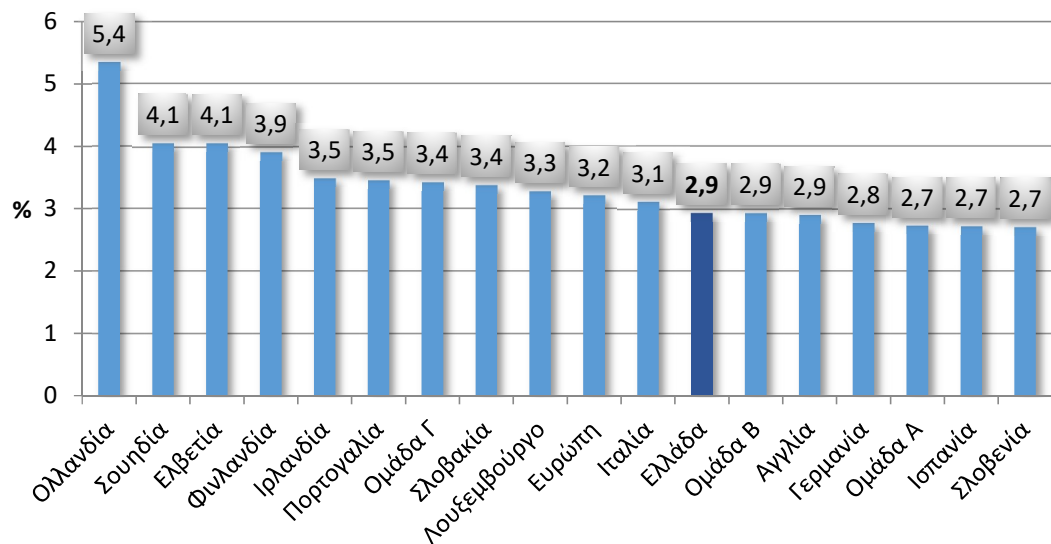
(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διάγραμμα 3.5: Εκπαίδευση και Κατάρτιση (Πρωτοβάθμια –Δευτεροβάθμια)

(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)



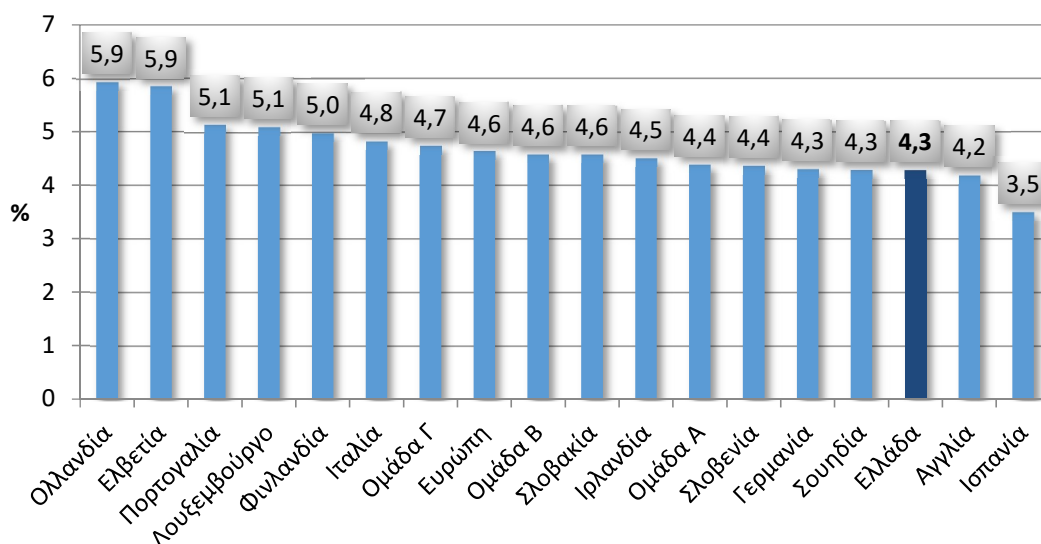
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Αντίθετα, η εικόνα για τη μεταδευτεροβάθμια εκπαίδευση και κατάρτιση της, με μέσο όρο απαντήσεων να διαμορφώνεται στο 4,3, κατατάσσοντας την Ελλάδα χαμηλότερα από το

μέσο όρο των ευρωπαϊκών χωρών³⁰. Η βελτίωση που σημείωσε ο συγκεκριμένος δείκτης σε σχέση με το προηγούμενο έτος (4,3 το 2015) υποδηλώνει μια ποιοτική αλλαγή, καθώς η εισαγωγή των μαθημάτων επιχειρηματικότητας στα πανεπιστήμια και στην ανώτερη εκπαίδευση στις αρχές της δεκαετίας του 2000 φαίνεται να έχει αρχίσει να αποδίδει αποτελέσματα, τουλάχιστον σύμφωνα με τη γνώμη των εμπειρογνομόνων (Διάγραμμα 3.6).

Διάγραμμα 3.6: Εκπαίδευση και Κατάρτιση (Μεταδευτεροβάθμια)

(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)



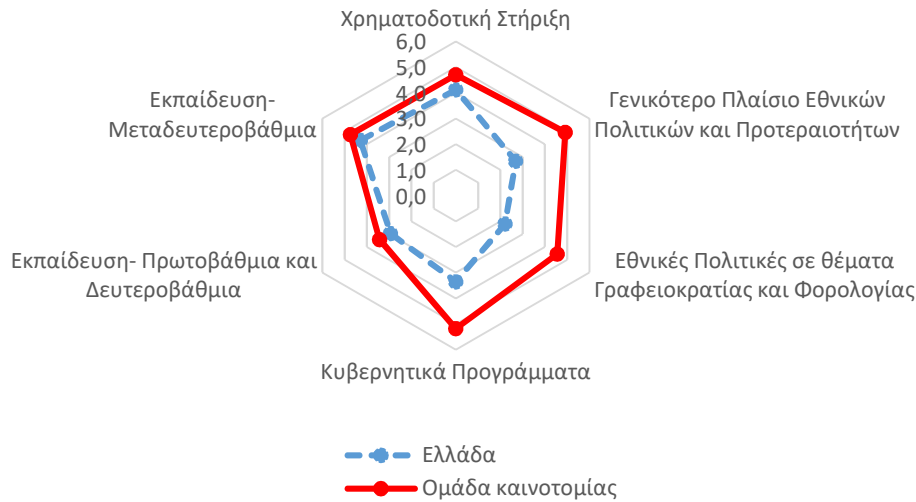
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Συνολικά από τη σύγκριση των επιδόσεων της Ελλάδας σε σχέση με τον μέσο όρο των αξιολογήσεων στις χώρες καινοτομίας, για τις πρώτες τέσσερις διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος φαίνεται με σαφήνεια ότι οι Έλληνες εμπειρογνώμονες αξιολογούν τις συγκεκριμένες διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος δυσμενέστερα σε σχέση με τους εμπειρογνώμονες στις άλλες χώρες καινοτομίας. Εξαιρέση αποτελεί ο τομέας της εκπαίδευσης όπου οι επιδόσεις της Ελλάδας το 2016 συγκλίνουν με το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας. Οι μεγαλύτερες υστερήσεις εντοπίζονται αναφορικά με τις Εθνικές Πολιτικές σε θέματα Γραφειοκρατίας και Φορολογίας, και το Γενικότερο Πλαίσιο Εθνικών Πολιτικών (Διάγραμμα 3.7).

³⁰ Παραδείγματα ερωτήσεων είναι τα εξής: α) Τα ιδρύματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης παρέχουν καλή και επαρκή προετοιμασία για τη δημιουργία και ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων, β) Το επίπεδο της εκπαίδευσης στη διοίκηση επιχειρήσεων παρέχει καλή και επαρκή προετοιμασία για την ίδρυση και ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων, γ) Τα συστήματα επαγγελματικής, τεχνικής, και δια βίου εκπαίδευσης παρέχουν καλή και επαρκή προετοιμασία για την ίδρυση και ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων.

Διάγραμμα 3.7: Διαστάσεις επιχειρηματικού περιβάλλοντος Ι (2016)

(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)



Ομάδα Χωρών Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Σημαντικά βελτιωμένη εικόνα όμως εντοπίζεται και στο πεδίο μεταφοράς/διάχυσης της γνώσης στην επιχειρηματική κοινότητα και ιδιαίτερα στις νέες επιχειρήσεις³¹. Έτσι, η Ελλάδα με μέσο όρο 4,5 (από 3,8 το 2015) βρίσκεται στην έκτη θέση της κατάταξης, ενώ την πρώτη θέση καταλαμβάνουν το Λουξεμβούργο και η Ολλανδία με 5,5 αμφότερες (Διάγραμμα 3.8).

Οι εμπειρογνώμονες αξιολογούν επίσης την επάρκεια εμπορικών υποδομών και υπηρεσιών για τη στήριξη της επιχειρηματικότητας, με την έννοια της διαθεσιμότητας σε βοηθητικές υπηρεσίες που χρειάζονται οι επιχειρήσεις για τη λειτουργία τους (consulting, τραπεζικές, νομικές, λογιστικές υπηρεσίες, κτλ). Γενικά οι μέσοι όροι των απαντήσεων σε αυτή τη διάσταση σε όλες τις χώρες είναι υψηλότεροι σε σύγκριση με τις άλλες διαστάσεις των επιχειρηματικού περιβάλλοντος³². Παρόλα αυτά η Ελλάδα συγκριτικά με τις άλλες

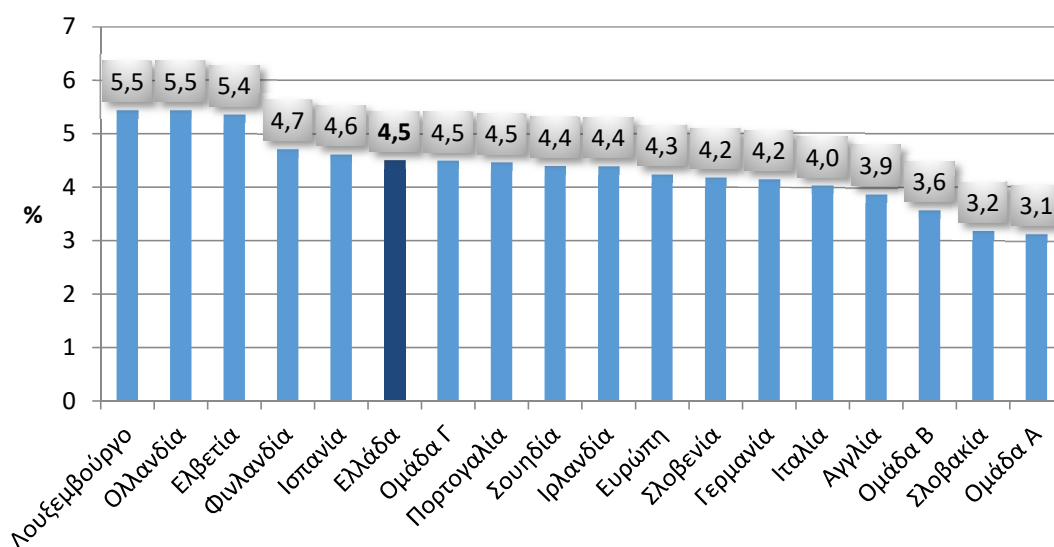
³¹ Ενδεικτικές ερωτήσεις: α) Οι νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις μπορούν να ανταπεξέλθουν στην υιοθέτηση της σύγχρονης τεχνολογίας, β) Υφίστανται επαρκείς κρατικές επιδοτήσεις προς τις νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις για την υιοθέτηση σύγχρονης τεχνολογίας, γ) Η επιστημονική και τεχνολογική βάση υποστηρίζει αποτελεσματικά τη δημιουργία εγχειρημάτων παγκόσμιας κλάσης βασισμένων σε νέες τεχνολογίες, σε τουλάχιστον ένα θεματικό πεδίο.

³² Παραδείγματα ερωτήσεων είναι τα εξής: α) Είναι εύκολο για τις νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις να έχουν πρόσβαση σε καλούς υπεργολάβους, προμηθευτές και συμβούλους, β) Είναι εύκολο για τις νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις να έχουν πρόσβαση σε σωστές επαγγελματικές νομικές και λογιστικές υπηρεσίες, γ) Είναι εύκολο για τις νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις να έχουν πρόσβαση σε ορθές τραπεζικές υπηρεσίες (έλεγχο λογαριασμών, συναλλαγματικές συναλλαγές, πιστωτικές επιστολές κτλ).

ευρωπαϊκές χώρες καινοτομίας εξακολουθεί να παρουσιάζει υστερήσεις, καθώς με μέσο όρο απαντήσεων στην περιοχή του 4,9, ξεπερνά απλώς την Ιταλία (Διάγραμμα 3.9).

Διάγραμμα 3.8: Μεταφοράς Έρευνας & Ανάπτυξης

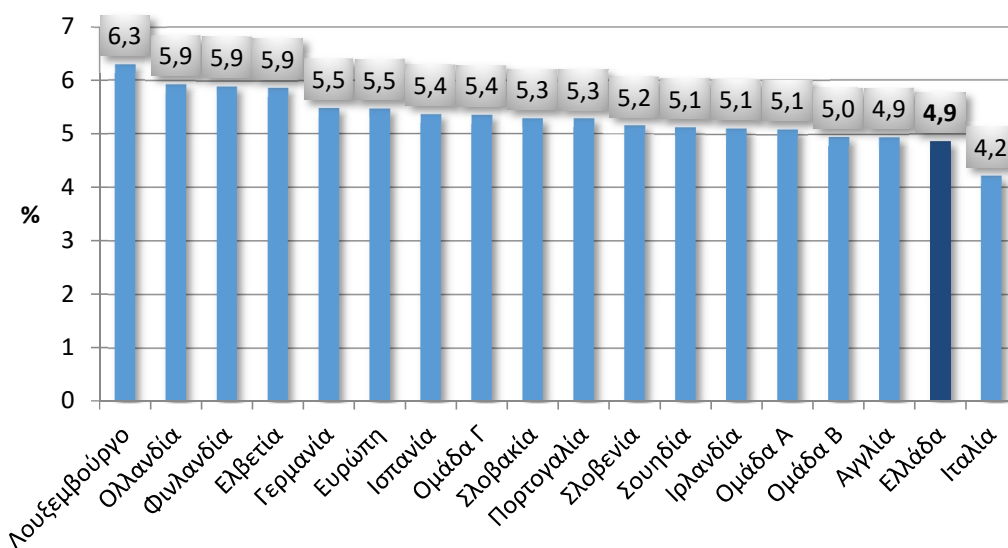
(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διάγραμμα 3.9: Εμπορική και Επαγγελματική Υποδομή

(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)



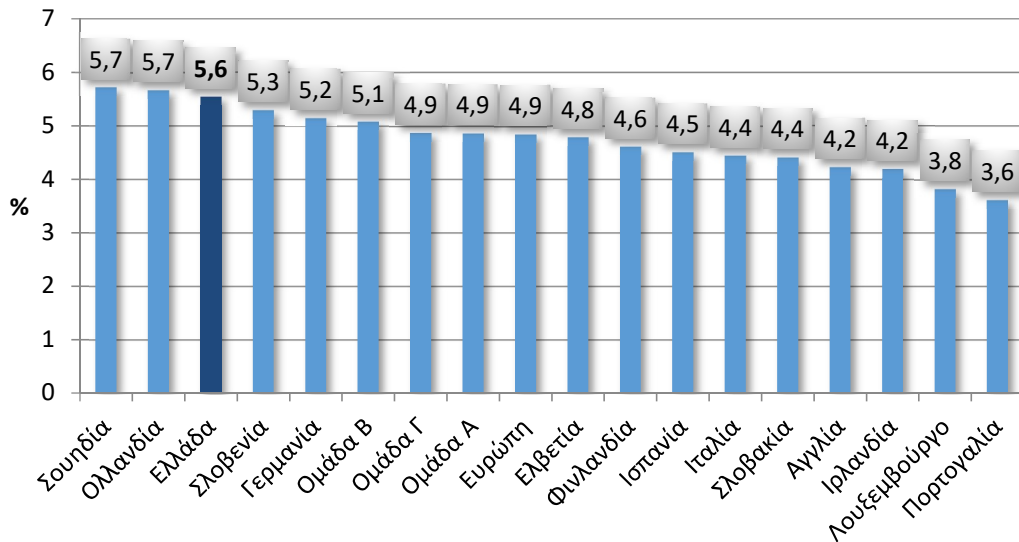
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διαφορετική εικόνα ωστόσο εντοπίζεται, λόγω ενδεχομένως και της διαδικασίας αναδιάρθρωσης και γενικότερων αλλαγών που συμβαίνουν σε επιμέρους αγορές προϊόντων / υπηρεσιών, στο επιχειρηματικό περιβάλλον στην Ελλάδα, καθώς φαίνεται να

δημιουργούνται ευκαιρίες σε βαθμό μεγαλύτερο από ότι σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, με πιο ώριμες ίσως αγορές³³. Έτσι η Ελλάδα κατατάσσεται μεταξύ των τριών πρώτων χωρών, με μέσο όρο απαντήσεων στο 5,6 με την Σουηδία και την Ολλανδία να βρίσκονται στην 1^η θέση της κατάταξης με 5,7, αμφότερες (Διάγραμμα 3.10).

