



ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ
FOUNDATION FOR ECONOMIC & INDUSTRIAL RESEARCH

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 2011-12
Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
ΣΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Σταύρος Ιωαννίδης



Global Entrepreneurship Monitor



Ιανουάριος 2013



Global Entrepreneurship Monitor



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

Copyright © 2013 Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών

ISSN 1790-1731

ISBN 978-960-7536-52-5

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

Χορηγός Έκδοσης



ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE)

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

<http://www.iobe.gr>

ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΙΟΒΕ

Υπεύθυνος: Σταύρος Ιωαννίδης

Καθηγητής, Πάντειο Πανεπιστήμιο

Το Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας του ΙΟΒΕ αποτελεί τον ελληνικό εταίρο
του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας

(Global Entrepreneurship Monitor -GEM)

Εθνική ερευνητική ομάδα GEM

Σταύρος Ιωαννίδης, Καθηγητής, Πάντειο Πανεπιστήμιο

Στελίνα Χατζηχρήστου, Ερευνήτρια, ΙΟΒΕ

Βαλαβανιώτη Ευαγγελία, Ερευνήτρια, ΙΟΒΕ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Το IOBE δημοσιεύει την Ετήσια Έκθεση για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, η οποία αναφέρεται στην περίοδο 2011-2012. Η Έκθεση αυτή απορρέει από τη συμμετοχή του IOBE στο διεθνές ερευνητικό πρόγραμμα Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Το GEM αποτελεί μία κοινοπραξία από ερευνητικά ινστιτούτα και πανεπιστήμια στο πλαίσιο της οποίας συλλέγονται εμπειρικά δεδομένα από ένα ευρύ σύνολο χωρών. Το GEM δημοσιεύει παγκόσμιες, αλλά και ειδικές θεματικές εκθέσεις σχετικά με διάφορες διαστάσεις της επιχειρηματικότητας, συνεισφέροντας στην παγκόσμια συζήτηση για την προώθηση της επιχειρηματικότητας. Το IOBE, αποτελώντας τον αποκλειστικό ελληνικό εταίρο στην ερευνητική κοινοπραξία του GEM, έχει την ευθύνη για την ομαλή και ορθή διεξαγωγή των αναγκαίων ερευνών στον ελληνικό πληθυσμό, την επεξεργασία των αποτελεσμάτων σύμφωνα με την κοινή εναρμονισμένη μεθοδολογία και την ένταξη των τελικών στοιχείων στο διεθνές αναλυτικό πλαίσιο του GEM, έτσι ώστε να επιτυγχάνεται η συγκρισιμότητα των στοιχείων.

Το 2011 ήταν το 13^ο έτος διεξαγωγής της ετήσιας έρευνας του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας (GEM) και το όγδοο συνεχόμενο έτος με ελληνική συμμετοχή. Ο όγκος δεδομένων καλύπτει πλέον την περίοδο τόσο πριν, όσο και μετά την παγκόσμια κρίση. Δίδεται έτσι η δυνατότητα να εξεταστεί αναλυτικά ο τρόπος με τον οποίο η επιχειρηματική δραστηριότητα εξελίσσεται σε πολύ διαφορετικές φάσεις του οικονομικού κύκλου. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία για την αποτίμηση της εξέλιξης της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα σήμερα, καθώς επιτρέπει την ανάλυση τόσο της εξέλιξης των διαφόρων δεικτών πριν και μετά την κρίση, όσο και την τοποθέτηση της χώρας μας στο διεθνές πλαίσιο και τη σύγκριση με τον τρόπο με τον οποίο η επιχειρηματικότητα σε άλλες χώρες επηρεάστηκε από την κρίση.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	17
ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	17
1.1. Η εξέλιξη των βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα το 2011.....	17
1.2. Διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας.....	23
1.3. Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των νέων εγχειρημάτων.....	28
1.3.1. Η κλαδική διάσταση των νέων εγχειρημάτων.....	28
1.3.2. Οι προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης.....	31
1.3.3. Η καινοτομικότητα και ένταση του ανταγωνισμού των νέων εγχειρημάτων.....	32
1.3.4. Ο βαθμός εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων.....	34
1.3.5. Το επίπεδο της τεχνολογίας που θα χρησιμοποιούν τα νέα εγχειρήματα.....	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	39
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΙΝΗΤΡΑ	39
2.1. Προδιαθέσεις για επιχειρηματική δραστηριοποίηση.....	40
2.2. Επιχειρηματικά κίνητρα.....	47
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	53
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ, ΦΥΛΟ ΚΑΙ ΗΛΙΚΙΑ	53
3.1. Γυναικεία επιχειρηματικότητα.....	53
3.2. Επιχειρηματικότητα και ηλικία.....	60
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	65
ΤΟ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	65
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	71
ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ	71
5.1. Κρίση και δυσκολίες ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης.....	72
5.2. Κρίση και δυσκολίες ανάπτυξης των επιχειρήσεων.....	74
5.3. Η επίδραση της κρίσης στην αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών.....	75
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	77
1. Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (GEM).....	78
2. Το εννοιολογικό μοντέλο του GEM.....	79
3. Βασικοί ορισμοί και δείκτες επιχειρηματικότητας: μεθοδολογικό πλαίσιο του GEM....	83
4. Γιατί διαφέρουν τα στοιχεία του GEM από τα επίσημα δημογραφικά στοιχεία (μητρώα) των επιχειρήσεων;.....	87
5. Το εμπειρικό μέρος του ερευνητικού προγράμματος GEM.....	89
6. Ο ρόλος του IOBE στο GEM.....	90

ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ

Το 2011 ήταν το 13^ο έτος διεξαγωγής της ετήσιας έρευνας του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας (Global Entrepreneurship Monitor GEM) και το όγδοο συνεχόμενο έτος με ελληνική συμμετοχή. Ο όγκος δεδομένων καλύπτει πλέον την περίοδο τόσο πριν, όσο και μετά την παγκόσμια κρίση. Δίδεται έτσι η δυνατότητα να εξεταστεί αναλυτικά ο τρόπος με τον οποίο η επιχειρηματική δραστηριότητα εξελίσσεται σε πολύ διαφορετικές φάσεις του οικονομικού κύκλου. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία για την αποτίμηση της εξέλιξης της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα σήμερα, καθώς επιτρέπει την ανάλυση τόσο της εξέλιξης των διαφόρων δεικτών πριν και μετά την κρίση, όσο και την τοποθέτηση της χώρας μας στο διεθνές πλαίσιο και τη σύγκριση με τον τρόπο με τον οποίο η επιχειρηματικότητα σε άλλες χώρες επηρεάστηκε από την κρίση.

Οι βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας το 2011

Ο πρώτος δείκτης μέτρησης της επιχειρηματικότητας στο πλαίσιο της έρευνας του GEM είναι η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (Early-Stage Entrepreneurial activity) και αποτυπώνει τη δραστηριότητα που εκδηλώνεται για την εκκίνηση νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων σε κάθε χώρα. Στην Ελλάδα, το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64, που βρισκόταν σε αρχικό στάδιο επιχειρηματικής δραστηριοποίησης το καλοκαίρι του 2011 ήταν 8%, επίδοση με την οποία η χώρα μας κατατάσσεται στην 4^η υψηλότερη θέση ανάμεσα στις πλούσιες χώρες του πλανήτη.

Η εξέλιξη του δείκτη στα εννέα χρόνια ελληνικής συμμετοχής στο GEM αποκαλύπτει τον τρόπο με τον οποίο η έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα αντέδρασε στην κρίση. Ανάμεσα στο 2003 και το 2007 –πριν δηλαδή από την εκδήλωση της κρίσης- ο δείκτης χαρακτηρίζεται από σχετική σταθερότητα, καθώς κινείται ανάμεσα στο 6% και το 8. Αλλά η εμφάνιση της κρίσης εντείνει τη διακύμανση.

Η μεγάλη αυτή διακύμανση του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στη διάρκεια της κρίσης αποκαλύπτει ότι οι Έλληνες αντέδρασαν στην αβεβαιότητα που έφερε η κρίση κάνοντας αυτό που ήξεραν να κάνουν καλύτερα, ιδρύοντας δηλαδή

μικρές επιχειρήσεις. Από την άλλη πλευρά βεβαίως, η ύφεση κάνει πολύ πιο δύσκολη την επιβίωση αυτών των επιχειρημάτων σε σύγκριση με το παρελθόν.

Η Ελλάδα καταγράφει το υψηλότερο ποσοστό καθιερωμένης επιχειρηματικότητας (οι επιχειρηματίες η επιχείρηση των οποίων έχει ξεπεράσει την ηλικία των 3,5 ετών) παγκοσμίως με 15,8%. Παρά λοιπόν την ύφεση που μαστίζει την ελληνική οικονομία, το ποσοστό του πληθυσμού που διατηρεί την θέση του ως καθιερωμένοι επιχειρηματίες δεν έχει μεταβληθεί σημαντικά καθ' όλη την πενταετία της κρίσης. Η πραγματικότητα αυτή αντανακλάται και στον δείκτη συνολικής επιχειρηματικότητας που βρίσκεται στο 23,4%, ένα από τα υψηλότερα ποσοστά παγκοσμίως και το υψηλότερο ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Σε απόλυτους αριθμούς, η συνολική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα είναι μια δραστηριότητα που αφορά περισσότερα από 1,5 εκ. άτομα.

Το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM διερευνά επίσης σε ετήσια βάση την αναστολή επιχειρηματικής δραστηριότητας. Με ποσοστό εγκατάλειψης της επιχειρηματικής δραστηριότητας στο 3%, η Ελλάδα καταγράφει μια από τις υψηλότερες επιδόσεις ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Ο σημαντικότερος λόγος για τη διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα είναι η έλλειψη κερδοφορίας, καθώς σχεδόν επτά στους δέκα Έλληνες δηλώνουν ότι αυτός ήταν ο λόγος για τον οποίο εγκατέλειψαν τον επιχειρηματικό στίβο. Είναι δε ενδιαφέρον ότι, παρ' όλο που η χώρα μαστίζεται από πρωτόγνωρη έλλειψη ρευστότητας, λιγότεροι από ένας στους δέκα θεωρεί ότι αυτός είναι ο λόγος που οδηγήθηκε στη διακοπή της δραστηριότητάς του.