Διάγραμμα 3.10: Εγχώριες Αγορές (Δυναμική – μεταβαλλόμενες αγορές)

(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Παρά τη δυναμική που διαφαίνεται στο περιβάλλον, εξακολουθούν να υφίστανται σημαντικές δυσχέρειες στην Ελλάδα όσον αφορά στην είσοδο νέων επιχειρήσεων στην αγορά, καθώς η Ελλάδα βρίσκεται στην προτελευταία θέση της κατάταξης μαζί με την Σλοβακία με μέσο όρο 4,0³⁴. Δεν είναι δηλαδή εύκολο σε νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις να διεισδύσουν σε νέες αγορές, με τα εμπόδια εισόδου να είναι ακόμη υψηλά (Διάγραμμα 3.11).

Σημαντικά καλύτερες είναι οι συνθήκες στην Ελλάδα σε ότι αφορά την πρόσβαση των νέων επιχειρήσεων σε υλικές υποδομές όπως είναι τα τηλεπικοινωνιακά δίκτυα, το νερό, το ηλεκτρικό ρεύμα, αλλά και το κόστος των παροχών αυτών, με τον μέσο όρο των απαντήσεων

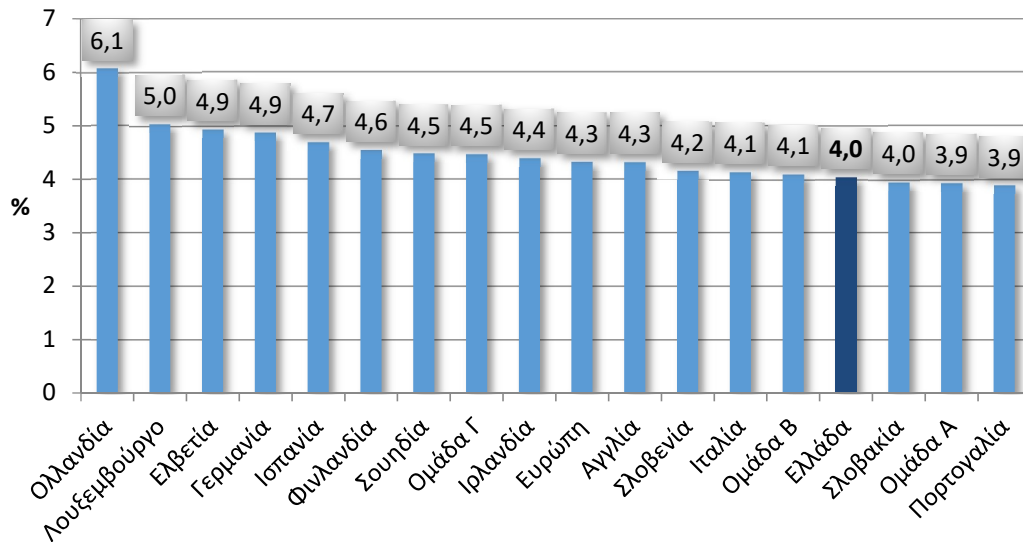
³³ Ενδεικτικές ερωτήσεις: α) Οι αγορές αγαθών και υπηρεσιών ανάμεσα σε επιχειρήσεις (business to business) μεταβάλλονται δραματικά χρόνο με το χρόνο, β) Οι αγορές καταναλωτικών αγαθών και υπηρεσιών μεταβάλλονται δραματικά χρόνο με το χρόνο.

³⁴ Παραδείγματα ερωτήσεων είναι τα εξής: α) Οι νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις μπορούν εύκολα να εισέλθουν σε νέες αγορές, β) Οι νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις μπορούν να επωμιστούν το κόστος εισόδου στην αγορά, γ) Οι νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις μπορούν να εισέλθουν στις αγορές χωρίς να εμποδίζονται αδικώς από τις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις.

να ανέρχεται σε 6,2³⁵. Όμως και πάλι σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες η Ελλάδα βρίσκεται χαμηλότερα σε σχέση με το μέσο όρο αυτών (Διάγραμμα 3.12).

Διάγραμμα 3.11: Εγχώριες Αγορές (Διευκόλυνση Εισόδου)

(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

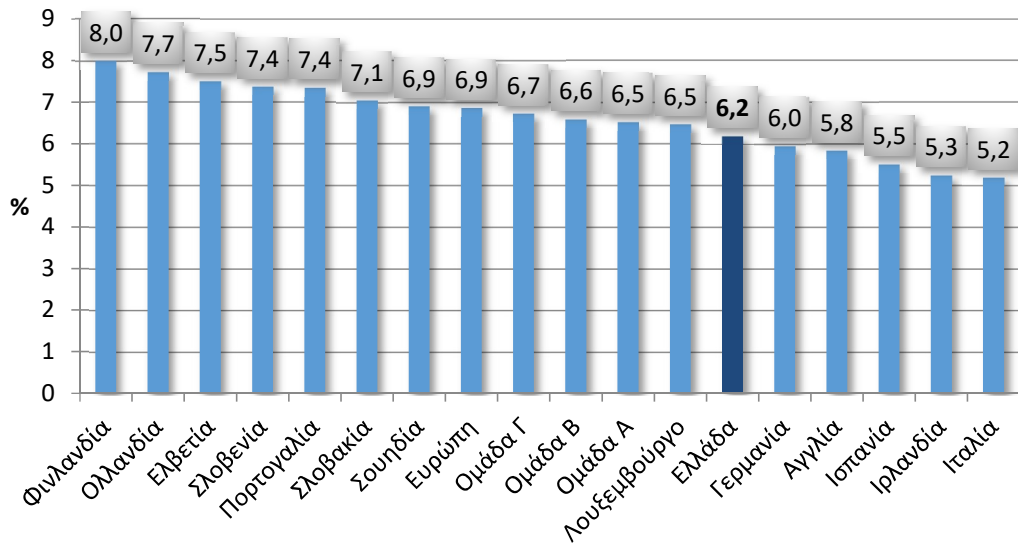
Τέλος σε ότι αφορά τα πολιτισμικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά της εθνικής κουλτούρας εκτιμάται ότι αυτά δεν ενθαρρύνουν την επιχειρηματικότητα, καθώς ο μέσος όρος των απαντήσεων (3,9) είναι μικρότερος συγκριτικά με την πλειοψηφία των ευρωπαϊκών χωρών καινοτομίας³⁶. Εδώ εξετάζεται κατά πόσο η εθνική κουλτούρα ενθαρρύνει την ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου, τη δημιουργικότητα και την καινοτομία, κτλ. με τα αποτελέσματα απλώς να φέρνουν την Ελλάδα πάνω από τρεις ευρωπαϊκές χώρες, και πολύ χαμηλότερο του 5 (Διάγραμμα 3.13).

³⁵ Ενδεικτικές ερωτήσεις: α) Η δαπάνη για πρόσβαση σε επικοινωνίες (τηλέφωνο, διαδίκτυο κτλ.) δεν είναι ιδιαίτερα υψηλή για τις νέες ή αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, β) Μια νέα ή αναπτυσσόμενη επιχείρηση μπορεί να αποκτήσει πρόσβαση στις επικοινωνίες (τηλέφωνο, διαδίκτυο) περίπου σε μια εβδομάδα, γ) Οι νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις μπορούν να ανταπεξέλθουν στο κόστος βασικών τους αναγκών (αέριο, νερό, ηλεκτρικό ρεύμα, αποχέτευση).

³⁶ Παραδείγματα ερωτήσεων είναι τα εξής: α) Η εθνική κουλτούρα δίνει έμφαση στην αυτάρκεια, την αυτονομία και την ατομική πρωτοβουλία, β) Η εθνική κουλτούρα ενθαρρύνει την ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου (risk taking), γ) Η εθνική κουλτούρα ενθαρρύνει τη δημιουργικότητα και την καινοτομία.

Διάγραμμα 3.12: Πρόσβαση σε Υλικές Υποδομές

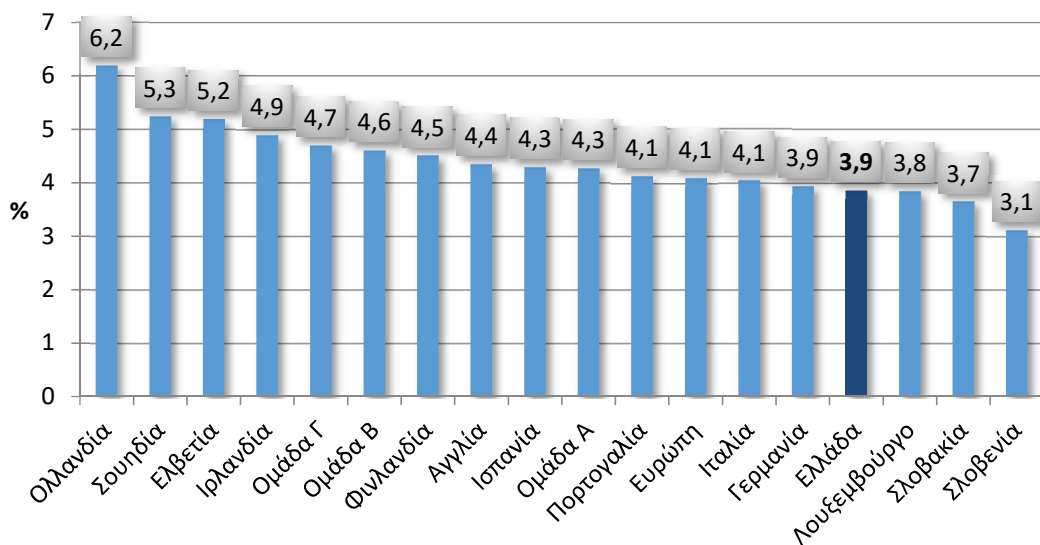
(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διάγραμμα 3.13: Πολιτισμικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά

(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)



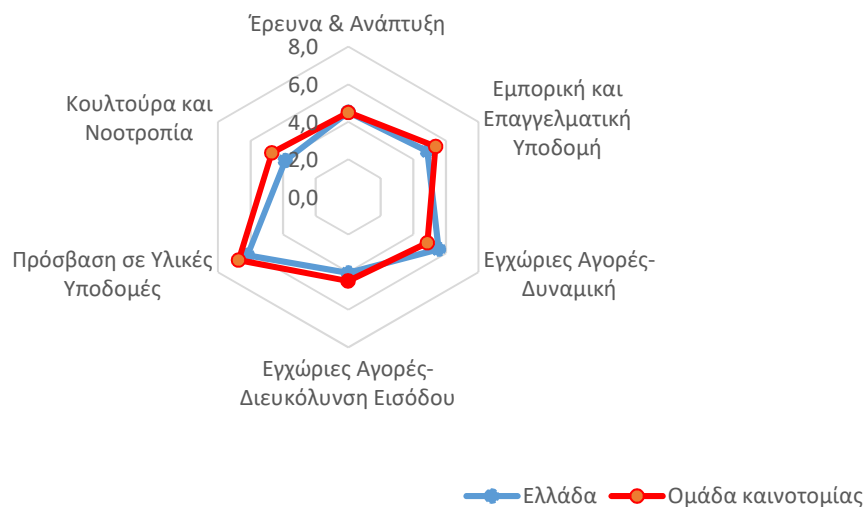
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Με βάση τις αξιολογήσεις των εμπειρογνομόνων σε αυτές τις έξι διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και πάλι αναδεικνύονται βασικές υστερήσεις σχεδόν σε όλους τους παράγοντες. Οι εθνικοί εμπειρογνώμονες εκτιμούν ότι η εγχώρια αγορά παρουσιάζει μια έντονη δυναμική, γεγονός που θα μπορούσε να θεωρηθεί ως θετικό, εφόσον εκδηλωνόταν αντίστοιχο ενδιαφέρον για επιχειρηματικότητα και διευκολύνονταν οι νέοι επιχειρηματίες να δραστηριοποιηθούν σε αυτή. Επίσης, οι επιδόσεις της Ελλάδας

συγκλίνουν στις χώρες καινοτομίας σε θέματα μεταφοράς τεχνογνωσίας, δηλαδή στη δυνατότητα πρόσβασης των νέων σε επιστημονική/τεχνολογική γνώση και στην υποστήριξη των επιχειρηματικών εγχειρημάτων που βασίζονται σε υψηλή τεχνολογία, αλλά και στην πρόσβαση σε υλικές υποδομές. Αντίθετα, παραμένουν ακόμα οι υστερήσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος στην Ελλάδα σε σχέση με τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας σε θέματα επιχειρηματικής κουλτούρας, ενώ η μεγαλύτερη υστέρηση εντοπίζεται στην διευκόλυνση εισόδου στην εγχώρια αγορά (Διάγραμμα 3.14).

Διάγραμμα 3.14: Διαστάσεις επιχειρηματικού περιβάλλοντος II (2016)

(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)



Ομάδα Χωρών Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Συνολικά από την ανάλυση φαίνεται ότι η χαμηλή δυναμική της ελληνικής επιχειρηματικότητας ερμηνεύεται σε ένα βαθμό από τις επιπτώσεις της κρίσης κυρίως όμως οφείλεται σε δομικές/διαρθρωτικές αδυναμίες της χώρας που έχουν να κάνουν με τη γραφειοκρατία, το ασταθές φορολογικό πλαίσιο αλλά και τη μη διαθεσιμότητα ή μη αποτελεσματική λειτουργία μηχανισμών προώθησης και υποστήριξης της επιχειρηματικότητας. Τα βασικά εμπόδια επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στην Ελλάδα σε σημαντικό βαθμό εκπορεύονται από την έλλειψη ενός γενικότερου πλαισίου εθνικών πολιτικών για την επιχειρηματικότητα. Σημαντικά προσκόμματα στην επιχειρηματικότητα τίθενται ακόμα από τη δυσκολία εύρεσης χρηματοδότησης του επιχειρηματικού εγχειρήματος, τα υψηλά εμπόδια εισόδου στην αγορά, αλλά και την επικρατούσα κουλτούρα για θέματα επιχειρηματικότητας που είναι μάλλον αμφίσημη. **Συνεπώς η κρίση ναι μεν επηρέασε δυσμενώς το επιχειρηματικό περιβάλλον, αλλά ουσιαστικά ανέδειξε και μεγιστοποίησε την επίδραση των βασικών διαρθρωτικών ζητημάτων και προβλημάτων που ήδη ενυπάρχουν στο ελληνικό περιβάλλον.**

Αξίζει να καταγραφούν σε αυτό το σημείο οι πιο πρόσφατες απόψεις από την έρευνα των εμπειρογνομόνων που συμμετείχαν στην έρευνα του 2017³⁷, οι οποίοι ανέφεραν ότι οι τρεις σημαντικότεροι παράγοντες που δυσχεραίνουν την προώθηση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα είναι:

- Η αναποτελεσματικότητα των πολιτικών σε ότι αφορά στη φορολογία των νέων επιχειρήσεων, στη γραφειοκρατία και γενικότερα στους ισχύοντες κανονισμούς αλλά και σε άλλους παράγοντες όπως π.χ. στη μη αποτελεσματική λειτουργία των δημόσιων φορέων που εποπτεύουν την ίδρυση των νέων επιχειρήσεων
- Οι δυσχέρειες που δημιουργούνται από τη λειτουργία του ευρύτερου πολιτικού και κοινωνικού περιβάλλοντος
- Τα προβλήματα χρηματοδοτικής στήριξης που αντιμετωπίζουν οι νέες επιχειρήσεις που δύναται να οφείλονται σε δυσκολία στην πρόσβαση σε τραπεζικό δανεισμό, επιδοτήσεις, venture capital κλπ.