Σε όλη την περίοδο της ελληνικής συμμετοχής στο GEM, το μεγαλύτερο ποσοστό των νέων επιχειρημάτων απευθύνονταν στον τελικό καταναλωτή. Ωστόσο, στην τριετία της κρίσης το ποσοστό αυτό είναι σαφώς μειωμένο. Από το 70% το 2005, τα τρία τελευταία χρόνια κινείται σταθερά κάτω από το 50%. Αλλά μεγαλύτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το ποσοστό των νέων επιχειρημάτων που κατευθύνεται προς υπηρεσίες προς επιχειρήσεις. Σε αυτό τον δείκτη, εμφανίζεται μια σαφώς ανοδική πορεία. Άρα το εύρημα αυτό αποτελεί μια σοβαρή ένδειξη ότι η κρίση φαίνεται να έχει θέση σε κίνηση διαδικασίες αναδιάρθρωσης, ακόμα και σε αυτό το επίπεδο της «μικρής» επιχειρηματικότητας.

Όσον αφορά τις προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης, η Ελλάδα καταγράφει ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά επιχειρήσεων «υψηλής ανάπτυξης» ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Μόλις 2,8% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων προσδοκούσαν το 2011 ότι το εγχείρημά τους θα δημιουργήσει περισσότερες από 20 νέες θέσεις εργασίας μετά από μία πενταετία, ενώ τρεις στους τέσσερις δήλωσαν ότι προσδοκούν να απασχολήσουν το πολύ έως πέντε νέους εργαζόμενους. Τα δεδομένα αυτά δεν έχουν αλλάξει ουσιαστικά από την αρχή της ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Με άλλα λόγια, η κυριαρχία της μικρής επιχείρησης στην ελληνική οικονομία όχι μόνο διατηρείται, αλλά φαίνεται και να αναπαράγεται.

Το 2011 ένα στα τρία νέα εγχειρήματα κατέγραφε κάποια καινοτομικότητα ή/και χαμηλή ένταση ανταγωνισμού. Με αυτή την επίδοση η χώρα μας κατελάμβανε την 8^η θέση ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Αν το εύρημα αυτό συνδυαστεί με την μεταβολή της κλαδικής κατανομής των νέων εγχειρημάτων, δικαιολογείται η υπόθεση ότι πρόκειται για μιαν ακόμα ένδειξη αναδιάρθρωσης. Πράγματι, καθώς η ύφεση συρρικνώνει τις παραδοσιακές δραστηριότητες, είναι εύλογο να αναμένει κανείς ότι τα νέα εγχειρήματα θα στρέφονται σε κατευθύνσεις που δεν είναι υπερφορτωμένες, είτε προσφέροντας καινοτομικά προϊόντα/υπηρεσίες, είτε μπαίνοντας σε νέες νησίδες αγοράς.

Επιχειρηματικές προδιαθέσεις και κίνητρα

Η είσοδος στον επιχειρηματικό στίβο είναι πάντα μια δύσκολη απόφαση, η οποία εξαρτάται από μια σειρά παραγόντων. Κάποιοι από αυτούς τους παράγοντες είναι ευρύτερα πολιτισμικοί, με την έννοια ότι αφορούν τις γενικότερες στάσεις και αντιλήψεις απέναντι στην επιχειρηματική δραστηριότητα που επικρατούν σε μια κοινωνία σε μια συγκεκριμένη περίοδο. Κάποιοι άλλοι παράγοντες είναι αυστηρά προσωπικοί. Εδώ ιδιαίτερη σημασία έχουν παράγοντες όπως η αξιολόγηση των ικανοτήτων και της εμπειρίας του από τον ίδιο τον επιχειρηματία, αλλά και το «θάρρος» του για την είσοδο σε μια νέα δραστηριότητα, τα αποτελέσματα της οποίας δεν μπορεί παρά να ενέχουν μεγάλη αβεβαιότητα. Από κοινού, οι πολιτισμικοί και οι προσωπικοί παράγοντες μπορεί να θεωρηθεί ότι προσδιορίζουν τις προδιαθέσεις για επιχειρηματική δραστηριοποίηση.

Ο πρώτος παράγοντας που διερευνάται είναι η ύπαρξη/αντίληψη επιχειρηματικών ευκαιριών. Εδώ η Ελλάδα καταγράφει τη δεύτερη χαμηλότερη επίδοση παγκοσμίως. Μάλιστα, το ποσοστό εκείνων που βλέπουν ευκαιρίες είναι σχεδόν ίδιο με το ποσοστό εκείνων που τελικά δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά. Βεβαίως, με δεδομένη τη βαθειά ύφεση που διέρχεται η ελληνική οικονομία, το εύρημα αυτό είναι αναμενόμενο. Ωστόσο, το πιο ενδιαφέρον εύρημα είναι ότι κατά τα τελευταία εννέα έτη –άρα, συμπεριλαμβανομένης και μιας περιόδου ταχείας μεγέθυνσης- ο σχετικός δείκτης στην Ελλάδα ποτέ δεν ξεπέρασε το 30%. Ακόμα λοιπόν και πριν την κρίση, οι Έλληνες δεν έβλεπαν σημαντικές επιχειρηματικές ευκαιρίες γύρω τους.

Διερευνώνται ακόμα δύο πολιτισμικοί παράγοντες (η επιχειρηματικότητα ως καλή επιλογή σταδιοδρομίας και οι επιχειρηματίες ως άτομα άξια σεβασμού). Σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες καινοτομίας, οι ελληνικοί δείκτες είναι σχετικά υψηλοί. Βεβαίως, το γεγονός ότι το 61% του πληθυσμού θεωρεί την επιχειρηματικότητα ως καλή επιλογή σταδιοδρομίας δεν είναι παράξενο για μια χώρα με τεράστιο ποσοστό μικρών επιχειρήσεων στην οικονομία της. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον, ωστόσο, παρουσιάζει ο δείκτης που αφορά στην προβολή επιτυχημένων περιπτώσεων επιχειρηματικότητας από τα μαζικά μέσα ενημέρωσης. Ο δείκτης αυτός προσπαθεί να προσεγγίσει δύο ζητήματα: α) το βαθμό στον οποίο επιτυχημένες περιπτώσεις επιχειρηματικότητας αποτελούν θέματα της καθημερινότητας των πολιτών και β) το βαθμό στον οποίο η επιτυχημένη επιχειρηματικότητα προκαλεί το ενδιαφέρον και την εκτίμησή τους. Το εντυπωσιακό εδώ είναι ότι η Ελλάδα καταγράφει τη χαμηλότερη επίδοση παγκοσμίως. Με άλλα λόγια, όσο και αν οι Έλληνες θεωρούν την επιχειρηματικότητα καλή επιλογή σταδιοδρομίας και εκτιμούν τους ίδιους τους επιχειρηματίες, η επιχειρηματικότητα απουσιάζει από το δημόσιο λόγο.

Ο πρώτος προσωπικός παράγοντας που καταγράφεται είναι η εκτίμηση των ατόμων του δείγματος σχετικά με το αν κατέχουν τις γνώσεις, την ικανότητα και την εμπειρία που απαιτούνται για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας. Το ποσοστό που καταγράφει η χώρα μας (σχεδόν 50%) είναι από τα υψηλότερα ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Με άλλα λόγια, οι Έλληνες θεωρούν ότι προσωπικά διαθέτουν τις απαραίτητες ικανότητες για επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Ας σημειωθεί εδώ ότι δεν πρόκειται για νέο εύρημα, καθώς αυτή η υψηλή αυτοπεποίθηση των Ελλήνων προκύπτει σταθερά σε όλες τις έρευνες στη χώρα μας από το 2003.

Ο δεύτερος προσωπικός παράγοντας είναι ο φόβος της αποτυχίας. Στην Ελλάδα, τέσσερις στους δέκα επίδοξοι/νέοι επιχειρηματίες δηλώνουν ότι φοβούνται την επιχειρηματική αποτυχία. Το εντυπωσιακό στοιχείο εδώ είναι ότι αυτός ο φόβος εκφράζεται στο πλαίσιο ενός πληθυσμού με τεράστια εμπιστοσύνη στις ικανότητές του. Δεδομένου δε ότι το ίδιο εύρημα προκύπτει σταθερά όλα τα χρόνια ελληνικής συμμετοχής στο GEM, φαίνεται να υποδηλώνει ότι είναι ανεξάρτητο από την κρίση και ότι μάλλον αποτελεί ένα σταθερό πολιτισμικό χαρακτηριστικό στη χώρα μας.

Οι προδιαθέσεις βεβαίως δεν αρκούν για να ωθήσουν κάποιον στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Για να συμβεί αυτό πρέπει επίσης το άτομο να έχει κίνητρο να πράξει ανάλογα. Στο πλαίσιο του ερευνητικού προγράμματος του GEM γίνεται διάκριση ανάμεσα σε δύο τύπους επιχειρηματικότητας, ανάλογα με τα κίνητρα τα οποία κινητοποιούν την απόφαση του ατόμου να εισέλθει στον επιχειρηματικό στίβο: α) **η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας**, που αναφέρεται στην επιχειρηματικότητα που έχει ως κίνητρο κυρίως την αξιοποίηση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας και β) **η επιχειρηματικότητα ανάγκης**, που αναφέρεται στην περίπτωση όπου το άτομο ωθείται στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας λόγω έλλειψης άλλων επιλογών εργασίας.

Σε όλη την περίοδο 2003-7, τα χρόνια δηλαδή της οικονομικής ευημερίας στην Ελλάδα, εκδηλώνεται η τάση αύξησης της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας και, κυρίως, μείωσης της επιχειρηματικότητας ανάγκης. Η τάση αντιστρέφεται από το 2008, στην περίοδο δηλαδή της κρίσης. Στην περίοδο αυτή, το ποσοστό των επίδοξων/νέων επιχειρηματιών που κινητοποιούνται από την ανάγκη είναι μεγαλύτερο από το παρελθόν. Αυτό δεν μπορεί παρά να έχει επιπτώσεις και στην ποιοτική πλευρά των νέων εγχειρημάτων.