Σε ότι αφορά στους βασικότερους τρόπους προώθησης της επιχειρηματικότητας στη χώρα αυτοί θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν :

- Τον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση του επιπέδου εκπαίδευσης και κατάρτισης στην Ελλάδα ώστε να παρέχουν γνώσεις που βελτιώσουν τις δεξιότητες των ατόμων αναφορικά με την ανάπτυξη του επιχειρείν
- Τη βελτίωση του οικονομικού κλίματος, μέσα από δράσεις που ενθαρρύνουν την επιχειρηματικότητα και παρέχουν κίνητρα για την υλοποίηση νέων εγχειρημάτων
- Τη βελτίωση της πρόσβασης και διαθεσιμότητας φυσικών υποδομών όπως οδικόί άξονες, δίκτυα παροχής νερού, φυσικού αερίου και ηλεκτρισμού, τηλεπικοινωνιακά δίκτυα αλλά και κατάλληλοι χώροι για την εγκαθίδρυση επιχειρήσεων ή γραφείων που διευκολύνουν και καθιστούν πιο άμεση και γρήγορη την διαδικασία υλοποίησης και περαιτέρω ανάπτυξης επιχειρηματικών εγχειρημάτων
- Την ενίσχυση πολιτικών και στρατηγικών ενίσχυσης επιχειρηματικότητας από την πλευράς της πολιτείας, με δημόσια προγράμματα, ειδικές πρωτοβουλίες για επιχειρηματίες, γυναίκες και νέους άνεργους και σε περιφερειακό επίπεδο
- Τη διευκόλυνση σε χρηματοδοτική στήριξη, με σύγχρονα χρηματοοικονομικά εργαλεία.

³⁷ Αναλυτικά οι απαντήσεις τους θα αναλυθούν στην επόμενη ετήσια έκθεση του GEM.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ελληνική οικονομία σήμερα φαίνεται να βρίσκεται σε φάση εξόδου από μία περίοδο βαθιάς και παρατεταμένης οικονομικής ύφεσης και αναζητά τη δημιουργία ενός νέου αναπτυξιακού κύκλου με περισσότερο βιώσιμα χαρακτηριστικά. Η περίοδος αυτή χαρακτηρίστηκε από σημαντική συρρίκνωση του διαθέσιμου εισοδήματος των πολιτών, την κατάρρευση πρακτικά της εγχώριας κατανάλωσης και την άνοδο της ανεργίας. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις που βασίζονταν σε μεγάλο βαθμό στην εσωτερική ζήτηση να πιεστούν σημαντικά και αρκετές από αυτές να αναγκαστούν να διακόψουν τη λειτουργία τους. Η επίκληση της εξωστρέφειας προβάλλεται συχνά ως επιθυμητή επιλογή και ως επιχειρηματική διέξοδος, όμως είναι σαφές πια ότι πρόκειται για διαδικασία που απαιτεί αφενός ιδιαίτερες ικανότητες από την πλευρά των επιχειρήσεων σε διάφορα επίπεδα (οργανωσιακά, ανθρώπινου δυναμικού, δικτύωση, κτλ), αφετέρου και προϊόντα / υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας που να μπορούν να προσελκύσουν διατηρήσιμη εξωτερική ζήτηση.

Οι επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους να αυξήσουν τις διεθνείς πωλήσεις τους αλληλοεπιδρούν με ξένους ανταγωνιστές, προμηθευτές και πελάτες μέσα από τους οποίους μαθαίνουν, αποκτούν γνώση, τεχνογνωσία, εμπειρίες και δυναμικές ιδέες για περαιτέρω ανάπτυξη προϊόντων/υπηρεσιών. Οι νέες αυτές γνώσεις μπορούν να κινητοποιήσουν τις επιχειρήσεις στην κατεύθυνση της βελτίωσης της ποιότητας των προϊόντων, στην αύξηση της αποτελεσματικότητας των διαδικασιών παραγωγής, σε τεχνολογικό εκσυγχρονισμό και σε βελτιώσεις σε όρους παραγωγικότητας. Η δημιουργία μιας κρίσιμης μάζας διεθνοποιημένων επιχειρήσεων μπορεί να συμβάλει στη ριζική αναδιάρθρωση του εθνικού παραγωγικού συστήματος και να αποτελέσει κινητήριο μοχλό για την οικονομική μεγέθυνση και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας (Βέττας κ.α. 2016).

Το κεφάλαιο αυτό έχει ως πρωταρχικό στόχο να εξετάσει τους παράγοντες που επηρεάζουν τον εξαγωγικό προσανατολισμό των επιχειρηματικών εγχειρημάτων που βρίσκονται σε αρχικό στάδιο στην Ελλάδα, δίνοντας έμφαση μεταξύ άλλων και στο ρόλο ειδικά της ηλικίας. Αναζητούμε δηλαδή την ύπαρξη πιθανών διαφοροποιήσεων μεταξύ των επιχειρηματιών μεγαλύτερης ηλικίας (senior entrepreneurs) και επιχειρηματιών μέσης-νεαρής ηλικίας. Στο πλαίσιο αυτό πραγματοποιείται εμπειρική ανάλυση προκειμένου να διερευνηθεί εάν και με ποιον τρόπο δημογραφικοί παράγοντες, αντιλήψεις και τεχνολογικές ικανότητες των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων επηρεάζουν την εξωστρεφή επιχειρηματικότητα.

Συγκεκριμένα, στους δημογραφικούς παράγοντες εξετάζονται το μορφωτικό επίπεδο και το φύλο, στις επιχειρηματικές αντιλήψεις περιλαμβάνονται οι αντιλαμβανόμενες ευκαιρίες, οι επιχειρηματικές ικανότητες και δεξιότητες, οι γνωριμίες με άλλους επιχειρηματίες, ο φόβος αποτυχίας, και στις τεχνολογικές ικανότητες ο βαθμός καινοτομίας και η χρήση νέων τεχνολογιών.

Η εμπειρική έρευνα του κεφαλαίου αυτού βασίζεται σε δεδομένα στο δείγμα των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων από όλες τις έρευνες πεδίου που έχουν υλοποιηθεί σε ετήσια βάση για την Ελλάδα στο πλαίσιο του GEM, δηλαδή για 1895 συνολικά επιχειρηματίες για τη χρονική περίοδο 2003-2016. Μεθοδολογικά, εφαρμόσαμε οικονομετρικές παλινδρομήσεις με τη χρήση της τεχνικής probit προκειμένου να εντοπιστούν σε πρώτο στάδιο ανάλυσης οι κρίσιμοι σε μικρό επίπεδο παράγοντες που επηρεάζουν τον εξαγωγικό προσανατολισμό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, ενώ σε δεύτερο στάδιο ανάλυσης εξετάζεται εάν ο αντίκτυπος αυτών των κρίσιμων παραγόντων διαφοροποιείται μεταξύ επιχειρηματιών μεγαλύτερης και μέσης-νεαρής ηλικίας.

Το κεφάλαιο αυτό έχει την ακόλουθη δομή: Στη δεύτερη υποενότητα παρουσιάζεται το βασικό θεωρητικό υπόβαθρο και πραγματοποιείται μια σύντομη ανασκόπηση της εμπειρικής βιβλιογραφίας που εξετάζει την εξωστρέφεια των επιχειρήσεων. Στην τρίτη υποενότητα περιγράφονται τα δεδομένα και η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκαν, ενώ στη τέταρτη υποενότητα παρουσιάζονται τα εμπειρικά αποτελέσματα. Τέλος, η πέμπτη υποενότητα συνοψίζει τα αποτελέσματα του κεφαλαίου, διατυπώνοντας σύντομα και κάποιες ενδεικτικές προτάσεις πολιτικής για την ενίσχυση της εξωστρέφειας των νέων επιχειρήσεων.

4.2 ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Οι επιχειρήσεις με εξαγωγική δραστηριότητα έχουν προσελκύσει τις τελευταίες δεκαετίες το ενδιαφέρον ακαδημαϊκών και ερευνητών, όπως προκύπτει και από τις πρώτες εκτενείς μελέτες ανασκόπησης της σχετικής βιβλιογραφίας που υλοποιήθηκαν για τις εξωστρεφείς επιχειρήσεις (Aaby και Slater 1989, Miesenbock 1988). Ωστόσο, πιο πρόσφατες μελέτες τονίζουν ότι παρά το αυξανόμενο ερευνητικό ενδιαφέρον, υπάρχουν περιορισμοί που αφορούν στην ετερογένεια, αποσπασματικότητα καθώς και κάποιες φορές ασυμφωνία αποτελεσμάτων (Sousa κ.α. 2008, Moen 1999, Ζου και Stan 1998) που σε συνδυασμό με την απουσία συνεκτικών εννοιολογικών, θεωρητικών και μεθοδολογικών πλαισίων καθιστούν σχετικά δύσκολη την εξαγωγή και γενίκευση συμπερασμάτων αναφορικά με την μέτρηση της εξαγωγικής επίδοσης των επιχειρήσεων και τον εντοπισμό παραγόντων που την επηρεάζουν (Katsikeas κ.α. 2000).

Σχετικές μελέτες σε επίπεδο επιχείρησης χρησιμοποιούν ως θεωρητικό υπόβαθρο την θεωρία οργανωσιακών πόρων και ικανοτήτων (resource-based theory) και την συγκυριακή θεωρία (contingency theory). Σύμφωνα με την πρώτη θεωρητική προσέγγιση το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μιας επιχείρησης έγκειται στο μοναδικό σύνολο πόρων και ικανοτήτων που χρησιμοποιεί (Conner και Prahalad 1996). Στο πλαίσιο αυτό, οι διαφορετικές επιδόσεις μεταξύ των επιχειρήσεων μπορούν να εξηγηθούν στη βάση των ετερογενών πόρων και ικανοτήτων που αυτές διαθέτουν (Makadok 2001, Teece κ.α. 1997). Στην περίπτωση δραστηριοποίησης σε διεθνείς αγορές, η εξαγωγική επιχείρηση αξιοποιώντας συγκεκριμένους πόρους και ικανότητες που διαθέτει μπορεί να πετύχει πλεονέκτημα θέσης (positional advantage) στην εξαγωγική αγορά (Barney 1991, Grant 1991). Αυτό το πλεονέκτημα το διατηρεί, για όσο διάστημα οι ανταγωνιστές αδυνατούν να αποκτήσουν και να εκμεταλλευτούν ένα παρόμοιο ή υποκατάστατο μείγμα πόρων και ικανοτήτων (Diegickx και Cool 1989, Mahoney και Pandian 1992).

Η συγκυριακή θεωρία (contingency theory) έχει τις ρίζες της στο βασικό υπόδειγμα της βιομηχανικής οργάνωσης που αναφέρεται στο τρίπτυχο δομή-συμπεριφορά-επίδοση (structure-conduct-performance). Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία η επίδοση μιας επιχείρησης εξαρτάται από δύο κατηγορίες παραγόντων: α) τα δομικά χαρακτηριστικά των αγορών στις οποίες η επιχείρηση απευθύνεται και τα οποία προσδιορίζουν τον βαθμό ανταγωνισμού και β) τις στρατηγικές που η επιχείρηση εφαρμόζει προκειμένου να πετύχει και να διατηρήσει πλεονέκτημα θέσης (Morgan κ.α. 2003). Οι στρατηγικές εξαγωγικών επιχειρήσεων αναφέρονται στον σχεδιασμό τρόπων αξιοποίησης πόρων και ικανοτήτων που να υποστηρίζουν επιλογές αναφορικά με την απόκτηση και διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε διεθνείς αγορές-στόχους (π.χ. Aulakh κ.α. 2000). Η εν λόγω θεωρία δίνει έμφαση στους περιβαλλοντικούς παράγοντες που ενδέχεται να επηρεάζουν τις στρατηγικές και την επίδοση των επιχειρήσεων, υποστηρίζοντας ότι η επίδραση των χαρακτηριστικών των επιχειρήσεων και των επιχειρησιακών στρατηγικών στην εξαγωγική επίδοση εξαρτάται από ένα σύνολο μεταβλητών που αναφέρονται στο εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης (π.χ. Lado κ.α. 2004).

Από την άλλη πλευρά, η θεωρία οργανωσιακών πόρων και ικανοτήτων εστιάζει στους εσωτερικούς πόρους και ικανότητες που διαθέτει η επιχείρηση για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος (Zou και Stan 1998, Sousa κ.α. 2008). Στο πλαίσιο αυτό αρκετές μελέτες σε επίπεδο επιχείρησης παρέχουν εμπειρικές ενδείξεις πως οι ικανότητες και δεξιότητες που διαθέτουν οι ιδρυτές των επιχειρήσεων εμφανίζονται να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην επιχειρηματική εξωστρέφεια (Prasad κ.α. 2001, Piercy κ.α. 1997).

Ένας άλλος μηχανισμός που προσπαθεί να εξηγήσει την εξαγωγική δραστηριοποίηση των επιχειρήσεων και έχει εντοπιστεί από τη διεθνή βιβλιογραφία είναι η διαδικασία της αυτο-επιλογής (self-selection process). Σύμφωνα με αυτόν τον μηχανισμό, οι εξωστρεφείς

επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από υψηλότερη παραγωγικότητα σε σχέση με τις επιχειρήσεις που δεν εξάγουν, ως αποτέλεσμα μιας διαδικασίας αυτό-επιλογής (Bernard και Jensen 2004, Melitz 2003). Συγκεκριμένα το επιχείρημα της αυτό-επιλογής υποστηρίζει ότι οι επιχειρήσεις που χαρακτηρίζονται από υψηλότερη παραγωγικότητα στις εγχώριες αγορές είναι εκείνες που ξεχωρίζουν και κατορθώνουν να διεισδύσουν σε ξένες αγορές (Bernard και Jensen 1999; Roberts και Tybout 1997). Στο πλαίσιο αυτό ένα πλήθος εμπειρικών μελετών επιβεβαιώνουν ότι οι επιχειρήσεις που εκ των προτέρων (*ex ante*) χαρακτηρίζονται ως περισσότερο αποτελεσματικές, είναι εκείνες που γίνονται μετά εξωστρεφείς με επιτυχία, διότι τα επίπεδα παραγωγικότητάς τους είναι τόσο υψηλά που είναι αρκετά για να καλύψουν το όποιο μη ανακτήσιμο κόστος (*sunk cost*) είναι απαραίτητο να βυθιστούν για τη δραστηριοποίησή τους σε μια ξένη αγορά (Hallak και Sivadasan 2013; Melitz 2003).

Στη διεθνή βιβλιογραφία μια βασική μεταβλητή που συνδέεται με την επιχειρηματική εξωστρέφεια είναι η ηλικία της επιχείρησης, καθώς σηματοδοτεί τη χρονική διάρκεια που αυτή η επιχείρηση δραστηριοποιείται σε μία ξένη αγορά, καθώς και την εμπειρία και τη γνώση που έχει συσσωρεύσει. Συγκεκριμένα, οι νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις σε μια αγορά εκτός των συνόρων τους θεωρούνται περισσότερο ευάλωτες και χρειάζονται χρόνο «μαθαίνοντας» από την παρουσία τους σε αυτήν την αγορά, βελτιώνοντας έτσι σταδιακά τη διοικητική τους λειτουργία και τις μεθόδους παραγωγής τους. Η εμπειρία που διαθέτει η επιχείρηση όσον αφορά στην δραστηριοποίησή της σε διεθνείς αγορές (διεθνής εμπειρία) είναι ένας παράγοντας που σε επίπεδο επιχείρησης έχει διερευνηθεί σε αρκετές μελέτες, αν και αντικρουόμενα αποτελέσματα: ορισμένες υποδεικνύουν θετική συσχέτιση με την εξαγωγική επίδοση (π.χ. Dean κ.α. 2000, Lado κ.α. 2004) και άλλες αρνητική (Baldauf κ.α. 2000, Brouthers και Nakos 2004). Οι Zahra κ.α. (1997) επιβεβαιώνουν την ύπαρξη θετικής σχέσης μεταξύ ηλικίας και εξωστρέφειας των επιχειρήσεων, όπως επίσης και ο Calof (1994) στη μελέτη που πραγματοποίησε. Στην ίδια κατεύθυνση, οι Zahra και George (2002) υποστηρίζουν ότι οι επιχειρήσεις μεγαλύτερης ηλικίας τείνουν να παρουσιάζουν καλύτερες εξαγωγικές επιδόσεις.

Επιπρόσθετα, ο ρόλος των αντιλαμβανόμενων ευκαιριών έχει αναγνωρισθεί ως ένα σημαντικό μέρος της επιχειρηματικής διαδικασίας (π.χ. Bhave 1994, Shane και Venkataraman 2000). Η αντίληψη των επιχειρηματικών ευκαιριών αναφέρεται στον εντοπισμό επιχειρηματικών ευκαιριών για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων και συνήθως συνδέεται με την επιχειρηματική εγρήγορση (Ardichvili κ.α. 2003; Kirzner 1973). Ένας επιχειρηματίας βρίσκεται σε κατάσταση επιχειρηματικής εγρήγορσης, όταν είναι ευαίσθητος σε αλλαγές πολιτικού, οικονομικού, κοινωνικού ή τεχνολογικού χαρακτήρα στο επιχειρηματικό περιβάλλον, σε μεταβολές δηλαδή που μπορεί να σηματοδοτήσουν την ύπαρξη σημαντικών κενών και αναγκών στην αγορά. Σε αυτό το πλαίσιο, πολλές μελέτες τονίζουν τη σημασία της αναγνώρισης και αξιοποίησης ευκαιριών σε διεθνείς συναλλαγές μέσα από τη διαδικασία

διεθνοποίησης νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων (Di Gregorio κ.α. 2008; Mathews και Zander 2007). Οι McDougall κ.α. (1994) και οι Oviatt και McDougall (2005) παρέχουν ένα θεωρητικό υπόβαθρο, σύμφωνα με το οποίο οι νέες επιχειρήσεις με διεθνή προσανατολισμό διαθέτουν την ικανότητα να εντοπίζουν ευκαιρίες στο εξωτερικό, είναι σε ετοιμότητα να συνδυάσουν πόρους σε διαφορετικές διεθνείς αγορές και μπορούν επίσης να αξιοποιούν σε διεθνές επίπεδο ικανότητες που σχετίζονται με την απορρόφηση γνώσης και τη δικτύωσή τους.

Επιπλέον, η μελέτη των Hessels και Van Stel (2011) παρέχει εμπειρικές ενδείξεις πως οι νέες επιχειρήσεις με εξωστρεφή χαρακτήρα κατά τη διαδικασία διεθνοποίησής τους τείνουν να αναπτύσσουν εξειδικευμένο ανθρώπινο κεφάλαιο και καινοτόμες δεξιότητες. Η εξαγωγική δραστηριότητα αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο για τις μικρές και τις νέες επιχειρήσεις, το οποίο τους επιτρέπει να έχουν τη δυνατότητα να δημιουργήσουν αξία, να αναπτυχθούν και να έχουν πρόσβαση σε νέα γνώση και τεχνολογίες (Zahra 2005, Yeoh 2004). Ως εκ τούτου, η σημασία των νέων επιχειρήσεων με εξαγωγική δραστηριότητα μπορεί να αποδοθεί σε μεγάλο βαθμό στον καταλυτικό ρόλο που μπορούν αυτές να διαδραματίσουν στη διάχυση νέας γνώσης και την απορρόφηση τεχνολογίας, που με τη σειρά τους αναμένεται να έχουν συμβολή στην εισαγωγή νέων καινοτόμων λύσεων, στη βελτίωση της παραγωγικότητας και επομένως στην οικονομική ανάπτυξη.

Τέλος, σε αναλύσεις που έχουν γίνει σε επίπεδο χωρών χρησιμοποιώντας τα στοιχεία του GEM, έχει βρεθεί ότι η εξωστρεφής επιχειρηματικότητα μέσω των μηχανισμών διάχυσης γνώσης λειτουργεί ως κινητήριος μοχλός για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων εντός των χωρών προέλευσης και προορισμού (DeClercq κ.α. 2008) και συμβάλει περισσότερο στην οικονομική ανάπτυξη σε σχέση με την επιχειρηματική δραστηριότητα που στοχεύει αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά (Hessels και Van Stel 2011). Ο βαθμός διεθνοποίησης της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων έχει βρεθεί με τα δεδομένα του GEM για τις ευρωπαϊκές χώρες πως είναι πιθανότερο να διαμορφώνεται από παράγοντες σε επίπεδο ατόμων που αφορούν π.χ. στις αντιλαμβανόμενες ευκαιρίες και το φύλο (π.χ. Giotopoulos κ.α. 2017). Συνεπώς φαίνεται ότι το ζήτημα αυτό έχει συγκεντρώσει ισχυρό ακαδημαϊκό ενδιαφέρον διεθνώς, και άρα είναι ένα πεδίο όπου η εξέταση των ελληνικών δεδομένων σε επίπεδο επιχειρηματικών εγχειρημάτων μπορεί να συνεισφέρει στην κατανόηση των ιδιαιτεροτήτων του εθνικού παραγωγικού συστήματος.

4.3 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Η παρούσα εμπειρική ανάλυση έχει ως σκοπό να διερευνηθούν **οι παράγοντες που επηρεάζουν την πιθανότητα τα νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα που εμφανίζονται κάθε χρόνο στην Ελλάδα, να έχουν και εξαγωγικό προσανατολισμό**. Τα εμπειρικά ευρήματα και τελικά συμπεράσματα της έρευνας έχουν ως απώτερο στόχο τη διατύπωση προτάσεων πολιτικής σχετικά με την ενίσχυση της επιχειρηματικής εξωστρέφειας στην ελληνική οικονομία και της βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας του εθνικού επιχειρηματικού συστήματος. Για τους σκοπούς αυτούς η εμπειρική ανάλυση επικεντρώνεται στους επιχειρηματίες αρχικών-σταδίων αξιοποιώντας τα διαθέσιμα δεδομένα του GEM για την Ελλάδα για τη χρονική περίοδο 2003-2016. Επομένως, στην εμπειρική αυτή ανάλυση αξιοποιούνται δεδομένα σε επίπεδο ατόμων από 14 ετήσιες έρευνες πεδίου, κάτι που μεταφράζεται σε συνολικά 1895 επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, κατά τη στιγμή της έρευνας.

Οι μεταβλητές που ενσωματώνονται στο οικονομετρικό υπόδειγμα για τις εκτιμήσεις της παρούσας εμπειρικής ανάλυσης έχουν επιλεγθεί με βάση τη διαθεσιμότητα των δεδομένων και τα ερευνητικά ερωτήματα που εξετάζονται, σε συνδυασμό με το θεωρητικό και εμπειρικό υπόβαθρο που έχει αναπτυχθεί από τη διεθνή βιβλιογραφία για τη διερεύνηση παραγόντων που επηρεάζουν την εξωστρέφεια και τη διεθνοποίηση των επιχειρήσεων. Γενικά, οι εξεταζόμενοι προσδιοριστικοί παράγοντες μπορούν να διακριθούν σε τρεις βασικές κατηγορίες:

- α) σε δημογραφικούς,
- β) σε παράγοντες που συνδέονται με τις προσωπικές αντιλήψεις των επιχειρηματιών,
- γ) και σε αυτούς που αφορούν τις τεχνολογικές ικανότητες των επιχειρηματιών.

Ως εξαρτημένη μεταβλητή στη συγκεκριμένη ανάλυση χρησιμοποιούμε τον εξαγωγικό προσανατολισμό των επιχειρηματικών εγχειρημάτων, όπως περιγράφεται αναλυτικά στη συνέχεια, καθώς αποτελεί ένα από τα βασικά ποιοτικά χαρακτηριστικά τους. Η μεταβλητή που κατασκευάσαμε για τους σκοπούς αυτής της ανάλυσης είναι διχοτομική, καθώς λαμβάνει την τιμή 1, εάν ο επιχειρηματίας δηλώνει πως έχει πελάτες που διαμένουν στο εξωτερικό και τη τιμή 0 εάν δηλώνει πως δραστηριοποιείται αποκλειστικά μόνο στην εγχώρια αγορά. Στον Πίνακα 4.1 που ακολουθεί παρουσιάζεται η κατανομή της εξαρτημένης μεταβλητής για την εξωστρέφει ή μη δραστηριότητα των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων σε ετήσια βάση σε όλη την εξεταζόμενη περίοδο.

Πίνακας 4.1: Συχνότητα κατανομής εγχειρημάτων με εξαγωγικό προσανατολισμό

Έτος	Κανένας πελάτης δεν διαμένει στο εξωτερικό (τιμή 0)		Κάποιοι ή πολλοί πελάτες διαμένουν στο εξωτερικό (τιμή = 1)	
	Αριθμός εγχειρημάτων	%	Αριθμός εγχειρημάτων	%
2003	65	52,00%	60	48,00%
2004	59	46,09%	69	53,91%
2005	60	44,12%	76	55,88%
2006	56	37,58%	93	62,42%
2007	73	67,59%	35	32,41%
2008	61	32,11%	129	67,89%
2009	52	34,67%	98	65,33%
2010	53	48,62%	56	51,38%
2011	65	40,88%	94	59,12%
2012	58	45,31%	70	54,69%
2013	44	42,31%	60	57,69%
2014	64	41,29%	91	58,71%
2015	47	34,06%	91	65,94%
2016	35	30,17%	81	69,83%
Συνολική Περίοδος	792	41,79%	1103	58,21%

Ως ανεξάρτητες μεταβλητές στο οικονομετρικό μας υπόδειγμα περιλαμβάνονται το μορφωτικό επίπεδο του επιχειρηματία, το φύλο, η αντίληψη για ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών, οι ικανότητες και δεξιότητες, οι γνωριμίες με άλλους επιχειρηματίες, ο φόβος αποτυχίας, ο βαθμός καινοτομίας και η χρήση νέων τεχνολογιών. Μία αναλυτική περιγραφή όλων των ανεξάρτητων μεταβλητών παρατίθεται στον Πίνακα 4.2 που ακολουθεί.

Πίνακας 4.2: Περιγραφή ανεξάρτητων μεταβλητών

Φύλο	Ο ερωτώμενος δηλώνει το φύλο. Ψευδομεταβλητή (0– γυναίκα, 1– άνδρας).
Μορφωτικό επίπεδο	Ο ερωτώμενος δηλώνει την υψηλότερη βαθμίδα εκπαίδευσης που έχει παρακολουθήσει/ολοκληρώσει. Κατηγορική μεταβλητή με 5 κλίμακες καθώς λαμβάνει τιμές από 0 έως και 4 (0 – καμία εκπαίδευση, 1 – μερική δευτεροβάθμια εκπαίδευση, 2 – δευτεροβάθμια εκπαίδευση, 3 – τριτοβάθμια εκπαίδευση, 4 – μεταπτυχιακό ή διδακτορικό).
Καλές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο	Ο ερωτώμενος δηλώνει εάν θεωρεί πως υπάρχουν καλές ευκαιρίες για να ξεκινήσει κάποιος μία επιχειρηματική προσπάθεια εντός του επόμενου εξαμήνου. Ψευδομεταβλητή (1-ναι, 0-όχι)
Εξοικείωση με επιχειρηματικά μοντέλα	Ο ερωτώμενος δηλώνει εάν γνωρίζει από τον κοινωνικό του κύκλο άλλα άτομα που έχουν εμπλακεί σε επιχειρηματικές προσπάθειες. Ψευδομεταβλητή (1-ναι, 0-όχι)
Δεξιότητες	Ο ερωτώμενος δηλώνει εάν πιστεύει πως έχει τις δεξιότητες και τις ικανότητες να ξεκινήσει μια επιχειρηματική προσπάθεια. Ψευδομεταβλητή (1-ναι, 0-όχι)

Φόβος αποτυχίας	Ο ερωτώμενος δηλώνει εάν ο φόβος αποτυχίας θα τον εμπόδιζε να ξεκινήσει μια επιχειρηματική δραστηριότητα. Ψευδομεταβλητή (1-ναι, 0-όχι)
Καινοτομία	Ο ερωτώμενος δηλώνει πόσοι πελάτες θεωρούν πως το προϊόν/υπηρεσία που παρέχει είναι νέο και μη-συνηθισμένο. Κατηγορική μεταβλητή (1-κανένας πελάτης, 2-μερικοί πελάτες, 3-όλοι οι πελάτες.
Χρήση νέων τεχνολογιών	Ο ερωτώμενος δηλώνει εάν οι τεχνολογίες που χρησιμοποιεί είναι πρόσφατες. Κατηγορική μεταβλητή (1-καμία χρήση νέας τεχνολογίας κάτω των 5 ετών, 2-χρήση νέων τεχνολογιών μεταξύ 1-5 ετών, 3-χρήση των πιο πρόσφατων διαθέσιμων τεχνολογιών κάτω του 1 έτους).

Επίσης, στον Πίνακα 4.3 που ακολουθεί παρέχουμε μία μήτρα συσχέτισης (correlation matrix), που δείχνει πως απουσιάζει οποιαδήποτε σημαντική συσχέτιση μεταξύ των ανεξάρτητων μεταβλητών. Κατά συνέπεια διασφαλίζεται πως οι οικονομετρικές εκτιμήσεις δεν χαρακτηρίζονται από τυχόν μεροληψίες που θα μπορούσαν να προκύψουν λόγω προβλημάτων πολυσυγγραμμικότητας.

Πίνακας 4.3: Μήτρα συσχέτισης

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Μορφωτικό επίπεδο (1)	1,000	-	-	-	-	-	-	
Φύλο (2)	-0,041	1,000	-	-	-	-	-	
Εξοικείωση με επιχειρηματικά μοντέλα (3)	0,113	0,014	1,000	-	-	-	-	
Καλές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο (4)	0,077	-0,033	0,067	1,000	-	-	-	
Δεξιότητες (5)	0,075	0,049	0,109	0,082	1,000	-	-	
Φόβος αποτυχίας (6)	-0,064	-0,089	-0,030	-0,192	-0,184	1,000	-	
Καινοτομία (7)	0,072	-0,048	0,044	0,121	0,056	-0,074	1,000	
Χρήση νέων τεχνολογιών (8)	0,076	-0,015	-0,001	0,088	-0,010	-0,001	0,127	1,000

Μεθοδολογικά εφαρμόστηκαν οικονομετρικές εκτιμήσεις με τη τεχνική probit προκειμένου να εντοπιστούν σε πρώτο στάδιο ανάλυσης οι κρίσιμοι σε μικροοικονομικό επίπεδο παράγοντες που επηρεάζουν τον εξαγωγικό προσανατολισμό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων. Και σε δεύτερο στάδιο ανάλυσης χρησιμοποιώντας ξανά οικονομετρικές παλινδρομήσεις με τη μεθοδολογία probit, εξετάζεται εάν η επίδραση των κρίσιμων παραγόντων που εντοπίστηκαν από το πρώτο στάδιο ανάλυσης διαφοροποιείται ανάλογα με την ηλικία των επιχειρηματιών.

Βάσει των παραπάνω, η οικονομετρική ανάλυση του πρώτου σταδίου μπορεί να αποτυπωθεί με την εξίσωση 1:

$$Exp_{i,t} = \beta_1 Educ_{i,t} + \beta_2 Gend_{i,t} + \beta_3 Knowent_{i,t} + \beta_4 OppPerç_{i,t} + \beta_5 Skills_{i,t} + \beta_6 Fear_{i,t} + \beta_7 Inno_{i,t} + \beta_8 Tech_{i,t} + u_{i,t}$$

(εξ. 1)

Στην εξίσωση αυτή η εξαρτημένη μεταβλητή, $Exp_{i,t}$ αντιπροσωπεύει την εξαγωγική δραστηριότητα όπως δηλώνεται από τον επιχειρηματία i , το έτος t . Οι ερμηνευτικές μεταβλητές που αναφέρονται στο εκπαιδευτικό επίπεδο, στο φύλο, στην εξοικείωση με άλλους επιχειρηματίες, τις αντιλαμβανόμενες ευκαιρίες, τις δεξιότητες, το φόβο αποτυχίας, το βαθμό καινοτομίας και τη χρήση νέων τεχνολογιών από τον επιχειρηματία i , το έτος t αντιπροσωπεύονται από τους υπόλοιπους όρους, δηλαδή: $Educ_{i,t}, Gend_{i,t}, Knowent_{i,t}, OppPerc_{i,t}, Skills_{i,t}, Fear_{i,t}, Inno_{i,t}, Tech_{i,t}$ αντίστοιχα. Το $u_{i,t}$ αποτελεί έναν τυχαίο όρο σφάλματος που υποθέτουμε πως ακολουθεί τη κανονική κατανομή. Οι παράμετροι β απεικονίζουν τους υπό εκτίμηση συντελεστές.

Δεδομένου πως η εξαρτημένη μας μεταβλητή ($Exp_{i,t}$) είναι διχοτομική, εφαρμόζουμε μεθοδολογία probit ώστε να εκτιμήσουμε τις επιδράσεις των ανεξάρτητων μεταβλητών στην πιθανότητα οι επιχειρηματίες να έχουν εξωστρεφή προσανατολισμό, δηλαδή:

$$Exp_{i,t} = y = \begin{cases} 1, & \text{εάν ο επιχειρηματίας εξάγει} \\ 0, & \text{εάν ο επιχειρηματίας δεν εξάγει} \end{cases}$$

Στις περιπτώσεις των διχοτομικών ανεξάρτητων μεταβλητών η ανάλυση αφορά πρωτίστως στην πιθανότητα:

$$p(x) = P(y = 1|x)$$

όπου x υποδηλώνει το διάνυσμα των ερμηνευτικών μεταβλητών. Άρα εστιάζουμε στη διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν την πιθανότητα για τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων να έχουν εξαγωγική δραστηριότητα. Μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε τη συνάρτηση F για να παρουσιάσουμε το υπόδειγμά μας ως εξής:

$$P(y = 1|x) = F(x\beta + u) \quad (\text{εξ. 2})$$

Με την υπόθεση ότι $0 < F(z) < 1$, για όλες τις πραγματικές τιμές z .