Επιχειρηματικότητα, φύλο και ηλικία

Η Ελλάδα καταλαμβάνει την έκτη θέση ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας ως προς τη συμμετοχή των γυναικών, καθώς το 2011 το 6% των γυναικών στη χώρα μας βρισκόταν στο αρχικό στάδιο κάποιου τύπου επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Ως προς τα κίνητρα της γυναικείας επιχειρηματικότητας, όλες οι έρευνες του GEM αποκαλύπτουν ότι το κίνητρο της ανάγκης είναι ισχυρότερο του κινήτρου της ευκαιρίας σε σύγκριση με τους άνδρες. Το εύρημα αυτό επιβεβαιώνεται και το 2011.

Η κρίση έχει οδηγήσει σε μια περισσότερο ισομερή κατανομή της νέας επιχειρηματικότητας ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες. Το 2005 σχεδόν το 75% των επίδοξων/νέων επιχειρηματιών ήταν άνδρες. Αντίθετα, κατά την τριετία της κρίσης (2009-2011), η γυνακεία συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων αγγίζει το 35%. Το εύρημα είναι αναμενόμενο για δύο λόγους. Ο πρώτος είναι η υπεροχή των γυναικών στην επιχειρηματικότητα ανάγκης, η οποία ευλόγως αυξάνει στη διάρκεια της ύφεσης. Δεύτερον, το γεγονός ότι η ανεργία πλήττει περισσότερο τις γυναίκες από τους άνδρες, οδηγεί μεγαλύτερα ποσοστά γυναικών στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση για την εξασφάλιση του οικογενειακού βιοπορισμού.

Ως προς την ηλικιακή κατανομή της νέας επιχειρηματικότητας, παρατηρείται μια σημαντική διαφορά ανάμεσα σε 2010 και 2011 στην Ελλάδα. Το 2010 το ηλικιακό κλιμάκιο που κατέγραφε το υψηλότερο ποσοστό ήταν το 45-54, ενώ τον επόμενο χρόνο εκείνο που επικρατεί είναι το 35-44. Πώς μπορεί να εξηγηθεί αυτή η εξέλιξη; Φαίνεται ότι το 2010 μεγαλύτερες ηλικίες οδηγήθηκαν στην επιχειρηματική δραστηριότητα καθώς έμεναν άνεργοι ή και για λόγους «προληπτικούς», φοβούμενοι δηλαδή ότι η θέση εργασίας τους δεν θα ήταν εξασφαλισμένη. Αντίθετα, το 2011 ο καλπασμός της ανεργίας των νέων σήμαινε ότι η πιθανότητα εξασφάλισης μιας θέσης εργασίας μειωνόταν ραγδαία, με αποτέλεσμα η στροφή νεότερων ηλικιών στον επιχειρηματικό στίβο να αποτελεί βασική επιλογή βιοπορισμού.

Το θεσμικό περιβάλλον

Σε κάθε χώρα, η επιχειρηματική δραστηριότητα εξελίσσεται σε ένα συγκεκριμένο θεσμικό πλαίσιο, το οποίο μπορεί να ευνοεί ή να μην ευνοεί την εκδήλωση της επιχειρηματικότητας σε πολύ διαφορετικούς βαθμούς και με πολύ διαφορετικούς τρόπους. Για τη διερεύνηση αυτού του ζητήματος το GEM χρησιμοποιεί ένα άλλο ερευνητικό εργαλείο –πέρα δηλαδή από την έρευνα πληθυσμού: συνεντεύξεις με εθνικούς εμπειρογνώμονες, οι οποίοι επιλέγονται λόγω της γνώσης και των εμπειριών που κατέχουν σε διάφορες διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος σε κάθε χώρα. Πρόκειται για ακαδημαϊκούς, άτομα που προέρχονται από τον επιχειρηματικό χώρο, αλλά και διαμορφωτές πολιτικής. Στην Ελλάδα η ομάδα των εθνικών εμπειρογνομώνων περιλαμβάνει 36 άτομα.

Κατά τους Έλληνες εμπειρογνώμονες, η χώρα μας πλησιάζει το μέσο επίπεδο των χωρών καινοτομίας μόνο σε δύο διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος που ορίζει το GEM, οι οποίοι αφορούν την εκπαίδευση (βασική και μεταλυκειακή). Τις χειρότερες επιδόσεις καταγράφει η Ελλάδα στις διαστάσεις που αφορούν τη χρηματοδοτική υποστήριξη της επιχειρηματικότητας και την ύπαρξη κυβερνητικών προγραμμάτων για την ενίσχυσή της. Το ίδιο αρνητική –αν και σε οριακά χαμηλότερο βαθμό- είναι η αξιολόγηση των Ελλήνων εμπειρογνομώνων στις διαστάσεις του γενικότερου πλαισίου των εθνικών πολιτικών και της Νομοθεσίας.

Υπάρχει μία διάσταση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος –η δυναμική των αγορών- για την οποία οι Έλληνες εμπειρογνώμονες θεωρούν ότι στη χώρα μας είναι εντονότερη –ότι δηλαδή τα δεδομένα των αγορών τείνουν να μεταβάλλονται με μεγάλη ταχύτητα- από τον μέσο όρο των αξιολογήσεων για τις χώρες καινοτομίας. Ωστόσο, σε όλες τις άλλες διαστάσεις η αξιολόγηση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος από τους Έλληνες εμπειρογνώμονες είναι αρνητική. Ξεχωρίζουν ιδιαίτερα η αρνητικότητα σχετικά με την Κουλτούρα και τη Νοοτροπία έναντι της επιχειρηματικότητας και η δυσκολία πρόσβασης –κατά τους εμπειρογνώμονες- στις εγχώριες αγορές που αντιμετωπίζουν οι νέες επιχειρήσεις.

Οι επιπτώσεις της κρίσης στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων

Εξετάζεται ακόμα το πώς τα ίδια τα άτομα που εισέρχονται στον επιχειρηματικό στίβο αξιολογούν τις επιπτώσεις της κρίσης. Η σημασία τέτοιων δεδομένων έγκειται στο ότι επιτρέπουν την εξαγωγή συμπερασμάτων για τον τρόπο με τον οποίο η κρίση επιδρά στην επιχειρηματική δραστηριότητα από χρόνο σε χρόνο, από το αν δηλαδή στη συγκεκριμένη χρονική στιγμή οι ίδιοι οι επιχειρηματίες θεωρούν ότι το περιβάλλον έχει γίνει χειρότερο ή καλύτερο σε σύγκριση με το προηγούμενο διάστημα.

Το πρώτο ζήτημα που εξετάζει το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM είναι το κατά πόσον, κατά τη στιγμή της διεξαγωγής της έρευνας, οι ίδιοι οι επιχειρηματίες κρίνουν ότι οι δυσκολίες ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης έχουν αυξηθεί ή έχουν μειωθεί σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Το 2011 και το 2010 λοιπόν, τρεις στους τέσσερις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων έκριναν ότι οι δυσκολίες ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης είχαν αυξηθεί σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Είναι λοιπόν

αξιοσημείωτο ότι η αύξηση των δυσκολιών εκκίνησης μιας νέας επιχείρησης δεν αποθαρρύνει αυτούς τους ανθρώπους από το να εισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο.

Το δεύτερο ζήτημα που εξετάζει το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM αφορά τις δυσκολίες ανάπτυξης μιας νέας επιχείρησης, πάντα με βάση τις εκτιμήσεις των ίδιων των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων. Στο ζήτημα αυτό, οι νέοι επιχειρηματίες θεωρούν ότι οι δυνατότητες ανάπτυξης μιας νέας επιχείρησης χειροτερεύουν από χρόνο σε χρόνο. Μάλιστα, στο συγκεκριμένο ζήτημα εμφανίζεται μια εντονότατη αύξηση αυτής της αρνητικής αξιολόγησης ανάμεσα στο 2009 και στο 2010, τα πρώτα ήδη χρόνια της εμφάνισης της κρίσης.

Ωστόσο, τα πιο ενδιαφέροντα συμπεράσματα προκύπτουν από τη διερεύνηση ενός τρίτου ζητήματος, το κατά πόσον, κατά την εκτίμηση πάντα των ίδιων των επιχειρηματιών που ξεκινούν τώρα την επιχειρηματική τους σταδιοδρομία, η κρίση έχει οδηγήσει σε αύξηση των επιχειρηματικών ευκαιριών που αντιλαμβάνονται. Προκαλεί εντύπωση εδώ η μεγάλη αύξηση όσων απαντούν ότι υπάρχουν περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες σε σύγκριση με τον προηγούμενο χρόνο. Μάλιστα, το σχετικό ποσοστό φαίνεται ότι αυξάνει σταθερά τα τρία τελευταία χρόνια. Πρόκειται για μια ένδειξη ότι η «δεξαμενή» των επιχειρηματικών ευκαιριών δεν έχει εξαντληθεί και μάλιστα ότι τα ίδια τα άτομα έχουν συνείδηση αυτής της πραγματικότητας και ότι, άρα, ενδεχομένως να σπεύσουν να την εκμεταλλευθούν μόλις το επιτρέψουν οι γενικότερες συνθήκες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Το 2011 ήταν το 13^ο έτος διεξαγωγής της ετήσιας έρευνας του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας (Global Entrepreneurship Monitor GEM) και το όγδοο συνεχόμενο έτος με ελληνική συμμετοχή. Το διάστημα αυτό συγκεντρώθηκε ένας μεγάλος όγκος εμπειρικών δεδομένων που επιτρέπουν την ανάλυση της διαχρονικής εξέλιξης της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε κάθε χώρα, αλλά και έγκυρες διεθνικές συγκρίσεις ανάμεσα σε συγκεκριμένες χώρες ή ομάδες χωρών.