Η εξίσωση 2 αποτελεί μία γενική μορφή που μπορεί να υποστηρίξει ένα οικονομετρικό υπόδειγμα τύπου probit που χρησιμοποιείται προκειμένου να εκτιμηθεί η εξίσωση (1). Ένα μοντέλο probit χρησιμοποιεί τη τυπική κανονική κατανομή για την εξειδίκευση της F . Το μοντέλο αυτό εκτιμάται χρησιμοποιώντας τη μέθοδο εκτίμησης μέγιστης πιθανοφάνειας (maximum likelihood). Σε μη-γραμμικά μοντέλα όπως το probit οι εκτιμημένοι συντελεστές δεν ερμηνεύονται με τον ίδιο τρόπο όπως στην περίπτωση των γραμμικών μοντέλων παλινδρόμησης. Οι εκτιμητές στο μοντέλο probit μας δίνουν πληροφόρηση για τη στατιστική σημαντικότητα της κάθε μεταβλητής, αλλά όχι για το μέγεθος της σχετικής επίδρασης. Ως εκ τούτου, για συγκριτικούς και ερμηνευτικούς λόγους πραγματοποιούμε εκτιμήσεις για τις οριακές επιδράσεις (marginal effects) στο υπό εξέταση μοντέλο προκειμένου να προκύψουν ελαστικότητες. Ακολουθώντας άλλες εμπειρικές πρακτικές για να υπολογίσουμε την οριακή

επίδραση μιας ανεξάρτητης μεταβλητής στην πιθανότητα $P(y = 1|x)$ ορίζουμε όλες τις υπόλοιπες μεταβλητές στους μέσους όρους τους.

4.4 ΕΜΠΕΙΡΙΚΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ

Τα ευρήματα των οικονομετρικών εκτιμήσεων από το πρώτο στάδιο ανάλυσης παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.4. Το τελικό υπόδειγμα έχει δομηθεί σταδιακά βάσει των κύριων κατηγοριών παραγόντων που εξετάζονται στην ανάλυσή μας. Συγκεκριμένα, στο μοντέλο 1 παρουσιάζονται οι εκτιμήσεις για τους δημογραφικούς παράγοντες μόνο (μορφωτικό επίπεδο και φύλο). Στο μοντέλο 2 περιλαμβάνονται και οι δημογραφικοί παράγοντες, αλλά και οι προσωπικές αντιλήψεις των επιχειρηματιών (εξοικείωση με επιχειρηματικά μοντέλα, ικανότητες, φόβος αποτυχίας, αντιλαμβανόμενες ευκαιρίες). Στο μοντέλο 3 περιλαμβάνονται τόσο δημογραφικοί παράγοντες και επιχειρηματικές αντιλήψεις όσο και τεχνολογικές ικανότητες (βαθμός καινοτομίας και χρήσης νέων τεχνολογιών). Στόχος αυτής της σταδιακής δόμησης του υποδείματός μας είναι να εντοπίσουμε εάν κάποιοι παράγοντες σταματούν ή συνεχίζουν να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο όταν λαμβάνονται υπόψη επιπρόσθετοι παράγοντες. Επομένως, σε αυτό το πρώτο στάδιο ανάλυσης εντοπίζονται οι κρίσιμοι παράγοντες που επηρεάζουν τον εξαγωγικό προσανατολισμό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων.

Πίνακας 4.4: Προσδιοριστικοί παράγοντες της εξωστρέφειας των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (πρώτο στάδιο ανάλυσης)

	Μοντέλο 1	Μοντέλο 2	Μοντέλο 3
Μορφωτικό επίπεδο	0.0333*** (0.0126)	0.0228* (0.0137)	0.0047 (0.0150)
Φύλο	0.0014 (0.0239)	-0.0136 (0.0258)	-0.0085 (0.0280)
Εξοικείωση με επιχειρηματικά μοντέλα	-	0.0440* (0.0248)	0.0526** (0.0273)
Καλές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο	-	-0.0357 (0.0270)	-0.0430 (0.0301)
Δεξιότητες	-	0.0785** (0.0337)	0.0442 (0.0375)
Φόβος αποτυχίας	-	0.0642*** (0.0253)	0.0531* (0.0278)
Καινοτομία	-	-	0.0538*** (0.0185)
Χρήση νέων τεχνολογιών	-	-	0.0278* (0.0171)
Log πιθανότητα	-1261.27	-1091.34	-874.42
LR στατιστικός έλεγχος (χ^2)	6.88**	20.30***	22.81***
Αριθμός παρατηρήσεων	1862	1618	1312

Σημείωση: Ο πίνακας παρουσιάζει τα marginal effects (at means) που προέκυψαν από τις probit παλινδρομήσεις. *Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο 10%. **Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο 5%. ***Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο 1%. Τα τυπικά σφάλματα παρουσιάζονται στις παρενθέσεις.

Παρατηρώντας τα αποτελέσματα που λάβαμε από τις οικονομετρικές εκτιμήσεις για τις ανεξάρτητες μεταβλητές που μετρούν δημογραφικούς παράγοντες φαίνεται πως **το μορφωτικό επίπεδο** στα υποδείγματα 1 και 2 του Πίνακα 4.4 επηρεάζει **με θετικό και στατιστικά σημαντικό τρόπο την πιθανότητα ένας επιχειρηματίας να ασκεί εξαγωγική δραστηριότητα**. Το θετικό αυτό πρόσημο βρίσκεται σε συμφωνία με τα εμπειρικά ευρήματα της βιβλιογραφίας που επιβεβαιώνουν την ύπαρξη θετικής σχέσης μεταξύ του εκπαιδευτικού επιπέδου των ιδρυτών των επιχειρήσεων και του εξαγωγικού προσανατολισμού αυτών των επιχειρηματικών εγχειρημάτων (Manolova κ.α. 2002, Moïni 1995). Ωστόσο, στο μοντέλο 3 όταν περιλαμβάνονται στις εκτιμήσεις και οι τεχνολογικοί παράγοντες η επίδραση αυτή αποδυναμώνεται σημαντικά.

Αναφορικά με τις αντιλήψεις για τις **ικανότητες του επιχειρηματία**, στο μοντέλο 2 φαίνεται πως η μεταβλητή αυτή επηρεάζει **θετικά και σημαντικά** στη διευκόλυνση της εξωστρέφειας των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων. Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία η πεποίθηση των επιχειρηματιών πως έχουν τις γνώσεις, δεξιότητες και επιχειρηματικές ικανότητες είναι κομβικής σημασίας για την εμπλοκή τους σε επιχειρηματική δραστηριοποίηση γενικότερα (Arenius και Minniti 2005, Baum και Locke 2004, Baum κ.α. 2001, Kristiansen και Indarti 2004, Boyd και Vozikis 1994), αλλά και στη δραστηριοποίησή τους σε ξένες αγορές ειδικότερα. Και τούτο διότι η αυτοπεποίθηση αυτή των επιχειρηματιών για τις ικανότητές τους μπορεί να φανεί ιδιαίτερα χρήσιμη για την αναγνώριση και αξιοποίηση επιχειρηματικών ευκαιριών, και τη δημιουργία οικονομικής αξίας στις ξένες αγορές (Zahra κ.α. 2005). Ωστόσο, και σε αυτή την περίπτωση, όταν στο οικονομετρικό υπόδειγμα υπεισέρχονται και οι τεχνολογικοί παράγοντες (μοντέλο 3) η μεταβλητή αυτή παύει να είναι στατιστικά σημαντική.

Σε ό,τι αφορά την προσωπική επαφή των επιχειρηματιών με άλλους επιχειρηματίες από τον κοινωνικό τους περίγυρο και επομένως την εξοικείωσή τους με επιχειρηματικά μοντέλα, οι οικονομετρικές παλινδρομήσεις στα μοντέλα 2 και 3 φανερώνουν πως ο συγκεκριμένος παράγοντας αυξάνει σημαντικά την πιθανότητα για την ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών με εξαγωγικό προσανατολισμό. Η σχετική βιβλιογραφία επισημαίνει τον ρόλο των κοινωνικών επαφών, των αλληλεπιδράσεων και των δικτύων για την διάχυση των πληροφοριών και την ανταλλαγή γνώσεων μεταξύ των επιχειρήσεων (Lane και Lubatkin 1998, Gambetta 1988). Οι Styles και Ambler (2000) ισχυρίζονται ότι η προοδευτική εξέλιξη της απόκτησης πληροφοριών, της μάθησης και της γνώσης αποτελεί ουσιαστικά ένα κοινωνικό φαινόμενο, τουλάχιστον στα αρχικά στάδια επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Οι κοινωνικές επαφές είναι επίσης σημαντικές για τις διασυννοριακές δραστηριότητες που επιτρέπουν στους διεθνοποιημένους επιχειρηματίες να ξεπεράσουν τα προβλήματα μάρκετινγκ από την δραστηριότητά τους εκτός των συνόρων (Ghauri κ.α. 2003), εκτελώντας

ταυτόχρονα πολλαπλές λειτουργίες στη διεργασία διεθνοποίησης (Harris και Wheeler 2005). Οι ισχυρές διαπροσωπικές σχέσεις και οι επαφές με άλλους επιχειρηματίες μπορούν να κατευθύνουν τη στρατηγική εξωστρέφειας, να βοηθήσουν στην ανάπτυξη γνώσεων, οραμάτων και σχεδίων για τη διεθνοποίηση των νέων επιχειρήσεων ή ακόμη και να παρέχουν τους μηχανισμούς με τους οποίους μπορούν να υλοποιηθούν αυτά τα σχέδια. Ως εκ τούτου, οι κοινωνικές επαφές μπορούν να θεωρηθούν ως βασικό πλεονέκτημα μιας επιχείρησης όταν προσπαθούν να δημιουργήσουν μια νέα διεθνοποιημένη επιχείρηση.

Επιπλέον, η επίδραση του **φόβου της αποτυχίας** στην πιθανότητα εμπλοκής σε εξαγωγική επιχειρηματική δραστηριότητα διαπιστώνεται, στα μοντέλα 2 και 3 που εξετάζεται, ότι είναι **σημαντική και θετική**. Συγκεκριμένα, η θετική αυτή οριακή επίδραση υποδηλώνει ότι οι επιχειρηματίες που διακατέχονται από υψηλό φόβο αποτυχίας ταυτόχρονα είναι και αυτοί που είναι πιο πιθανό να εξάγουν. Η πρόσφατη έρευνα των Cacciotti και Hayton (2014) υποστηρίζει πως ο φόβος της αποτυχίας μπορεί να είναι το αποτέλεσμα μιας αντίδρασης σε ένα απειλητικό περιβάλλον. Αυτό μπορεί να ισχύει και στην περίπτωση της ελληνικής οικονομίας, όπου ο φόβος αποτυχίας φαίνεται να συνδέεται στενά με τον αυξημένο επιχειρηματικό κίνδυνο, τη σημαντική πτώση της εγχώριας ζήτησης και την απότομη μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος, στρέφοντας έτσι τις επιχειρηματικές πρωτοβουλίες προς αναζήτηση ευκαιριών σε ξένες αγορές.

Αναφορικά με τον αντίκτυπο της επιχειρηματικής καινοτομίας και της χρήσης νέων τεχνολογιών στην εξωστρεφή επιχειρηματικότητα, τα αποτελέσματα υποδεικνύουν ότι η πιθανότητα για τους επιχειρηματίες στην Ελλάδα να ασκούν **εξαγωγική δραστηριότητα επηρεάζεται με στατιστικά σημαντικό και θετικό τρόπο από τις τεχνολογικές τους ικανότητες**. Αυτό σημαίνει πως η εξωστρέφεια των επιχειρηματιών στις διασυνοριακές αγορές τείνει να προέρχεται από καινοτόμες επιχειρησιακές προσπάθειες, και έτσι επιβεβαιώνονται οι μελέτες της σχετικής βιβλιογραφίας που παρέχουν αντίστοιχα αποτελέσματα (π.χ. Oviatt και McDougall 1994, Sterlacchini 1999, Autio κ.α. 2000; Guan και Ma 2003, Knight και Cavusgil 2004) σύμφωνα με τα οποία οι νέες επιχειρήσεις που κατορθώνουν να διεισδύσουν και να δραστηριοποιηθούν σε διασυνοριακές αγορές αξιοποιούν και αναπτύσσουν καινοτομικότητα, γνώση και εσωτερικές ικανότητες, παρά την έλλειψη χρηματοδότησης και υλικών πόρων. Οι νέες επιχειρήσεις που είναι σε θέση να εξάγουν τείνουν να είναι καινοτόμες, να είναι ευέλικτες ως προς τη χρήση των νεότερων διαθέσιμων τεχνολογιών και διαθέτουν μοναδικούς άυλους πόρους γνώσης όπως είναι για παράδειγμα η διοικητική εμπειρία στις παγκόσμιες αγορές, οι τεχνολογικές γνώσεις και οι γνώσεις που συνδέονται με την αγορά. Οι ικανότητες που σχετίζονται με την αξιοποίηση των υφιστάμενων γνώσεων και την απόκτηση νέων γνώσεων επιτρέπουν σε νέες επιχειρήσεις να δημιουργήσουν ικανοποιητική οικονομική αξία ώστε να δραστηριοποιηθούν με επιτυχία στο εξωτερικό (Bloodgood κ.α. 1996, Oviatt και McDougall 1994).

Συνοψίζοντας τα αποτελέσματα από το πρώτο στάδιο ανάλυσης, οι κρίσιμοι παράγοντες που εντοπίστηκαν να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο σε όλα τα εξεταζόμενα υποδείγματα είναι: α) η εξοικείωση των ατόμων με επιχειρηματικά μοντέλα, β) ο φόβος αποτυχίας και γ) η καινοτομία και η χρήση νέων τεχνολογιών. Από την άλλη πλευρά, το μορφωτικό επίπεδο και οι αντιλαμβανόμενες επιχειρηματικές ικανότητες παίζουν σημαντικό ρόλο όταν στο υπόδειγμα δεν λαμβάνονται υπόψη οι τεχνολογικές ικανότητες. Στον αντίποδα, **το φύλο και οι αντιλαμβανόμενες ευκαιρίες εντός του επόμενου εξαμήνου δεν βρέθηκαν να έχουν στατιστικά σημαντική επίδραση πάνω στον εξαγωγικό προσανατολισμό** των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων σε κανένα από τα υπό εξέταση μοντέλα.

Ο Πίνακας 5 παρουσιάζει τα αποτελέσματα που προέκυψαν από το δεύτερο στάδιο ανάλυσης όπου εξετάζεται εάν ο αντίκτυπος των κρίσιμων (στατιστικά σημαντικών) παραγόντων που εντοπίστηκαν από το πρώτο στάδιο ανάλυσης διαφοροποιείται μεταξύ επιχειρηματιών μεγαλύτερης και μέσης-νεότερης ηλικίας. Μεθοδολογικά, η διερεύνηση της συνδυαστικής αυτής επίδρασης είναι εφικτή οικονομικά μέσω της χρήσης όρων αλληλεπιδράσεων (interaction terms) δηλαδή με τη χρήση μεταβλητών που συνιστούν γινόμενα. Συγκεκριμένα, πολλαπλασιάζουμε με κάθε κρίσιμο παράγοντα τη διχοτομική μεταβλητή που υποδηλώνει την μεγαλύτερη ηλικία του επιχειρηματία, όπου η τελευταία λαμβάνει τη τιμή 1 εάν οι επιχειρηματίες είναι μεγαλύτερης ηλικίας (για την ανάλυσή μας τα άτομα 50-64 ετών) και τη τιμή 0 εάν όχι. Αντίστοιχα θα έχουμε γινόμενα μεταξύ του κάθε κρίσιμου παράγοντα και της αντίστροφης μεταβλητής που παρουσιάστηκε προηγουμένως δηλαδή της διχοτομικής μεταβλητής που υποδηλώνει την νεότερη ή μέση ηλικία του επιχειρηματία και λαμβάνει τη τιμή 1 εάν οι επιχειρηματίες είναι μέσης-νεότερης ηλικίας (δηλαδή 18-49 ετών) και τη τιμή 0 εάν όχι. Και αυτός ο πίνακας όπως και ο προηγούμενος παραθέτει τις οριακές επιδράσεις (marginal effects) των ερμηνευτικών μεταβλητών στην πιθανότητα η εξαρτημένη μεταβλητή της εξαγωγικής δραστηριότητας να λάβει τη τιμή 1, ή με άλλα λόγια στην πιθανότητα κάποιος επιχειρηματίας αρχικών σταδίων να μην δραστηριοποιείται αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά. Επομένως σε δεύτερο στάδιο ανάλυσης εκτιμήσαμε την ακόλουθη εξίσωση και τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.5:

$$Exp_{i,t} = \beta_1 \kappa_{i,t} * SeniorEntr_{i,t} + \beta_2 \kappa_{i,t} * YouthEntr_{i,t} + \beta_3 \Omega_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (\text{εξ. 3})$$

Η μεταβλητή *SeniorEntr* απεικονίζει την επιχειρηματικότητα μεγαλύτερης ηλικίας μέσω μιας διχοτομικής μεταβλητής που λαμβάνει τη τιμή 1 εάν ο επιχειρηματίας είναι ηλικίας 50-64 ετών και τη τιμή 0 εάν όχι. Αντίστοιχα η μεταβλητή *YouthEntr* απεικονίζει την επιχειρηματικότητα νεότερης-μέσης ηλικίας μέσω μιας διχοτομικής μεταβλητής που λαμβάνει τη τιμή 1 εάν ο επιχειρηματίας είναι ηλικίας 18-49 ετών (δηλαδή νεαρής ηλικίας και μέσης ηλικίας επιχειρηματίες) και τη τιμή 0 εάν όχι. Το κ είναι ένα διάνυσμα που

περιλαμβάνει τους κρίσιμους παράγοντες που βρέθηκαν να επηρεάζουν την εξωστρεφή επιχειρηματικότητα από το πρώτο στάδιο ανάλυσης δηλαδή τις κοινωνικές διασυνδέσεις με άλλους επιχειρηματίες, το φόβο αποτυχίας, την επιχειρηματική καινοτομικότητα και τη χρήση των πιο πρόσφατων τεχνολογιών. Το διάλυμα Ω περιλαμβάνει όλες τις υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές, δηλαδή εκείνες που δεν χαρακτηρίστηκαν ως κρίσιμες από το πρώτο στάδιο ανάλυσης. Η διερεύνηση της συνδυαστικής επίδρασης αυτών των κρίσιμων παραγόντων με την επιχειρηματικότητα μεγαλύτερης ηλικίας και με την επιχειρηματικότητα μικρότερης ηλικίας επιτυγχάνεται όπως προαναφέραμε με τη χρήση των όρων αλληλεπίδρασης (interaction terms).