Ωστόσο, το πιο σημαντικό είναι ότι αυτός ο όγκος δεδομένων καλύπτει πλέον την περίοδο τόσο πριν, όσο και μετά την παγκόσμια κρίση. Δίδεται έτσι η δυνατότητα να εξεταστεί αναλυτικά ο τρόπος με τον οποίο η επιχειρηματική δραστηριότητα εξελίσσεται σε πολύ διαφορετικές φάσεις του οικονομικού κύκλου. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία για την αποτίμηση της εξέλιξης της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα σήμερα, καθώς επιτρέπει την ανάλυση τόσο της εξέλιξης των διαφόρων δεικτών πριν και μετά την κρίση, όσο και την τοποθέτηση της χώρας μας στο διεθνές πλαίσιο και τη σύγκριση με τον τρόπο με τον οποίο η επιχειρηματικότητα σε άλλες χώρες επηρεάστηκε από την κρίση.

Στο παρόν Κεφάλαιο εξετάζονται οι βασικοί δείκτες της επιχειρηματικότητας κατά GEM και αναλύονται τα βασικά ποιοτικά χαρακτηριστικά των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων.

1.1. Η εξέλιξη των βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα το 2011

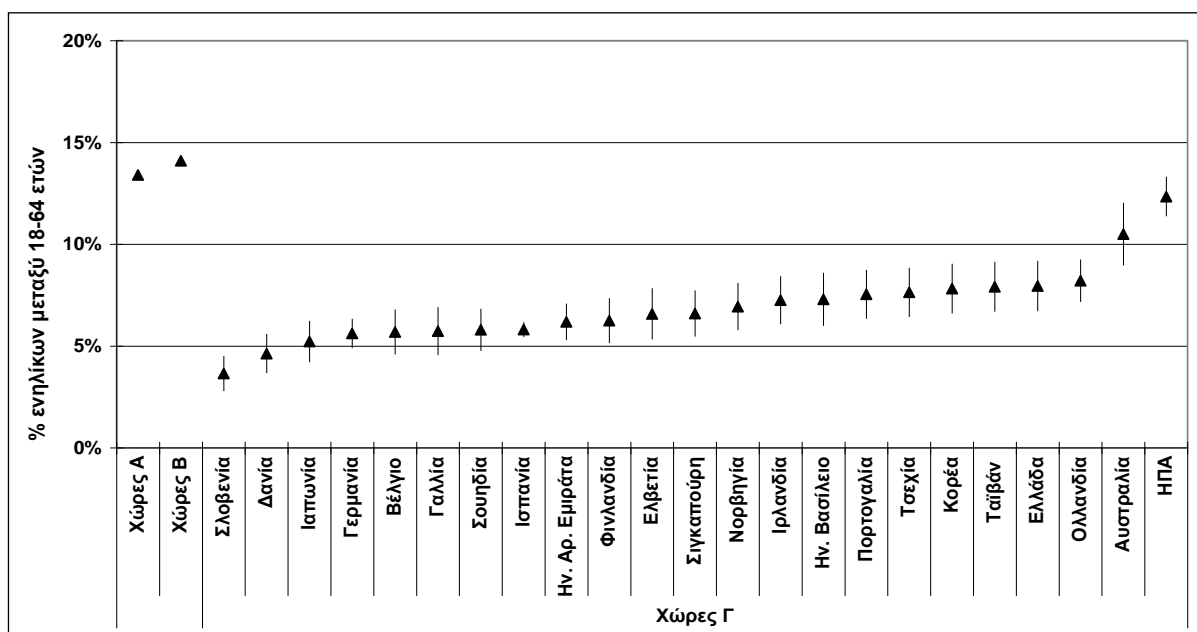
Ο πρώτος δείκτης μέτρησης της επιχειρηματικότητας στο πλαίσιο της έρευνας του GEM αφορά στο επίπεδο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων (Early-Stage Entrepreneurial activity) που εκδηλώνεται σε μια οικονομία. Αποτυπώνει δηλαδή τη δραστηριότητα που εκδηλώνεται για την εκκίνηση νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων σε κάθε χώρα. Ο δείκτης περιλαμβάνει δύο κατηγορίες ατόμων: τους επίδοξους και τους νέους επιχειρηματίες¹. Πρόκειται για τα άτομα που είχαν, κατά

¹ Πιο αναλυτικά, οι επίδοξοι επιχειρηματίες είναι τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που – κατά το τελευταίο 12-μηνο από τη στιγμή της έρευνας- είχαν ξεκινήσει κάποιες προκαταρκτικές ενέργειες στην

την περίοδο της έρευνας, προχωρήσει σε κάποιες προκαταρτικές ενέργειες στην κατεύθυνση έναρξης μιας επιχείρησης (επίδοξοι επιχειρηματίες), ή είχαν ήδη ξεκινήσει μια νέα δραστηριότητα για τουλάχιστον τρεις, αλλά λιγότερο από 42 μήνες (νέοι επιχειρηματίες). Στο Διάγραμμα 1.1 απεικονίζεται το επίπεδο αυτού του δείκτη για το 2011.

Διάγραμμα 1.1

Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (νέοι και επίδοξοι επιχειρηματίες) ανά χώρα το 2011 (95% διάστημα εμπιστοσύνης)



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

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM διακρίνει τις χώρες που έλαβαν μέρος το 2011 σε τρεις ομάδες, ανάλογα με βασική πηγή του προϊόντος που παράγουν.² Η πρώτη (Ομάδα Α) περιλαμβάνει χώρες χαμηλού κατά κεφαλήν εισοδήματος, το προϊόν των οποίων προέρχεται κυρίως από την εκμετάλλευση πρωτογενών συντελεστών παραγωγής. Η δεύτερη (Ομάδα Β) περιλαμβάνει χώρες μεσαίου εισοδήματος, η

κατεύθυνση έναρξης ενός νέου εγχειρήματος στο οποίο θα είναι είτε αποκλειστικοί ιδιοκτήτες, είτε θα συνεταιρίζονται με κάποιο άλλο άτομο. Εδώ περιλαμβάνονται και όσοι ενδεχομένως έχουν ήδη ξεκινήσει τη λειτουργία της επιχείρησής τους, εφόσον αυτή λειτουργεί όμως για διάστημα μικρότερο των τριών μηνών. Οι νέοι επιχειρηματίες, είναι τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που είναι ιδιοκτήτες ή συνιδιοκτήτες ενός νέου εγχειρήματος που λειτουργεί για τουλάχιστον τρεις, αλλά όχι περισσότερους από 42 μήνες. Αναλυτικότερα στοιχεία για τους βασικούς ορισμούς που υιοθετούνται στο πλαίσιο του GEM παρουσιάζονται στο Παράρτημα.

² Το GEM ακολουθεί εδώ την ομαδοποίηση του World Economic Forum στο Global Competitiveness Report.

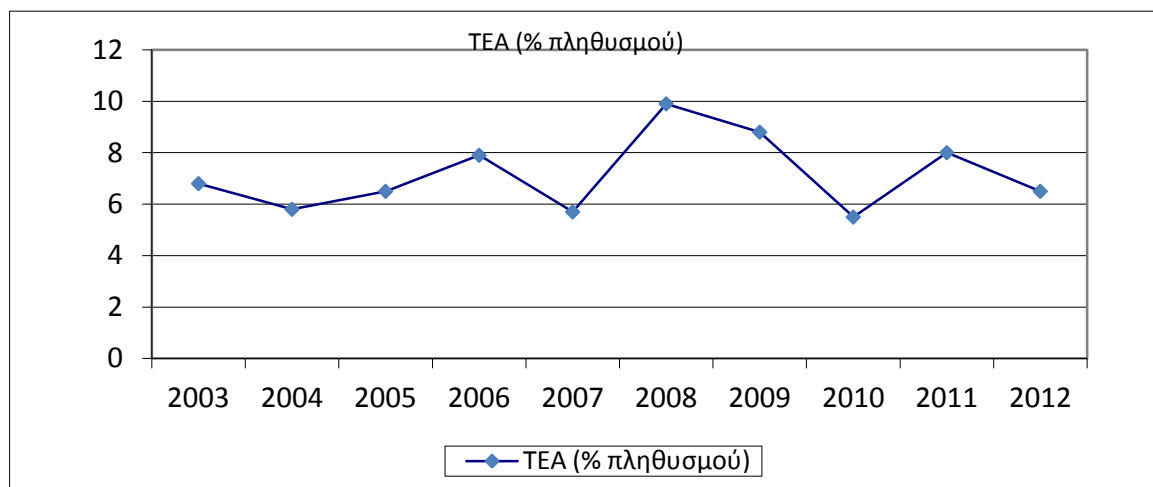
ανάπτυξη των οποίων βασίζεται στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας της οικονομίας. Τέλος η Τρίτη (Ομάδα Γ) περιλαμβάνει χώρες υψηλού εισοδήματος, οι οποίες βασίζουν την ανάπτυξή στη συνεχή προώθηση της καινοτομίας προϊόντος και διεργασιών.

Οι επιδόσεις των χωρών που έλαβαν μέρος στην έρευνα του GEM το 2011 επιβεβαιώνουν ένα δεδομένο που αποτελεί σταθερό εύρημα σε όλες τις ετήσιες έρευνες που έχει πραγματοποιήσει το GEM από συστάσεώς του. Πρόκειται για τη διαπίστωση ότι υψηλότερη επιχειρηματική δραστηριότητα –με την έννοια της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, την έναρξη δηλαδή νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων-, εμφανίζουν κυρίως οι χώρες που ανήκουν στις ομάδες Α και Β, τις χώρες χαμηλού εισοδήματος και επιπέδου ανάπτυξης. Η εξήγηση, όπως έχει επανειλημμένα υποστηριχθεί στις Εκθέσεις του IOBE, πρέπει να αναζητηθεί στην αυξημένη «επιχειρηματικότητα ανάγκης» που εμφανίζουν αυτές οι χώρες, ζήτημα που θα συζητηθεί αναλυτικά στο επόμενο Κεφάλαιο. Βεβαίως, ένα πρώτο συμπέρασμα που μπορεί να εξαχθεί είναι ότι θα ήταν λάθος να θεωρηθεί ότι υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων είναι συνώνυμο οικονομικής επιτυχίας. Το αντίθετο, μπορεί να εκληφθεί ως σύμπτωμα υπανάπτυξης.

Στην Ελλάδα, το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64, που βρισκόταν σε αρχικό στάδιο επιχειρηματικής δραστηριοποίησης το καλοκαίρι του 2011 ήταν 8%, επίδοση με την οποία η χώρα μας κατατάσσεται στην 4^η υψηλότερη θέση ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας (Ομάδα Γ). Αυτό το υψηλό –για τη συγκεκριμένη ομάδα χωρών- ποσοστό δεν προκαλεί βεβαίως προβληματισμό, με δεδομένη την κυριαρχία μικρών επιχειρήσεων στη δομή του οικονομικού συστήματος στην Ελλάδα. Ωστόσο, ο δείκτης δεν ήταν τόσο υψηλός καθ’ όλα τα έτη ελληνικής συμμετοχής στο GEM, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 2 που ακολουθεί. Στην πραγματικότητα, τα δεδομένα που απεικονίζονται στο Διάγραμμα έχουν ιδιαίτερη σημασία καθώς επιτρέπουν κάποια πρώτα συμπεράσματα σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο η εκκίνηση νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα αντέδρασε στην εμφάνιση της κρίσης.

Διάγραμμα 1.2

Εξέλιξη δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα 2003-12



Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Η εξέλιξη του δείκτη στα εννέα χρόνια ελληνικής συμμετοχής στο GEM οδηγεί σε ένα σημαντικό συμπέρασμα σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο η έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα αντέδρασε στην κρίση. Παρατηρείται ότι, ανάμεσα στο 2003 και το 2007 –πριν δηλαδή από την εκδήλωση της κρίσης- ο δείκτης χαρακτηρίζεται από σχετική σταθερότητα, καθώς κινείται ανάμεσα στο 6% και το 8%, εύρος που βρίσκεται εντός των ορίων του στατιστικού σφάλματος. Αλλά είναι φανερό ότι η εμφάνιση της κρίσης εντείνει τη διακύμανση του Δείκτη, ο οποίος εμφανίζει πλέον περισσότερο ακραίες τιμές, από σχεδόν 10% το 2008 έως μόλις 5,5% το 2010. Ας σημειωθεί δε ότι το Διάγραμμα περιλαμβάνει και μια πρώτη εκτίμηση για το ύψος του δείκτη το 2012, βασισμένη στα πρώτα εναρμονισμένα στοιχεία από την έρευνα πληθυσμού.

Όπως έχει επισημανθεί στις προηγούμενες Εκθέσεις του IOBE τα τελευταία χρόνια, η μεγάλη αυτή διακύμανση του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στη διάρκεια της κρίσης αποκαλύπτει ότι οι Έλληνες αντέδρασαν στην αβεβαιότητα που έφερε η κρίση κάνοντας αυτό που ήξεραν να κάνουν καλύτερα, ιδρύοντας δηλαδή μικρές επιχειρήσεις. Από την άλλη πλευρά βεβαίως, η ύφεση κάνει πολύ πιο δύσκολη την επιβίωση αυτών των εγχειρημάτων σε σύγκριση με το παρελθόν. Η αλληλεπίδραση αυτών των δύο τάσεων οδηγεί λοιπόν σε μεγάλη διακύμανση το δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, στο πλαίσιο του εννοιολογικού μοντέλου του GEM, η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων αποτελεί σύνθετο δείκτη, ο οποίος συνιστάται

από το άθροισμα «επίδοξων» και «νέων» επιχειρηματιών. Η έρευνα του GEM υπολογίζει ακόμα τον δείκτη «καθιερωμένης» επιχειρηματικότητας –όσοι είναι ιδιοκτήτες ενός εγχειρήματος που έχει ξεπεράσει τους 42 μήνες λειτουργίας- και την «συνολική» επιχειρηματικότητα, που αποτελεί το άθροισμα όλων των επιμέρους δεικτών. Ο Πίνακας 1.1 συνοψίζει τα αποτελέσματα του 2011.

Πίνακας 1.1

Συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανά χώρα, 2011

(% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών)

	Επίδοξοι επιχειρηματίες	Νέοι επιχειρηματίες	Επιχ/κότητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα
Χώρες Α	11,1	5,5	16,1	6,1	21,9
Χώρες Β	8,4	5,9	14,1	7,2	20,8
Αυστραλία	6,0	4,7	10,5	9,1	17,8
Βέλγιο	2,7	3,0	5,7	6,8	12,2
Τσεχία	5,1	2,7	7,6	5,2	11,8
Δανία	3,1	1,6	4,6	4,9	9,0
Φινλανδία	3,0	3,3	6,3	8,8	14,0
Γαλλία	4,1	1,7	5,7	2,4	7,0
Γερμανία	3,4	2,4	5,6	5,6	11,0
Ελλάδα	4,4	3,7	8,0	15,8	23,4
Ιρλανδία	4,3	3,1	7,2	8,0	13,0
Ιαπωνία	3,3	2,0	5,2	8,3	13,1
Κορέα	2,9	5,1	7,8	10,9	16,6
Ολλανδία	4,3	4,1	8,2	8,7	14,9
Νορβηγία	3,7	3,3	6,9	6,6	13,0
Πορτογαλία	4,6	3,0	7,5	5,7	12,9
Σιγκαπούρη	3,8	2,8	6,6	3,3	8,9
Σλοβενία	1,9	1,7	3,7	4,8	8,0
Ισπανία	3,3	2,5	5,8	8,9	13,2
Σουηδία	3,5	2,3	5,8	7,0	11,0
Ελβετία	3,7	2,9	6,6	10,1	16,5
Ταϊβάν	3,6	4,4	7,9	6,3	13,5
Ην. Αρ. Εμιράτα	3,7	2,6	6,2	2,7	8,3
Ην. Βασίλειο	4,7	2,6	7,3	7,2	12,9
ΗΠΑ	8,3	4,3	12,3	9,1	18,3
Χώρες Γ	4,0	3,0	6,9	7,2	13,9
M.O. GEM	6,9	4,7	11,4	6,7	18,1

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

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

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Σε διεθνές επίπεδο, το ενδιαφέρον εύρημα εδώ είναι ότι στις ομάδες χωρών Α και Β ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων είναι σημαντικά υψηλότερος από τον δείκτη καθιερωμένης επιχειρηματικότητας. Και πάλι, η σημαντικότερη εξήγηση για αυτό το φαινόμενο σχετίζεται με την έννοια της επιχειρηματικότητας ανάγκης. Το γεγονός ότι οι κάτοικοι αυτών των χωρών δεν έχουν εύκολη πρόσβαση σε μισθωτή εργασία τους ωθεί στη συνεχή έναρξη «μικροδουλειών» με στόχο τον βιοπορισμό. Αλλά καθώς αυτές οι μικροδουλειές ξεκινούν σε ένα πολύ δυσχερές περιβάλλον, λίγες κατορθώνουν να επιβιώσουν για περισσότερο από 3,5 έτη, έτσι ώστε να καταγραφούν στην έρευνα ως καθιερωμένα εγχειρήματα. Έτσι, μολονότι οι χώρες Α και Β καταγράφουν υψηλά ποσοστά «συνολικής» επιχειρηματικότητας –πρόκειται για το άθροισμα επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων και καθιερωμένης επιχειρηματικότητας- αυτά προέρχονται από τη συνεχή γέννηση νέων εγχειρημάτων και όχι από την ανάπτυξη των επιχειρήσεων που θα τις οδηγούσε να αποκτήσουν τον χαρακτήρα των καθιερωμένων.

Η Ελλάδα καταγράφει το υψηλότερο ποσοστό καθιερωμένης επιχειρηματικότητας παγκοσμίως. Με δεδομένη τη δομή της ελληνικής οικονομίας και την κυριαρχία της μικρής επιχείρησης, το εύρημα αυτό δεν πρέπει να προκαλεί έκπληξη. Ωστόσο, έχει ενδιαφέρον το γεγονός ότι, παρά την ύφεση που μαστίζει την ελληνική οικονομία, το ποσοστό του πληθυσμού που διατηρεί την θέση του ως καθιερωμένοι επιχειρηματίες δεν έχει μεταβληθεί σημαντικά καθ' όλη την πενταετία της κρίσης. Η πραγματικότητα αυτή αντανακλάται και στον δείκτη συνολικής επιχειρηματικότητας. Για την Ελλάδα, ο σχετικός δείκτης βρίσκεται στο 23,4%, ένα από τα υψηλότερα ποσοστά παγκοσμίως και το υψηλότερο ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Σε απόλυτους αριθμούς, η συνολική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα είναι μια δραστηριότητα που αφορά κοντά στα 1,5 εκ. άτομα.

Ο Πίνακας 1.2 που ακολουθεί αποτυπώνει την εξέλιξη των βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας κατά GEM για το διάστημα 2007-2011, καθ' όλη δηλαδή την περίοδο της κρίσης. Όπως θα σχολιαστεί στη συνέχεια, το ενδιαφέρον εδώ εστιάζεται στην εντυπωσιακή σταθερότητα των δεικτών καθιερωμένης και συνολικής επιχειρηματικότητας.

Πίνακας 1.2

Εξέλιξη βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών)

	Επίδοξη επι/κότητα	Νέα Επι/κότητα	Επι/κότητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένη επι/κότητα	Συνολική Επι/κότητα
2007	4,6	1,1	5,7	13,3	18,7
2008	5,3	4,6	9,9	12,6	22,0
2009	4,5	4,7	8,8	15,1	23,6
2010	2,0	3,5	5,3	14,2	18,8
2011	4,4	3,7	8,0	15,8	23,4
M.O.	4,2	3,5	7,5	14,2	21,0

Πηγή: GEM, Επεξεργασία στοιχείων IOBE

Κατά την τελευταία πενταετία λοιπόν, η διακύμανση της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας (από 12,6% το 2008 έως 15,8% το 2011) είναι πολύ μικρότερη από τη διακύμανση του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Αυτό οδηγεί και σε μικρή διακύμανση του δείκτη συνολικής επιχειρηματικότητας (από 18,7% το 2007 έως 23,6% το 2009). Με άλλα λόγια, η κρίση δεν φαίνεται να έχει επηρεάσει σημαντικά τον συνολικό αριθμό των ατόμων που έχουν κάποια μορφή επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα. Μένει βεβαίως να εξεταστεί κατά πόσον έχει επηρεάσει το είδος της επιχειρηματικής δραστηριότητας που ασκείται, ζήτημα που θα προσεγγιστεί στην Ενότητα 1.3 στη συνέχεια.