Τα αποτελέσματα από τις εκτιμήσεις αυτού του σταδίου ανάλυσης δείχνουν πως η εξοικείωση με επιχειρηματικά μοντέλα διευκολύνει την εξαγωγική δραστηριότητα για τους νέους-μέσης ηλικίας επιχειρηματίες παρά τους μεγαλύτερης ηλικίας επιχειρηματίες. Αντίθετα, ο φόβος αποτυχίας στις εγχώριες αγορές φαίνεται να αποτελεί κίνητρο στροφής και διεξόδου σε ξένες αγορές για τους μεγαλύτερης ηλικίας επιχειρηματίες και όχι για τους νεαρής-μέσης ηλικίας επιχειρηματίες. Τέλος, ο βαθμός καινοτομίας φαίνεται να διευκολύνει την εξαγωγική επέκταση και στα δύο υπό εξέταση ηλικιακά γκρουπ επιχειρήσεων, αλλά με πιο ισχυρά στατιστικά τρόπο στους επιχειρηματίες νεαρής-μέσης ηλικίας.

Πίνακας 4.5: Προσδιοριστικοί παράγοντες της εξωστρέφειας των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων: ο ρόλος της ηλικίας (δεύτερο στάδιο ανάλυσης)

Μορφωτικό επίπεδο	0,0051 (0,0151)
Φύλο	-0,0085 (0,0281)
Εξοικείωση με επιχειρηματικά μοντέλα*(επιχειρηματικότητα μεγαλύτερης ηλικίας)	0,0022 (0,0569)
Εξοικείωση με επιχειρηματικά μοντέλα*(επιχειρηματικότητα μέσης-νεαρής ηλικίας)	0,0676** (0,0305)
Καλές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο	-0,0417 (0,0302)
Δεξιότητες	0,0434 (0,0377)
Φόβος αποτυχίας*(επιχειρηματικότητα μεγαλύτερης ηλικίας)	0,0880* (0,0545)
Φόβος αποτυχίας*(επιχειρηματικότητα μέσης-νεαρής ηλικίας)	0,0426 (0,0309)
Καινοτομία*(επιχειρηματικότητα μεγαλύτερης ηλικίας)	0,0552* (0,0327)
Καινοτομία*(επιχειρηματικότητα μέσης-νεαρής ηλικίας)	0,0550*** (0,0204)
Χρήση νέων τεχνολογιών*(επιχειρηματικότητα μεγαλύτερης ηλικίας)	0,0368 (0,0322)
Χρήση νέων τεχνολογιών*(επιχειρηματικότητα μέσης-νεαρής ηλικίας)	0,0252 (0,0189)
Log πιθανότητα	-873,58

LR στατιστικός έλεγχος (χ^2)	24,50***
Αριθμός παρατηρήσεων	1312
<i>Σημείωση:</i> Ο πίνακας παρουσιάζει τα marginal effects (at means) που προέκυψαν από τις probit παλινδρομήσεις. *Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο 10%. **Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο 5%. ***Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο 1%. Τα τυπικά σφάλματα παρουσιάζονται στις παρενθέσεις.	

4.5 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο εξαγωγικός προσανατολισμός της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα, όπως φαίνεται από τις οικονομετρικές αναλύσεις, εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις αντιλήψεις των επιχειρηματιών και τις τεχνολογικές ικανότητες των επιχειρηματικών εγχειρημάτων. Συγκεκριμένα, αυξημένη εξωστρέφεια εμφανίζουν οι επιχειρηματίες που: α) είναι εξοικειωμένοι από τις κοινωνικές τους γνωριμίες με επιχειρηματικά μοντέλα, β) χαρακτηρίζονται από υψηλό φόβο αποτυχίας, γ) αναπτύσσουν καινοτόμα προϊόντα/υπηρεσίες και δ) χρησιμοποιούν τις πιο πρόσφατες τεχνολογίες, στην παραγωγή.

Ωστόσο, φαίνεται οι επιδράσεις αυτών των προσδιοριστικών παραγόντων να διαφοροποιούνται σε κάποιο βαθμό μεταξύ των μεγαλύτερης ηλικίας επιχειρηματιών και των νεαρής-μέσης ηλικίας επιχειρηματιών. Και τούτο διότι τα εμπειρικά ευρήματα από το δεύτερο στάδιο ανάλυσης δείχνουν πως η εξοικείωση με επιχειρηματικά μοντέλα διευκολύνει την εξαγωγική δραστηριότητα για τους νέους και μέσης ηλικίας επιχειρηματίες και δεν επηρεάζει σημαντικά τους μεγαλύτερης ηλικίας επιχειρηματίες. Στον αντίποδα, ο φόβος αποτυχίας εμφανίζεται να αυξάνει σημαντικά την πιθανότητα για συμμετοχή σε εξαγωγική δραστηριότητα μόνο για τους μεγαλύτερης ηλικίας επιχειρηματίες και όχι για τους νεαρής και μέσης ηλικίας επιχειρηματίες. Τέλος, ο βαθμός καινοτομίας φαίνεται να διευκολύνει την εξαγωγική επέκταση και στα δύο εξεταζόμενα ηλικιακά γκρουπ επιχειρήσεων, αλλά με πιο ισχυρή επίδραση στους επιχειρηματίες νεαρής και μέσης ηλικίας.

Βάσει των ευρημάτων που προέκυψαν από τις αναλύσεις του συγκεκριμένου κεφαλαίου θα μπορούσαν να διατυπωθούν κάποιες ενδεικτικές προτάσεις πολιτικής για την ενίσχυση της εξωστρέφειας των νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Εντελώς ενδεικτικά:

- α) η ενεργοποίηση και ανάπτυξη συμβουλευτικών δομών για της νέες επιχειρήσεις με στόχο να διευκολυνθεί η διάχυση πληροφοριών και γνώσης αναφορικά με τις εκτός των συνόρων αγορές και τη ζήτηση για τεχνολογία,
- β) η χρήση εργαλείων για τη δικτύωση των νεοφυών επιχειρήσεων με πιθανούς στρατηγικούς επιχειρηματικούς εταίρους που δραστηριοποιούνται ήδη σε ξένες αγορές,
- γ) η δημιουργία ενός πρακτικού οδηγού κατευθύνσεων για τα επιχειρηματικά εμπόδια σε συγκεκριμένες ξένες αγορές,

- δ) η αποτελεσματικότερη ασφάλιση βραχυπρόθεσμων εξαγωγικών πιστώσεων έναντι εμπορικών και πολιτικών κινδύνων μη πληρωμής, μέσω χρηματοδοτικών εργαλείων
- ε) η χρηματοδότηση νέων επιχειρήσεων για τη συμμετοχή τους σε διεθνείς εμπορικές εκθέσεις.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Aaby, N.E. & Slater, S.F. (1989). "Management influences on export performance: A review of the empirical literature 1978–1988." *International Marketing Review*, 6, 7–26.
- Aghion, P., Bloom, N., Blundell, R., Griffith, R. & Howitt, P. (2005). "Competition and Innovation: an Inverted-U Relationship," *The Quarterly Journal of Economics*, Oxford University Press, vol. 120(2), pages 701-728.
- Aghion, P. & Griffith, R. (2008). "Competition and growth: reconciling theory and evidence". Zeuthen Lectures. MIT Press: Cambridge, US
- Ardichvili, A., Cardozo, R. & Ray, S. (2003). "A theory of entrepreneurial opportunity identification and development." *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105-123.
- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). "Perceptual variables and nascent entrepreneurship." *Small Business Economics*, 24(3), 233-247.
- Audretsch, D.B., Keilbach, M.C. & Lehman, E., (2006). "Entrepreneurship and Economic Growth", Oxford University Press
- Aulakh, P.S., Kotabe, M. & Teegen, H. (2000). "Export strategies and performance of firms from emerging economies: Evidence from Brazil, Chile, and Mexico." *Academy of Management Journal*, 43, 342–361.
- Autio, E., Sapienza, H. J., & Almeida, J. G. (2000). "Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth." *Academy of Management Journal*, 43(5), 909-924.
- Baldauf, A., Cravens, D. W., & Wagner, U. (2000). "Examining determinants of export performance in small open economies." *Journal of World Business*, 35(1), 61-79.
- Barney, J. B. (2001). "Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view." *Journal of Management*, 27(6), 643-650.
- Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). "The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth." *Journal of Applied Psychology*, 89(4), 587.
- Baum, J. R., Locke, E. A., & Smith, K. G. (2001). "A multidimensional model of venture growth." *Academy of Management Journal*, 44(2), 292-303.
- Bernard, A. B., & Jensen, J. B. (2004). "Why some firms export." *Review of Economics and Statistics*, 86(2), 561-569.
- Bernard, A. B., & Jensen, J. B. (1999). "Exceptional exporter performance: cause, effect, or both?" *Journal of International Economics*, 47(1), 1-25.

- Bhave, M. P. (1994). "A process model of entrepreneurial venture creation." *Journal of Business Venturing*, 9(3), 223-242.
- Bloodgood, J. M., Sapienza, H. J., & Almeida, J. G. (1996). "The internationalization of new high-potential U.S. ventures: Antecedents and outcomes." *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(4), 61–77.
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). "The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions." *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 63-63.
- Brouthers, K. D., & Nakos, G. (2004). "SME entry mode choice and performance: A transaction cost perspective." *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(3), 229-247.
- Cacciotti, G., & Hayton, J. C. (2014). "Fear of failure and entrepreneurship: a review and direction for future research." *Enterprise Research Centre, Research Paper*, (24), 1-62.
- Calof, J.L. (1994). "The relationship between firm size and export behavior revisited." *Journal of International Business Studies*, 25, 367–387.
- Conner, K.R. & Prahalad, C.K. (1996). "A resourcebased theory of the firm: Knowledge versus opportunism." *Organization Science*, 7, 477–501.
- De Clercq, D., Hessels, J., & Van Stel, A. (2008). "Knowledge spillovers and new ventures' export orientation." *Small Business Economics*, 31(3), 283-303.
- Dean, D. L., Mengüç, B., & Myers, C. P. (2000). "Revisiting firm characteristics, strategy, and export performance relationship: A survey of the literature and an investigation of New Zealand small manufacturing firms." *Industrial Marketing Management*, 29(5), 461-477.
- Di Gregorio, D., Musteen, M., & Thomas, D. E. (2008). "International new ventures: The cross-border nexus of individuals and opportunities." *Journal of World Business*, 43(2), 186-196.
- Dierickx, I., & Cool, K. (1989). "Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage." *Management Science*, 35(12), 1504-1511.
- European Union (2012). "Senior Entrepreneurship Good Practices Manual".
- Gambetta, D. 1988. Can we trust trust? In D. Gambetta (Ed.), *Trust: Making and breaking cooperative relations*: 213-238. New York: Basil Blackwell.
- Ghauri, P., Lutz, C., & Tesfom, G. (2003). "Using networks to solve export-marketing problems of small-and medium-sized firms from developing countries." *European Journal of Marketing*, 37(5/6), 728-752.
- Giotopoulos, I., Kontolaimou, A., & Tsakanikas, A. (2017). "Drivers of high-quality entrepreneurship: what changes did the crisis bring about?" *Small Business Economics*, 48(4), 913-930.

- Grant, R. M. (1991). "The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation." *California Management Review*, 33(3), 114-135.
- Guan, J., & Ma, N. (2003). "Innovative capability and export performance of Chinese firms." *Technovation*, 23(9), 737-747.
- Hallak, J. C., & Sivadasan, J. (2013). "Product and process productivity: Implications for quality choice and conditional exporter premia." *Journal of International Economics*, 91(1), 53-67.
- Harris, S., & Wheeler, C. (2005). "Entrepreneurs' relationships for internationalization: functions, origins and strategies." *International Business Review*, 14(2), 187-207.
- Hessels, J., & Van Stel, A. (2011). "Entrepreneurship, export orientation, and economic growth." *Small Business Economics*, 37(2), 255-268.
- Ιωαννίδης, Σ. και Γιωτόπουλος, Ι. (2014). "Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2012-2013: Ενδείξεις Ανάκαμψης της Μικρής Επιχειρηματικότητας;" IOBE.
- Katsikeas, C.S., Leonidou, L.C. & Morgan, N.A. (2000). "Firm-level export performance assessment: review, evaluation, and development." *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28, 493-511.
- Kirzner, I.M., 1973. *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (2004). "Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm." *Journal of International Business Studies*, 35(2), 124-141.
- Kristiansen, S., & Indarti, N. (2004). "Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students." *Journal of Enterprising Culture*, 12(1), 55-78.
- Lado, N., Martinez-Ros, E. & Valenzuela, A. (2004). "Identifying successful marketing strategies by export regional destination." *International Marketing Review*, 21, 573-597.
- Lane, P. J., & Lubatkin, M. (1998). "Relative absorptive capacity and interorganizational learning." *Strategic Management Journal*, 19(5), 461-477.
- Mahoney, J. T., & Pandian, J. R. (1992). "The resource-based view within the conversation of strategic management." *Strategic Management Journal*, 13(5), 363-380.
- Makadok, R. (2001). "Toward a synthesis of the resource-based and dynamic-capability views of rent creation." *Strategic Management Journal*, 22, 387-401.
- Manolova, T., Brush, C., Edelman, L. & Greene, P. (2002). "Internationalization of small firms: Personal factors revisited." *International Small Business Journal*, 20(1), 9-32.
- Mathews, J. A., & Zander, I. (2007). "The international entrepreneurial dynamics of accelerated internationalisation." *Journal of International Business Studies*, 38(3), 387-403.

- McDougall, P., Shane, S., & Oviatt, B. M. (1994). "Explaining the formation of international new ventures: The limits of theories from international business research." *Journal of Business Venturing*, 9(6), 469-487.
- Melitz, M. J. (2003). "The impact of trade on intra-industry reallocations and aggregate industry productivity." *Econometrica*, 71(6), 1695-1725.
- Miesenböck, K.J. (1988). "Small businesses and exporting: A literature review." *International Small Business Journal*, 6, 42-61.
- Moen, Ø. (1999). "The relationship between firm size, competitive advantages export performance revisited." *International Small Business Journal*, 18, 53-72.
- Moini, A. (1995). "An inquiry into successful exporting: an empirical investigation using a three-stage model." *Journal of Small Business Management*, 33(3), 9-25.
- Morgan, R. E., Strong, C. A., & McGuinness, T. (2003). "Product-market positioning and prospector strategy: An analysis of strategic patterns from the resource-based perspective." *European Journal of Marketing*, 37(10), 1409-1439.
- OECD/European Union, (2012). «Policy Brief on Senior Entrepreneurship, Entrepreneurial Activities in Europe»,
- Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (1994). "Toward a Theory of International New Ventures." *Journal of International Business Studies*, 25(1), 45-64.
- Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (2005). "Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization." *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 537-554.
- Piercy, N. F., Katsikeas, C. S., & Cravens, D. W. (1997). "Examining the role of buyer-seller relationships in export performance." *Journal of World Business*, 32(1), 73-86.
- Prasad, V. K., Ramamurthy, K., & Naidu, G. M. (2001). "The influence of internet-marketing integration on marketing competencies and export performance." *Journal of International Marketing*, 9(4), 82-110.
- Roberts, M. J., & Tybout, J. R. (1997). "The decision to export in Colombia: an empirical model of entry with sunk costs." *American Economic Review*, 545-564.
- Schott, T., E., Rogoff, M., Herrington and P.Kew, "Senior Entrepreneurship", GEM, Special topic report 2016-2017
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). "The promise of entrepreneurship as a field of research." *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

Sousa, C. M., Martínez-López, F. J., & Coelho, F. (2008). "The determinants of export performance: A review of the research in the literature between 1998 and 2005." *International Journal of Management Reviews*, 10(4), 343-374.