1.2. Διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας

Το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM διερευνά επίσης σε ετήσια βάση την αναστολή επιχειρηματικής δραστηριότητας. Τα σχετικά δεδομένα για το 2011 παρουσιάζονται στον Πίνακα 1.3 που ακολουθεί. Πρέπει να επισημανθεί εισαγωγικά ότι αυτοί που δηλώνουν στην έρευνα πληθυσμού ότι διέκοψαν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα κατά το προηγούμενο έτος μπορεί να είναι είτε άτομα που είχαν πρόσφατα ξεκινήσει επιχειρηματική δραστηριότητα (επιχειρηματίες αρχικών σταδίων), είτε καθιερωμένοι επιχειρηματίες. Με άλλα λόγια, η αναστολή επιχειρηματικής δραστηριότητας δεν είναι δυνατό να συσχετιστεί με τις γεννήσεις νέων επιχειρήσεων.

Πίνακας 1.3

Διακοπή της επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά χώρα, 2011

	Διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας
Χώρες Α	5,7
Χώρες Β	4,3
Αυστραλία	4,3
Βέλγιο	1,4
Γσεχία	2,7
Δανία	2,3
Φινλανδία	2,0
Γαλλία	2,2
Γερμανία	1,8
Ελλάδα	3,0
Ιρλανδία	3,4
Ιαπωνία	0,7
Κορέα	3,2
Ολλανδία	2,0
Νορβηγία	2,5
Πορτογαλία	2,9
Σιγκαπούρη	2,1
Σλοβενία	1,5
Ισπανία	2,2
Σουηδία	3,2
Ελβετία	2,9
Ταϊβάν	4,9
Ην. Αραβικά Εμιράτα	4,8
Ην. Βασίλειο	2,0
ΗΠΑ	4,4
Χώρες Γ	2,7
M.O. GEM	4,2

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

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Σε διεθνές επίπεδο, το βασικό εύρημα που πρέπει να σχολιαστεί είναι το υψηλό ποσοστό διακοπής λειτουργίας που καταγράφεται στις ομάδες χωρών Α και Β. Για τους λόγους που έχουν ήδη αναφερθεί, σε αυτές τις χώρες είναι αναμενόμενο να υπάρχει μεγάλη κινητικότητα προς και από την επιχειρηματική δραστηριότητα, με αποτέλεσμα οι καταγραφόμενοι «θάνατοι» επιχειρήσεων να είναι σχετικά πολυπληθείς. Αντίθετα, στις χώρες καινοτομίας τα ποσοστά των ατόμων που διακόπτουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα είναι σημαντικά χαμηλότερα,

πράγμα που υποδηλώνει ότι οι δυνατότητες επιβίωσης των επιχειρήσεων είναι ευνοϊκότερες.

Με ποσοστό εγκατάλειψης της επιχειρηματικής δραστηριότητας στο 3%, η Ελλάδα καταγράφει μια από τις υψηλότερες επιδόσεις ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Με δεδομένη την ύφεση της ελληνικής οικονομίας, δεν πρόκειται βεβαίως για μη αναμενόμενο εύρημα. Για τους ίδιους όμως λόγους έχει ιδιαίτερη σημασία η διερεύνηση των αιτίων που οδήγησαν στην διακοπή της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Ο Πίνακας 1.4 παρουσιάζει τα σχετικά δεδομένα για τη χώρα μας που κατέγραψε η έρευνα το 2011.

Πίνακας 1.4

Ποσοστά διακοπής και αναστολής επιχειρηματικής δραστηριότητας:
Λόγοι αποχώρησης από την επιχείρηση

	% του συνολικού πληθυσμού 18-64 ετών		Λόγοι αποχώρησης από επιχείρηση (%)			
	Διακοπή λειτουργίας	Αναστολή επιχειρηματικής δραστηριότητας	Μη κερδοφόρα επιχείρηση	Προβλήματα χρημα/σης	Συνταξιο- δότηση	Λοιποί λόγοι
Ελλάδα	3,0	0,5	63,6	7,3	5,5	23,6
Χώρες Γ	1,7	1,0	29,8	10,5	7,6	52,1
M.O. GEM	2,3	1,1	27,5	12,3	4,3	55,9

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM, Χώρες Γ: καινοτομίας

Όπως και τα προηγούμενα χρόνια, ο σημαντικότερος λόγος για τη διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα είναι η έλλειψη κερδοφορίας, καθώς σχεδόν επτά στους δέκα Έλληνες δηλώνουν ότι αυτός ήταν ο λόγος για τον οποίο εγκατέλειψαν τον επιχειρηματικό στίβο. Είναι δε ενδιαφέρον ότι, παρ' όλο που η χώρα μας τρίζεται από πρωτόγνωρη έλλειψη ρευστότητας, λιγότεροι από ένας στους δέκα Έλληνας θεωρούν ότι αυτός είναι ο λόγος που οδηγήθηκαν στη διακοπή της δραστηριότητάς τους. Ας υπογραμμιστεί δε ότι αυτή η σειρά σημασίας των δύο αυτών προβλημάτων είναι αντίθετη στη χώρα μας από αυτά που καταγράφει η έρευνα του GEM για τις χώρες καινοτομίας, αλλά και για όλες τις χώρες που έλαβαν μέρος το 2011. Η εξήγηση αυτού του ευρήματος είναι βέβαια προφανής. Το μεγαλύτερο πρόβλημα για τον Έλληνα επιχειρηματία είναι η βαθειά ύφεση, που μειώνει την

κερδοφορία όλων των επιχειρήσεων. Η σύγκριση εδώ με τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας είναι εντυπωσιακή. Άρα, μολονότι τα προβλήματα χρηματοδότησης είναι παρόντα, το μεγαλύτερο πρόβλημα για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα είναι η ύφεση.

Αναλυτικότερα συμπεράσματα για την επίδραση της ύφεσης στους θανάτους επιχειρήσεων προκύπτουν από τα δεδομένα που καταγράφονται στον Πίνακα 1.5. Εδώ παρουσιάζονται τα δεδομένα για την περίοδο 2008-2011, ενώ εξετάζονται αναλυτικότερα και οι λόγοι που οδήγησαν στην απόσυρση από τον επιχειρηματικό στίβο.

Το εντυπωσιακό εύρημα εδώ είναι η απότομη άνοδος της έλλειψης κερδοφορίας ως βασικού λόγου εγκατάλειψης της επιχειρηματικής δραστηριότητας ανάμεσα στο 2009 και το 2010. Ενδιαφέρον επίσης παρουσιάζει η εξέλιξη του ποσοστού εκείνων που δήλωναν τα προβλήματα χρηματοδότησης ως βασικό λόγο, η οποία είναι πτωτική. Προφανώς, όπως παρατηρήθηκε και παραπάνω, αυτό δεν σημαίνει ότι η χρηματοδότηση γινόταν πιο εύκολη με την πάροδο του χρόνου, αλλά μάλλον ότι, λόγω της ύφεσης, η έλλειψη κερδοφορίας αναδεικνυόταν στον υπ' αριθμόν ένα λόγο εγκατάλειψης του επιχειρηματικού στίβου. Αξίζει ακόμα να επισημανθεί η εξέλιξη δύο άλλων λόγων εγκατάλειψης της επιχειρηματικής δραστηριότητας: της πώλησης της επιχείρησης και της εύρεσης άλλης εργασίας. Και για τα δύο, παρατηρείται κατάρρευση των σχετικών ποσοστών. Πρόκειται βεβαίως για ένα ακόμα σημάδι της ύφεσης υπό την οποία διέρχεται η ελληνική οικονομία τα τελευταία χρόνια.

Πίνακας 1.5

Λόγοι διακοπής ή αναστολής της λειτουργίας μιας επιχείρησης

	% πληθυσμού 18-64 ετών		% διάρθρωση αιτιών αναστολής επιχειρηματικής δραστηριότητας							
	Διακοπή λειτουργίας επιχείρησης	Αναστολή λειτουργίας επιχείρησης	Ευκαιρία για πώληση	Μη κερδοφόρα επιχείρηση	Προβλήματα χρημα/δότησης	Εύρεση άλλης εργασίας	Προγραμματισμένη αποχώρηση	Συνταξιοδότηση	Προσωπικοί λόγοι	Περιστασιακοί λόγοι
2008	1,8	0,8	10,0	45,0	12,0	9,0	5,0	4,0	11,0	4,0
2009	2,6	0,8	5,8	45,7	5,6	18,4	4,9	4,9	12,4	2,3
2010	3,3	0,8	0,0	71,9	5,2	2,5	0,0	5,1	15,3	0,0
2011	3,0	0,5	1,8	63,6	7,3	3,6	0,0	5,5	16,4	1,8

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

1.3. Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των νέων εγχειρημάτων

Όλοι οι δείκτες επιχειρηματικότητας που παρουσιάστηκαν στα παραπάνω είναι βασικά ποσοτικοί, αφορούν δηλαδή ποσοστά του πληθυσμού που έχουν κάποιου είδους επιχειρηματική δραστηριότητα. Ωστόσο, σε μια ανεπτυγμένη οικονομία που συμπεριλαμβάνεται στις χώρες καινοτομίας, η νέα επιχειρηματικότητα συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη όχι τόσο μέσω του πλήθους των νέων εγχειρημάτων που θέτει σε λειτουργία, όσο κυρίως μέσω των ποιοτικών τους χαρακτηριστικών. Για την οικονομική ανάπτυξη λοιπόν εκείνων των χωρών που ανήκουν στον ανεπτυγμένο κόσμο, μεγαλύτερη σημασία έχει η καινοτομικότητα, η εξωστρέφεια και οι προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης των νέων εγχειρημάτων, παρά ο αριθμός τους. Άλλωστε, όπως έχει παρατηρηθεί σε όλες τις Εκθέσεις του IOBE για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, οι πραγματικές υστερήσεις της επιχειρηματικότητας στη χώρα μας αναδεικνύονται ακριβώς σε σχέση με αυτά τα ποιοτικά της χαρακτηριστικά.

Σε αυτή την Ενότητα εξετάζονται πέντε ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα:

- Η κλαδική διάσταση των νέων εγχειρημάτων
- Οι προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης
- Η καινοτομικότητά και η ένταση του ανταγωνισμού που αναμένεται να αντιμετωπίσουν
- Ο βαθμός εξωστρέφειάς τους
- Το επίπεδο της τεχνολογίας που θα χρησιμοποιούν

1.3.1. Η κλαδική διάσταση των νέων εγχειρημάτων

Το πρώτο ζήτημα που θα εξεταστεί αφορά την κλαδική κατανομή των νέων εγχειρημάτων. Το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM ακολουθεί εν προκειμένω την κλαδική κατανομή του ΟΗΕ, διακρίνει λοιπόν ανάμεσα σε α) πρωτογενή τομέα, β) μεταποιητική δραστηριότητα, γ) υπηρεσίες προς επιχειρήσεις και δ) προϊόντα/υπηρεσίες προς τον τελικό καταναλωτή. Ο Πίνακας 1.6 που ακολουθεί καταγράφει την κλαδική κατανομή των εγχειρημάτων το 2011.

Σε όλες τις χώρες, ο κλάδος στον οποίο κατευθύνεται το μεγαλύτερο μέρος της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων είναι αυτός των προϊόντων/υπηρεσιών προς τον τελικό καταναλωτή. Ωστόσο, η βασική διαφορά ανάμεσα στις ομάδες χωρών Α και Β, αφενός, και την ομάδα Γ (χώρες καινοτομίας) είναι το υψηλό ποσοστό των πρώτων στον πρωτογενή τομέα και των τελευταίων στις υπηρεσίες προς επιχειρήσεις. Η διαφορά είναι τόσο έντονη που εύκολα θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ως κριτήριο του επιπέδου ανάπτυξης μιας οικονομίας.

Πίνακας 1.6

Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων στις χώρες καινοτομίας κατά τομέα, 2011

	<i>Πρωτογενής τομέας</i>	<i>Μεταποιητική δραστηριότητα</i>	<i>Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις</i>	<i>Προϊόντα / υπηρεσίες προς καταναλωτές</i>
Χώρες Α	9,0	25,5	6,9	58,5
Χώρες Β	6,0	27,3	14,7	52,0
Αυστραλία	6,2	28,9	30,9	34,0
Βέλγιο	2,3	22,2	30,2	45,2
Τσεχία	5,0	34,5	22,8	37,8
Δανία	2,9	16,5	33,1	47,5
Φινλανδία	10,0	22,7	31,1	36,2
Γαλλία	1,1	22,7	36,6	39,6
Γερμανία	2,8	27,4	25,1	44,8
Ελλάδα	2,5	27,5	20,6	49,4
Ιρλανδία	7,0	22,9	34,3	35,8
Ιαπωνία	2,6	14,8	29,4	52,9
Κορέα	2,3	19,8	17,4	60,5
Ολλανδία	3,5	18,0	33,5	45,1
Νορβηγία	9,0	23,9	30,6	36,6
Πορτογαλία	2,5	29,2	25,0	43,4
Σιγκαπούρη	0,0	14,4	17,9	67,7
Σλοβενία	1,8	23,7	34,2	40,2
Ισπανία	5,5	18,1	23,1	53,3
Σουηδία	3,7	19,1	37,9	39,2
Ελβετία	4,8	19,0	28,7	47,5
Ταϊβάν	3,3	16,7	19,2	60,8
Ην. Αραβικά Εμιράτα	3,0	30,8	19,4	46,8
Ην. Βασίλειο	2,7	17,3	42,6	37,4
ΗΠΑ	4,4	21,5	31,1	43,0
Χώρες Γ	3,9	22,3	28,5	45,4
M.O. GEM	5,5	24,9	19,6	50,0

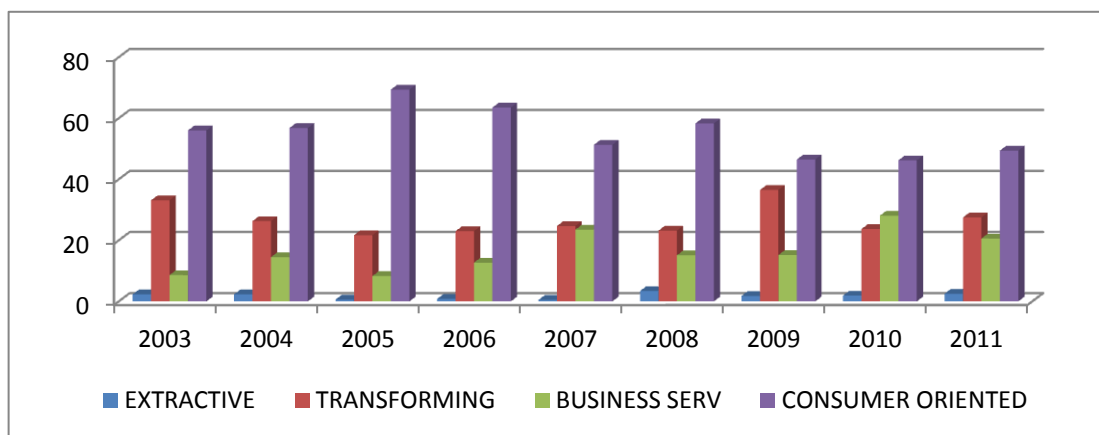
Πηγή: IOBE Επεξεργασία στοιχείων GEM

Ως προς τον πρωτογενή τομέα, το ποσοστό της Ελλάδας προσομοιάζει με το χαμηλό επίπεδο που καταγράφεται σε όλες τις χώρες καινοτομίας. Από την άλλη πλευρά όμως, η χώρα μας διατηρεί –αν και σε χαμηλότερο επίπεδο συγκριτικά με το παρελθόν- ένα υψηλό ποσοστό νέων εγχειρημάτων που απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή και χαμηλό ποσοστό σε σχέση με τις υπηρεσίες προς επιχειρήσεις. Ιδιαίτερα το τελευταίο εύρημα –το οποίο αποτελεί σταθερό χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στη χώρα μας- είναι προβληματικό, καθώς οι επιχειρήσεις που απευθύνονται σε άλλες επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να επηρεάσουν θετικά την προστιθέμενη αξία και την καινοτομικότητα μιας σύγχρονης οικονομίας και άρα θεωρούνται περισσότερο επιθυμητές για την εγχώρια οικονομία.

Γι αυτό τον λόγο, αλλά και για να εξεταστεί ο τρόπος με τον οποίο η ύφεση έχει επηρεάσει την κλαδική διάσταση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα, έχει σημασία η ανάλυση της διαχρονικής εξέλιξης της κλαδικής κατανομής των νέων εγχειρημάτων.

Διάγραμμα 1.3

Διαχρονική εξέλιξη της κλαδικής κατανομής των νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα



Πηγή: IOBE Επεξεργασία στοιχείων GEM

Μολονότι, σε όλη την περίοδο της ελληνικής συμμετοχής στο GEM, το μεγαλύτερο ποσοστό των νέων εγχειρημάτων απευθυνόταν στον τελικό καταναλωτή, στην τριετία της κρίσης το ποσοστό αυτό είναι σαφώς μειωμένο από τα προηγούμενα χρόνια. Έτσι, ενώ πλησίαζε το 70% το 2005, τα τρία τελευταία χρόνια κινείται σταθερά κάτω από το 50%. Αλλά μεγαλύτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το ποσοστό των νέων

εγχειρημάτων που κατευθύνεται προς υπηρεσίες προς επιχειρήσεις, καθώς έχει αναφερθεί παραπάνω η σημασία αυτού του δείκτη για την οικονομική ανάπτυξη. Σε αυτό λοιπόν τον δείκτη, εμφανίζεται μια σαφώς ανοδική πορεία, με τα χρόνια της κρίσης να καταγράφουν τις υψηλότερες επιδόσεις καθ' όλη την εννεαετία ελληνικής συμμετοχής στο GEM. Άρα το εύρημα αυτό αποτελεί μια σοβαρή ένδειξη ότι η κρίση φαίνεται να έχει θέση σε κίνηση διαδικασίες αναδιάρθρωσης, ακόμα και σε αυτό το επίπεδο της «μικρής» επιχειρηματικότητας, των νέων δηλαδή εγχειρημάτων που κάνουν την εμφάνισή τους με την εισδοχή στον επιχειρηματικό στίβο των επίδοξων επιχειρηματιών.

1.3.2. Οι προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης

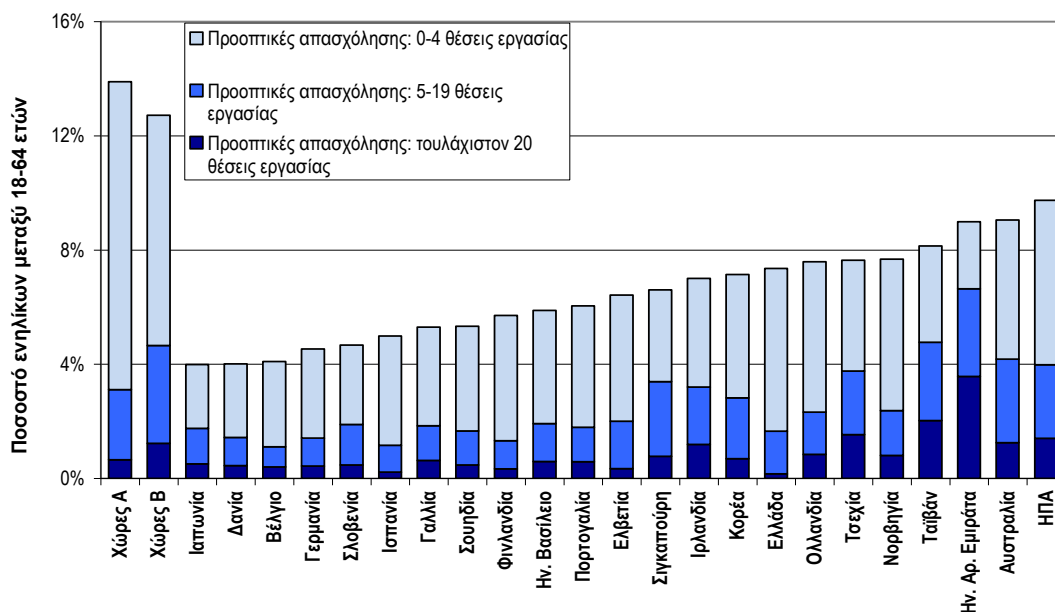
Η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας αποτελεί ένα από τα κυριότερα κριτήρια σχετικά με τη συμβολή ενός νέου εγχειρήματος στη γενικότερη οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Έτσι, η έρευνα του GEM καταγράφει τις προσδοκίες των επιχειρηματιών για δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, καλώντας τους να αξιολογήσουν τη δυναμική του εγχειρηματός τους για τη δημιουργία τουλάχιστον 5, 6 έως 19 ή 20 νέων θέσεων την επόμενη πενταετία. Ιδιαίτερη έμφαση δίδεται στην τελευταία κατηγορία, σε εκείνες δηλαδή τις επιχειρήσεις που θεωρούν πως θα αναπτυχθούν σημαντικά και σε όρους απασχόλησης. Οι επιχειρήσεις αυτές, που συνήθως αναφέρονται στη διεθνή βιβλιογραφία ως «γαζέλες» ή επιχειρήσεις υψηλής ανάπτυξης (high-growth) βρίσκονται στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος των ερευνητών, μιας και είναι οι πλέον επιθυμητές σε μια οικονομία, λόγω του πλήθους των θέσεων εργασίας που μπορούν να προσφέρουν.