Sterlacchini, A. (1999). "Do innovative activities matter to small firms in non-R&D-intensive industries? An application to export performance." *Research Policy*, 28(8), 819-832.

Styles, C., & Ambler, T. (2000). "The impact of relational variables on export performance: an empirical investigation in Australia and the UK." *Australian Journal of Management*, 25(3), 261-281.

Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). "Dynamic capabilities and strategic management." *Strategic Management Journal*, 509-533.

Yeoh, P. L. (2004). "International learning: antecedents and performance implications among newly internationalizing companies in an exporting context." *International Marketing Review*, 21(4/5), 511-535.

Zahra, S. A. (2005). "A theory of international new ventures: A decade of research." *Journal of International Business Studies*, 36(1), 20-28.

Zahra, S. A., & George, G. (2002). "International entrepreneurship: The current status of the field and future research agenda." *Strategic entrepreneurship: Creating a new mindset*, 255-288.

Zahra, S. A., Korri, J. S., & Yu, J. (2005). "Cognition and international entrepreneurship: implications for research on international opportunity recognition and exploitation." *International Business Review*, 14(2), 129-146.

Zahra, S.A., D.O. Neubaum & M. Huse (1997). "The effect of the environment on export performance among telecommunications new ventures". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22(1), 25-46.

Zou, S. & Stan, S. (1998). "The determinants of export performance: a review of the empirical literature between 1987 and 1997." *International Marketing Review*, 15, 333-356.

Βέττας, Ν., Γιωτόπουλος, Ι., Βαλαβανιώτη, Ε., Danchev, S. (2016), "Οι προσδιοριστικοί παράγοντες της εξωστρέφειας των νέων επιχειρήσεων", *Τράπεζα της Ελλάδος, Οικονομικό Δελτίο, Τεύχος 43, σελ. 7-19.*

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Π.1 Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (GEM)

Π.2 Το εννοιολογικό μοντέλο του GEM

Π.3 Βασικοί ορισμοί και δείκτες της επιχειρηματικότητας: μεθοδολογικό πλαίσιο του GEM

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

Π.5 Το εμπειρικό κομμάτι του ερευνητικού προγράμματος GEM

Π.6 Ο ρόλος του IOBE στο GEM

Π.7 Οι διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος

Π.1. Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (GEM)

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

Το GEM, λοιπόν, έχει ως στόχο:

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

Ένα από τα βασικά πλεονεκτήματα της έρευνας του GEM είναι ο αυξανόμενος κάθε χρονιά αριθμός των χωρών που συμμετέχουν (κατά την έρευνα του 2016 έλαβαν μέρος 60 χώρες), και η ανάλυση πλέον των δεδομένων με βάση και το επίπεδο της οικονομικής ανάπτυξης ανά κράτος. Με τον τρόπο αυτό, δίνεται η δυνατότητα στους συμμετέχοντες να συγκριθούν με χώρες που βρίσκονται σε παρόμοιο αναπτυξιακό στάδιο, καθιστώντας την όποια σύγκριση πιο δόκιμη και ουσιαστική.

Π.2. Το εννοιολογικό μοντέλο του GEM

Το εννοιολογικό πλαίσιο του GEM απεικονίζει τις πολύπλευρες δυνατότητες της επιχειρηματικότητας, εστιάζοντας κυρίως στη δυναμική, τις καινοτόμες πρακτικές και την συμπεριφορά των ατόμων απέναντι σε προκλήσεις και κινδύνους που εμπλέκονται με την επιχειρηματικότητα, σε αλληλεπίδραση με το περιβάλλον. Σε αυτό το πλαίσιο, η έρευνα του GEM μελετά την επιχειρηματικότητα πάντα αναφορικά με την αλληλεξάρτηση μεταξύ επιχειρηματικότητας και οικονομικής ανάπτυξης, προκειμένου να:

- Αναδείξει παράγοντες που ενθαρρύνουν ή εμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα, ιδίως σε σχέση με τις κοινωνικές αξίες, τα προσωπικά χαρακτηριστικά και το οικοσύστημα της επιχειρηματικότητας.
- Παρέχει μια πλατφόρμα για την αξιολόγηση του βαθμού στον οποίο η επιχειρηματική δραστηριότητα επηρεάζει την οικονομική ανάπτυξη στο πλαίσιο των επιμέρους οικοσυστημάτων.
- Προβάλλει τις πολιτικές και στρατηγικές με σκοπό την ενίσχυση της επιχειρηματικής ικανότητας ενός οικοσυστήματος.

Το εννοιολογικό μοντέλο στο οποίο βασίζεται το GEM από το 2009, αφορά ακριβώς στην αλληλεπίδραση ανάμεσα στις τρεις πλευρές της επιχειρηματικότητας και τους τρεις τύπους οικονομικής ανάπτυξης. Όπως και στο προηγούμενο μοντέλο, η οικονομική δραστηριότητα υποτίθεται ότι εξαρτάται αποφασιστικά από το κοινωνικό, πολιτισμικό και πολιτικό πλαίσιο κάθε χώρας. Το πλαίσιο αυτό προσδιορίζει μια σειρά παραγόντων που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα, τους οποίους το GEM περιγράφει ως Διαστάσεις του Επιχειρηματικού Πλαισίου (Entrepreneurial Framework Conditions). Με τη σειρά τους, οι Διαστάσεις αυτές επιδρούν στην οικονομική δραστηριότητα γενικά, μέσω της επίδρασής τους τόσο στη λειτουργία των καθιερωμένων επιχειρήσεων, όσο και στην ίδρυση νέων. Οι Διαστάσεις του Επιχειρηματικού Πλαισίου αφορούν την επιχειρηματική χρηματοδότηση, την κυβερνητική πολιτική, τα κυβερνητικά προγράμματα επιχειρηματικότητας, την εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα, καθώς και την Έρευνας και Ανάπτυξης (R & D), αλλά και τη δυναμική της εσωτερικής αγοράς και τις και πολιτιστικές και κοινωνικές νόρμες.

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

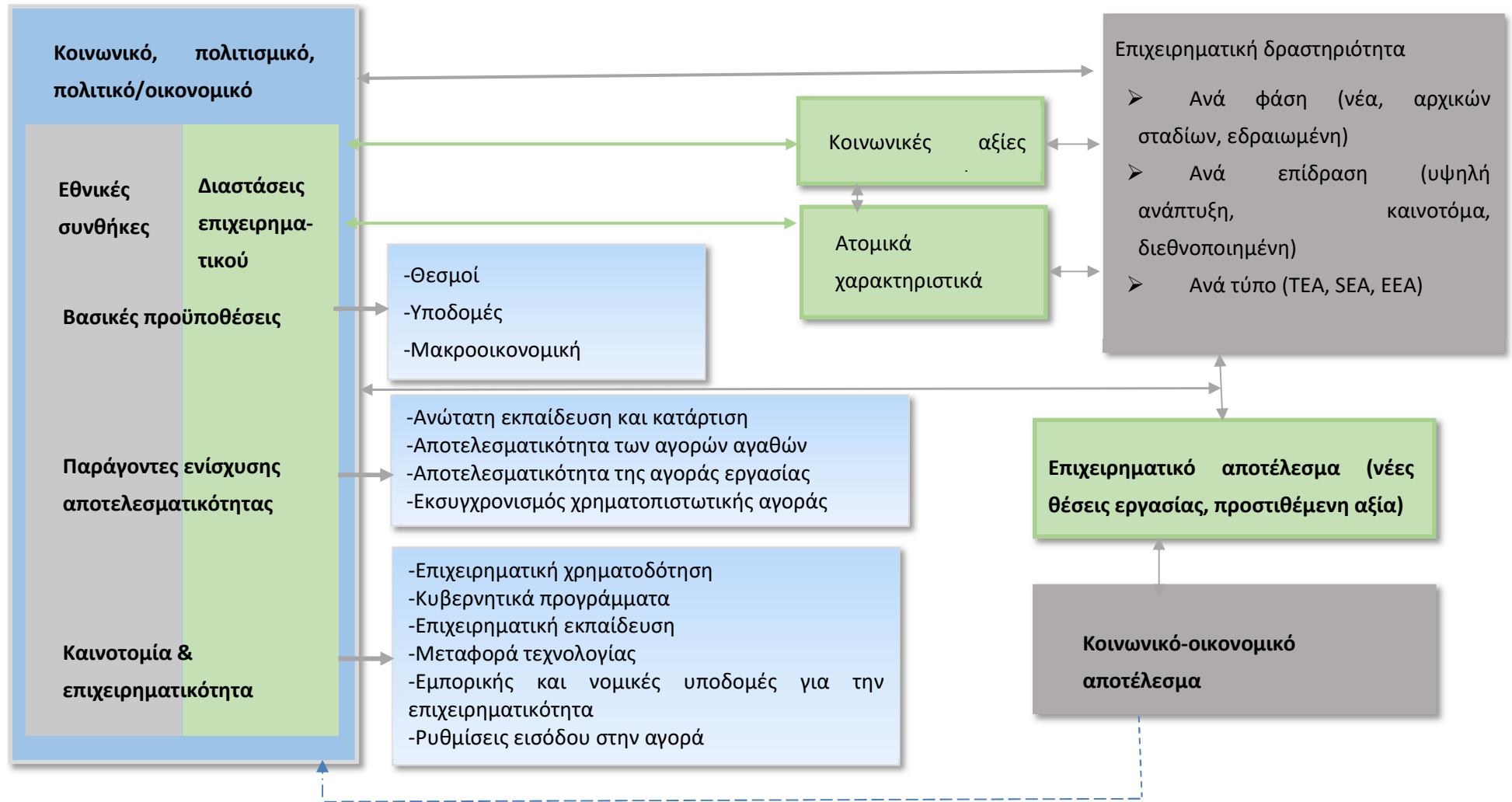
άλλων διαστάσεων είναι πολύ υψηλότερη για οικονομίες που βασίζονται στην καινοτομία, όπως η ευκολία της επιχειρηματικής χρηματοδότησης, η ύπαρξη κυβερνητικών προγραμμάτων ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, η μεταφορά τεχνολογίας, κα.

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

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

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

Σχήμα 1. Το εννοιολογικό πλαίσιο του GEM



Οι Διαστάσεις του Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος αλληλοεπιδρούν με τις κοινωνικές αξίες επιχειρηματικότητας και τα ατομικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία. Οι κοινωνικές αξίες σχετικά με την επιχειρηματικότητα περιλαμβάνουν θέματα όπως το πώς η κοινωνία αξιολογεί την επιχειρηματικότητα ως μια καλή επιλογή σταδιοδρομίας, κατά πόσο οι επιχειρηματίες έχουν υψηλή κοινωνική θέση και το βαθμό στον οποίο τα μέσα ενημέρωσης επιδρούν θετικά στην επιχειρηματικότητα του οικοσυστήματος. Όσον αφορά τα ατομικά χαρακτηριστικά, αυτά περιλαμβάνουν δημογραφικές πληροφορίες (όπως φύλο, ηλικία), αλλά και την προσωπική αντίληψη του επιχειρηματία σχετικά με τις δυνατότητες και τις ευκαιρίες που αναδύονται στην αγορά καθώς και τα κίνητρα για την έναρξη μιας επιχείρησης (δηλαδή επιχειρηματικότητας ανάγκης εναντίον επιχειρηματικότητας ευκαιρίας).

Οι κοινωνικές αξίες και τα ατομικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία διαμορφώνουν το επιχειρηματικό περιβάλλον, και καθορίζουν διαφορετικούς τύπους αλλά και στάδια επιχειρηματικότητας. Η επιχειρηματική δραστηριότητα περιλαμβάνει τις φάσεις της επιχειρηματικής διαδικασίας (εκκολαπτόμενη, νέα επιχείρηση, εδραιωμένη διακοπή δραστηριοτήτων), τον πιθανό αντίκτυπο στο κοινωνικό-οικονομικό πλαίσιο (δημιουργία θέσεων εργασίας, καινοτομία, διεθνοποίηση), καθώς και το είδος της δραστηριότητας.

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

Π.3. Βασικοί ορισμοί και δείκτες επιχειρηματικότητας: μεθοδολογικό πλαίσιο του GEM

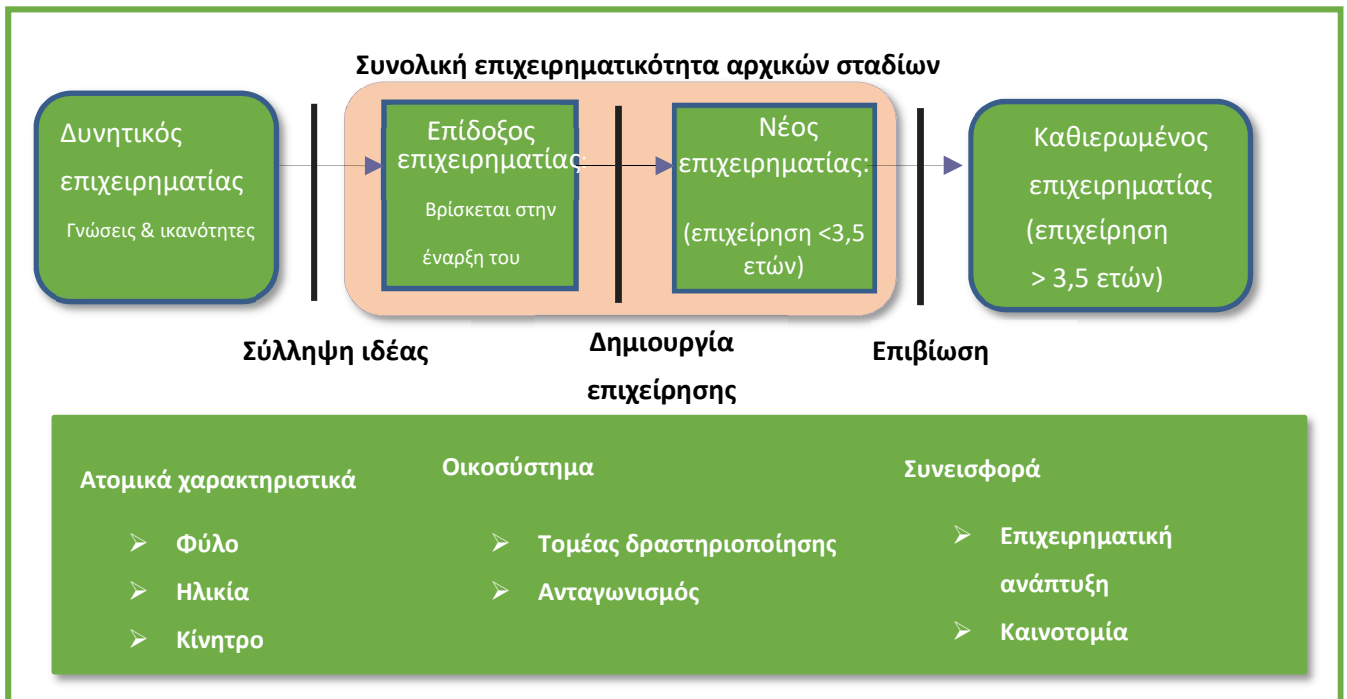
Το ερευνητικό μοντέλο του GEM προσεγγίζει την έννοια της επιχειρηματικότητας σε ένα αρκετά ευρύ πλαίσιο, καθώς καλύπτει ολόκληρο το φάσμα της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Εντούτοις, η ανάλυση εστιάζεται στον επιχειρηματία, δηλαδή στις δραστηριότητές του, τις ανάγκες που εκφράζει, τις πεποιθήσεις,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

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

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, η συλλογή δεδομένων του GEM καλύπτει έναν ευρύτερο κύκλο ζωής της επιχειρηματικής διαδικασίας. Πιο συγκεκριμένα, ενδιαφέρεται: α) για τα άτομα από το σημείο που δεσμεύουν πόρους για να αρχίσουν μια επιχείρηση, βρίσκονται δηλαδή στα αρχικά στάδια εκδήλωσης της επιχειρηματικής συμπεριφοράς, έχοντας προβεί απλώς σε κάποιες προκαταρκτικές 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 2 αποδίδεται γραφικά η επιχειρηματική διαδικασία και οι αντίστοιχοι τύποι επιχειρηματικής δραστηριότητας που χρησιμοποιεί το GEM.

Σχήμα 2: Η επιχειρηματικότητα στο πλαίσιο του GEM



Σύμφωνα με το GEM, η πληρωμή αμοιβών για διάστημα περισσότερο από τρεις μήνες (συμπεριλαμβανομένων της αντιμισθίας των ιδιοκτητών), αποτελεί τη βασική προϋπόθεση για την ουσιαστική έναρξη μιας επιχείρησης και θεωρείται το «γεγονός της γέννησης» των επιχειρήσεων. Είναι, λοιπόν, αυτό το σημείο που διαχωρίζει τους επίδοξους από τους νέους επιχειρηματίες, στοιχείο που συνδέεται ωστόσο περισσότερο με την ηλικία ενός εγχειρήματος. Σε κάθε περίπτωση πάντως από το άθροισμα επίδοξων και νέων επιχειρηματιών προκύπτει ο δείκτης επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων (TEA) ο οποίος, κατά το GEM, αποτελεί τον πρωταρχικό και θεμελιώδη δείκτη της επιχειρηματικής δραστηριότητας μιας χώρας.

Ο δείκτης αυτός αντιπροσωπεύει και αποδίδει μια δυναμική, νέα επιχειρηματική δραστηριότητα, ακόμα κι αν ένα σημαντικό μέρος των επίδοξων δεν κατορθώσει να ολοκληρώσει τις ενέργειές του και να ξεκινήσει τελικά το εγχείρημά του. Η κινητικότητα που αυτοί οι επιχειρηματίες προσδίδουν στην οικονομία μπορεί να θεωρηθεί σημαντική, ακόμα και ως μοχλός πίεσης προς τις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις. Άλλωστε, αν δε συμμετέχει κανείς στα πρώτα στάδια ίδρυσης μιας επιχείρησης (start-up), τότε δε θα υπάρχει εκδήλωση επιχειρηματικής δραστηριότητας, με ό,τι αυτό σημαίνει για την οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας.

Από την άλλη πλευρά, οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων που έχουν πληρώσει μισθούς και αμοιβές για περισσότερο από 42 μήνες θεωρούνται καθιερωμένοι επιχειρηματίες. Οι επιχειρηματίες

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

Στο Πλαίσιο που ακολουθεί παρουσιάζονται συνοπτικά οι ορισμοί για τους βασικούς δείκτες που χρησιμοποιούνται στην παρούσα έκθεση.

Ορολογία και βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας

Επίδοξοι Επιχειρηματίες (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που – κατά το τελευταίο 12-μηνο από τη στιγμή της έρευνας - είχαν ξεκινήσει κάποιες προκαταρκτικές ενέργειες στην κατεύθυνση έναρξης ενός νέου εγχειρήματος (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης), στο οποίο θα είναι ιδιοκτήτες είτε του συνόλου, ή κάποιου μέρους του («συνεταίρος»). Οι ενέργειες αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν από τη συγκέντρωση κεφαλαίου και την αναζήτηση χώρων εγκατάστασης και απαραίτητου εξοπλισμού, έως τη σύνταξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου για αναζήτηση χρηματοδότη, κ.α. Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται ωστόσο και όσοι/όσες έχουν προχωρήσει πράγματι στην έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης και έχουν ήδη πληρώσει μισθούς ή έχουν έναν κύκλο εργασιών από αυτή τη δραστηριότητα, όχι όμως για διάστημα μεγαλύτερο των τελευταίων τριών μηνών. Επιπροσθέτως, αυτή η ενέργεια ενδεχομένως να εντάσσεται στην υπάρχουσα εργασία του ατόμου και να πραγματοποιείται για λογαριασμό του εργοδότη, με τη συμμετοχή του ερωτώμενου να αφορά έτσι έναν διοικητικό / διευθυντικό ρόλο και όχι απαραίτητα ιδιοκτησία.
Νέοι Επιχειρηματίες (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που τη στιγμή της έρευνας ήταν ιδιοκτήτες – συμμετείχαν στην ιδιοκτησία ενός νέου εγχειρήματος / δραστηριότητας για το οποίο έχουν ήδη πληρώσει μισθούς και έχουν καταγράψει ένα κύκλο εργασιών για τουλάχιστον τρεις, αλλά όχι περισσότερους από 42 μήνες
Επιχειρηματίες Αρχικών Σταδίων (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα που εντάσσονται στις δύο παραπάνω κατηγορίες σύμφωνα με του αντίστοιχους ορισμούς
Καθιερωμένοι Επιχειρηματίες (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που κατά τη στιγμή της έρευνας ήταν ιδιοκτήτες – συμμετείχαν στην ιδιοκτησία μιας καθιερωμένης επιχείρησης, δηλαδή μιας επιχείρησης που έχει πραγματοποιήσει αμοιβές, πληρωμές ή οποιοσδήποτε άλλες πληρωμές στους ιδιοκτήτες για περισσότερους από 42 μήνες.
Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που είτε εμπλέκονται σε επιχειρηματική δραστηριότητα αρχικών σταδίων είτε είναι καθιερωμένοι επιχειρηματίες (βλ. παραπάνω)
Επιχειρηματική Δραστηριότητα Αρχικών Σταδίων Υψηλών Προσδοκιών Μεγέθυνσης (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που είναι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων (όπως ορίστηκαν παραπάνω) και αναμένουν ότι το εγχείρημά τους θα απασχολεί τουλάχιστον 20 εργαζομένους σε πέντε χρόνια από τώρα
Ποσοστό Αναστολής Επιχειρηματικής δραστηριότητας (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που κατά τους τελευταίους 12 μήνες από τη στιγμή της έρευνας ανέστειλαν τη λειτουργία μιας επιχείρησης, εξαγόρασαν το μερίδιό τους και παραιτήθηκαν, πούλησαν την επιχείρηση εγχείρημα ή/ και γενικά έπαψαν να συμμετέχουν στη λειτουργία της ανεξάρτητα από το αν αυτή συνέχισε ή όχι τη λειτουργίας της.
Χαρακτηριστικά της Επιχειρηματικής Δραστηριότητας Αρχικών Σταδίων	
Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας	Ποσοστό αυτών που εμπλέκονται σε επιχειρηματική δραστηριότητα αρχικών σταδίων (όπως αυτή ορίστηκε παραπάνω) οι οποίοι: (α) δηλώνουν ότι ασχολήθηκαν επιχειρηματικά με κίνητρο την αξιοποίηση μιας ευκαιρίας και όχι από την έλλειψη εναλλακτικών επιλογών απασχόλησης και

	(β) δηλώνουν ότι βασική αιτία για να αξιοποιήσουν αυτή την ευκαιρία είναι η διάθεση εργασιακής ανεξαρτησίας ή η αύξηση του εισοδήματός τους και όχι απλώς η συντήρηση του εισοδήματός τους στα ίδια επίπεδα
Επιχειρηματικότητα Αρχικών Σταδίων με Υψηλές Προσδοκίες Μεγέθυνσης	Ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (όπως ορίστηκαν παραπάνω) που αναμένουν να απασχολήσουν τουλάχιστον 20 απασχολούμενους στα επόμενα πέντε χρόνια.
Επιχειρηματική Δραστηριότητα Αρχικών Σταδίων, με Προσανατολισμό Νέα Προϊόντα-Υπηρεσίες	Ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (όπως ορίστηκαν παραπάνω) που εκτιμούν ότι το προϊόν ή η υπηρεσία τους είναι καινούργιο για κάποιους πελάτες και θεωρούν ότι δεν προσφέρουν πολλές επιχειρήσεις το ίδιο προϊόν ή υπηρεσία.
Επιχειρηματική Δραστηριότητα Αρχικών Σταδίων, με Εξωστρεφή Προσανατολισμό	Ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (όπως ορίστηκαν παραπάνω) που εκτιμούν ότι τουλάχιστον 25% της πελατείας τους προέρχεται από ξένες χώρες.

Π.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 στα άτομα, σε αυτούς δηλαδή που οργανώνουν, ξεκινούν και διατηρούν τις επιχειρήσεις σε μια οικονομία. Οι σημαντικότερες διαφορές των στοιχείων του GEM από τα συνήθη δημογραφικά (μητρώα) των νέων επιχειρήσεων είναι οι ακόλουθες:

1^{ον} Το μεθοδολογικό εργαλείο είναι κοινό και εναρμονισμένο για όλες τις χώρες που συμμετέχουν στο GEM, επιτρέποντας αξιόπιστες συγκρίσεις μεταξύ των χωρών, όπως άλλωστε επιβεβαιώνεται από τη συνεκτικότητα των ετήσιων αποτελεσμάτων. Αντιθέτως, σημειώνεται δυσκολία στην εναρμόνιση των δημογραφικών στοιχείων επιχειρήσεων και μητρώων.

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

3^{ον} Το GEM προσεγγίζει ανθρώπους που βρίσκονται στη διαδικασία έναρξης μιας επιχείρησης, καθιερωμένους επιχειρηματίες, αλλά και αυτοαπασχολούμενους που ενδεχομένως να μη χρειάζεται να καταχωρηθούν σε κάποια βάση (business registries). Το GEM δίνει έμφαση άλλωστε σε στάσεις και αντιλήψεις απέναντι στην επιχειρηματικότητα, αλλά και στην πρόθεση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση, εστιάζοντας στα αρχικά στάδια

έναρξης μιας επιχείρησης. Πρόκειται επομένως για μια διαδικασία και μια χρονική περίοδο επώασης που έχει εξαιρετικό ενδιαφέρον για τους φορείς χάραξης πολιτικής.

4^{ον} Το GEM δεν προσφέρεται για την αποτύπωση του αριθμού των επιχειρήσεων που υπάρχουν σε μια χώρα ή στα επίσημα ποσοστά έναρξης επιχειρήσεων από τα σχετικά μητρώα, ούτε μπορεί να χρησιμοποιηθεί π.χ. για την κλαδική διάρθρωση των επιχειρήσεων σε μια χώρα. Προσφέρει περισσότερο στη μέτρηση του επιχειρηματικού πνεύματος και της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε διαφορετικές φάσεις ύπαρξης μιας επιχείρησης. Προσφέρει, επίσης, πληροφορίες για άλλα επιχειρηματικά χαρακτηριστικά, που δεν είναι γενικά διαθέσιμα στα σχετικά μητρώα, όπως τα κίνητρα των αυτοαπασχολούμενων, ο βαθμός καινοτομίας, οι προοπτικές ανάπτυξης κτλ.

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

Π.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 1997 και η δημιουργία εναρμονισμένων μεταβλητών μέτρησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε ένα ευρύ σύνολο χωρών. Αναλυτικότερα, με βάση και το εννοιολογικό μοντέλο που παρουσιάστηκε νωρίτερα, τα μεθοδολογικά εργαλεία του GEM βασίζονται στις εξής πηγές δεδομένων:

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

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

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

Π.6. Ο ρόλος του IOBE στο GEM

Το IOBE αποτελεί τον εθνικό ερευνητικό συνεργάτη του GEM και συμμετείχε την περίοδο 2016-2017 για **14^η φορά** στο έργο. Τα στοιχεία της έρευνας για την επόμενη περίοδο (2017-2018) βρίσκονται ήδη στη φάση της επεξεργασίας, με το εμπειρικό τμήμα του έργου να έχει ολοκληρωθεί επιτυχώς.

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

Το IOBE, στο πλαίσιο της συμμετοχής του στο GEM, διεξάγει δύο έρευνες πεδίου: μία έρευνα πεδίου στον ελληνικό πληθυσμό σε αντιπροσωπευτικό δείγμα 2.000 ατόμων και μία έρευνα πεδίου σε 36 εμπειρογνώμονες, οι οποίοι έχουν επιλεγεί ως «ειδικοί» σε διάφορες διαστάσεις της επιχειρηματικότητας³⁸.

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

³⁸ Η έρευνα πληθυσμού εκπονείται από την εταιρεία Datarower με τη βοήθεια του συστήματος τηλεφωνικών συνεντεύξεων CATI. Το δείγμα επιλέχθηκε με την τεχνική της πολυσταδιακής στρωματοποιημένης δειγματοληψίας, με βάση τα δημογραφικά χαρακτηριστικά κάθε γεωγραφικού διαμερίσματος, αστικότητα της περιοχής, φύλο και ηλικία.

Π.7. Οι διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος

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

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

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

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

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

Μεταφορά Έρευνας και Ανάπτυξης: Ο βαθμός στον οποίο η έρευνα και ανάπτυξη σε εθνικό επίπεδο οδηγεί την χώρα σε νέες εμπορικές ευκαιρίες, καθώς και το αν και κατά πόσο νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις έχουν πρόσβαση σε έρευνα και ανάπτυξη (R&D). Η διάσταση αυτή εξετάζει επίσης τις συνέπειες του θεσμικού πλαισίου σχετικά με την ευρεσιτεχνία, την δυνατότητα των ερευνητών να διαπραγματεύονται με τους ομολόγους τους στη βιομηχανία και το αντίστροφο, τα επίπεδα καινοτομικότητας της χώρας, τον εθνικό προσανατολισμό των δαπανών για έρευνα και ανάπτυξη (το κατά πόσο τα κρατικά, βιομηχανικά και εκπαιδευτικά ιδρύματα αναγνωρίζουν και προάγουν την σπουδαιότητα της εφαρμοσμένης έρευνας), καθώς και την ποιότητα και την διαθεσιμότητα υποδομής τέτοιας που να στηρίζει πρωτοβουλίες υψηλής τεχνολογίας.

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

Πόσο «ανοιχτή» είναι η Αγορά/Εμπόδια Εισόδου: Ο βαθμός στον οποίο οι εμπορικές συναλλαγές είναι τόσο σταθερές και δύσκολα μετατρέψιμες, ώστε να εμποδίζουν τις μικρές και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις να ανταγωνίζονται αποτελεσματικά και να επιτυγχάνουν να αντικαθιστούν προμηθευτές, υπεργολάβους και συμβούλους. Η διάσταση αυτή εξετάζει επίσης την ύπαρξη ή μη διάφανης αγοράς (π.χ ύπαρξη ασυμμετριών στην πληροφόρηση: το αν και κατά πόσο οι πληροφορίες για τις συνθήκες της αγοράς είναι διαθέσιμες σε όλους τους πωλητές και τους αγοραστές), τις κυβερνητικές πολιτικές

που αποσκοπούν στη δημιουργία ανοιχτής αγοράς (π.χ κρατικές προμήθειες, μείωση των εμπορικών δασμών, φραγμών κ.λ.π), τη δομή της αγοράς (π.χ ευκολία εισόδου, κυριαρχία μεγάλων ή μικρών επιχειρήσεων, πλεονεκτήματα διαφήμισης, ανταγωνισμός τιμών κ.λ.π) και το κατά πόσο όλες οι επιχειρήσεις ανταγωνίζονται με βάση τους ίδιους κανόνες του παιχνιδιού.

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

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

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

Π.8. Λίστα Εμπειρογνομώνων (2016)

με αλφαβητική σειρά

1	Αθανασόπουλος	Παναγιώτης (Τάκης)
2	Βουδούρη	Ειρήνη
3	Γκενάκος	Χρήστος
4	Δεληγιάννη	Ιωάννα
5	Δενιόζος	Δημήτρης
6	Διακουλάκης	Νίκος
7	Δουκίδης	Γεώργιος
8	Ζόνζηλος	Νίκος
9	Καλλιάνη	Άννα
10	Καλογήρου	Γιάννης
11	Καργαρώτος	Ιάκωβος
12	Καστέλλη	Ιωάννα
13	Κολοκοτσάς	Διονύσης
14	Κοντολαίμου	Αλεξάνδρα
15	Κρητικός	Ιωάννης
16	Λαμπρούκος	Σωκράτης - Νικόλαος
17	Λεβεντάκης	Αρτέμιος
18	Λιούκας	Σπύρος
19	Λοίζος	Στάθης
20	Λουρή	Ελένη
21	Λώλος	Σαράντης
22	Μασουράκης	Μιχάλης
23	Μορφούλης	Γιώργος
24	Μωυσής	Ηλίας
25	Ορφανού	Φαίη
26	Παντελιάδης	Στέφανος
27	Παπαγιαννάκης	Γιώργος
28	Παπάζογλου	Παναγιώτης
29	Παπαχαραλάμπους	Λουκάς
30	Σαμπατακάκης	Κυριάκος
31	Σουλιώτης	Κυριάκος
32	Στούμπου	Μυλαίδη
33	Τραυλός	Νικόλαος
34	Τσακλόγλου	Πάνος
35	Τσουκαλίδης	Αβραάμ
36	Χατζηκρανιώτης	Ευριπίδης