Για την εξαγωγή ασφαλέστερων συμπερασμάτων για τις προοπτικές απασχόλησης, είναι χρήσιμο αυτές να εξεταστούν με βάση ένα χρονικό διάστημα μεγαλύτερο του έτους. Έτσι, το Διάγραμμα 1.3 παρουσιάζει τις προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης που καταγράφηκαν σε όλες τις χώρες που έλαβαν μέρος στην έρευνα κατά την τριετία 2009-2011. Όπως είναι δε αναμενόμενο με βάση την υπεροχή της επιχειρηματικότητας ανάγκης στις ομάδες χωρών Α και Β, στις χώρες αυτές καταγράφεται το μεγαλύτερο ποσοστό εγχειρημάτων που αναμένουν να δημιουργήσουν λιγότερες από πέντε νέες θέσεις εργασίας κατά την επόμενη πενταετία (από τη στιγμή της διεξαγωγής της έρευνας). Βεβαίως και στις χώρες

καινοτομίας (ομάδα Γ) υπερτερεί η μικρή επιχείρηση –έως πέντε νέες θέσεις εργασίας- στα νέα εγχειρήματα. Ωστόσο, το ποσοστό τους στο συνολικό πληθυσμό των νέων εγχειρημάτων είναι μικρότερο.

Διάγραμμα 1.4

Προοπτικές απασχόλησης στα νέα εγχειρήματα, 2009-2011



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

Πηγή: IOBE, *Επεξεργασία στοιχείων GEM*

Η Ελλάδα καταγράφει εδώ ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά επιχειρήσεων «υψηλής ανάπτυξης» ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Μόλις 2,8% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων προσδοκούσαν το 2011 ότι το εγχείρημά τους θα δημιουργήσει περισσότερες από 20 νέες θέσεις εργασίας μετά από μία πενταετία, ενώ τρεις στους τέσσερις δήλωσαν ότι προσδοκούν να απασχολήσουν το πολύ έως πέντε νέους εργαζόμενους. Τα δεδομένα αυτά δεν έχουν αλλάξει ουσιαστικά από την αρχή της ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Με άλλα λόγια, η κυριαρχία της μικρής επιχείρησης στην ελληνική οικονομία όχι μόνο διατηρείται, αλλά φαίνεται και να αναπαράγεται.

1.3.3. Η καινοτομικότητα και ένταση του ανταγωνισμού των νέων εγχειρημάτων

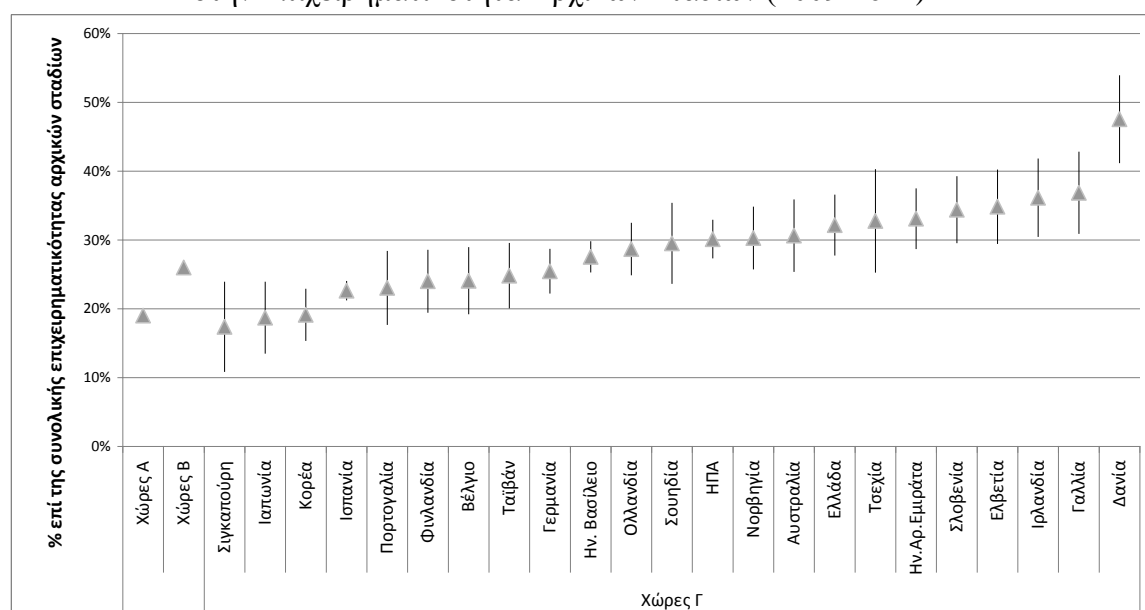
Σημαντικό ποιοτικό χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων είναι η καινοτομικότητα των εγχειρημάτων τα οποία δημιουργεί. Το GEM διερευνά το ζήτημα αυτό θέτοντας το ερώτημα στους συμμετέχοντες στην έρευνα επίδοξους και νέους επιχειρηματίες αν το προϊόν ή η υπηρεσία που θα διαθέτουν στην αγορά θα

προσλαμβάνεται από τους δυνητικούς πελάτες τους ως κάτι εντελώς νέο ή όχι. Σε όλη την περίοδο ελληνικής συμμετοχής στο πρόγραμμα από το 2003 μέχρι σήμερα η Ελλάδα κατέγραφε πολύ χαμηλές επιδόσεις στον σχετικό δείκτη.

Συνοφασμένο με την καινοτομικότητα είναι το ερώτημα αν το νέο εγχείρημα αναμένεται να αντιμετωπίσει έντονο, μέτριο ή χαμηλό ανταγωνισμό. Προφανώς, όσο καινοτομικότερο είναι το προϊόν ή η υπηρεσία, τόσο χαμηλότερος θα είναι ο ανταγωνισμός που ο επίδοξος ή νέος επιχειρηματίας προσδοκά ότι θα αντιμετωπίσει. Η στενή συνάφεια ανάμεσα στην καινοτομικότητα και την ένταση του ανταγωνισμού οδήγησε το GEM στην εισαγωγή ενός σύνθετου δείκτη, ο οποίος μετρά συνδυαστικά το επίπεδο και των δύο μεταβλητών. Το Διάγραμμα 1.5 που ακολουθεί αποτυπώνει αυτό το σύνθετο δείκτη για όλες τις χώρες καινοτομίας. Ο δείκτης αποτελεί τον μέσο όρο της τριετίας 2009 – 2011.

Διάγραμμα 1.5

Καινοτομία και Ένταση Ανταγωνισμού στην Επιχειρηματικότητα Αρχικών Σταδίων (2009-2011)



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

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Το ενδιαφέρον αυτού του σύνθετου δείκτη είναι ότι αποκαλύπτει πως κατά την τριετία της κρίσης περίπου ένα στα τρία νέα εγχειρήματα κατέγραφε κάποια καινοτομικότητα ή/και χαμηλή ένταση ανταγωνισμού. Με αυτή την επίδοση η χώρα μας κατελάμβανε την 8^η θέση ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Δυστυχώς τα δεδομένα πριν από το 2009 δεν επιτρέπουν την προέκταση αυτού του σύνθετου

δείκτη προς τα πίσω, έτσι ώστε να μπορεί να διερευνηθεί αν υπάρχει σημαντική μεταβολή σε σχέση με την περίοδο πριν από την κρίση. Ωστόσο, αν το εύρημα αυτό συνδυαστεί με την μεταβολή της κλαδικής κατανομής των νέων εγχειρημάτων που διερευνήθηκε στην Ενότητα 1.2 παραπάνω, δικαιολογεί την πεποίθηση ότι πρόκειται για μια ακόμα ένδειξη αναδιάρθρωσης. Πράγματι, καθώς η ύφεση συρρικνώνει τις παραδοσιακές δραστηριότητες, είναι εύλογο να αναμένει κανείς ότι τα νέα εγχειρήματα θα στρέφονται σε κατευθύνσεις που δεν είναι υπερφορτωμένες, είτε προσφέροντας καινοτομικά προϊόντα/υπηρεσίες, είτε μπαίνοντας σε νέες νησίδες αγοράς.

1.3.4. Ο βαθμός εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων

Η ύφεση της ελληνικής οικονομίας έχει συρρικνώσει την εγχώρια ζήτηση. Άρα, σημαντική πηγή αύξησης της ζήτησης είναι για την Ελλάδα η ζήτηση από το εξωτερικό. Το ερώτημα λοιπόν κατά πόσον η εγχώρια παραγωγή απευθύνεται σε πελάτες που βρίσκονται εκτός των συνόρων της χώρας ή, κατά κύριο λόγο, στην εσωτερική αγορά έχει ιδιαίτερη σημασία στη σημερινή συγκυρία. Το GEM διερευνά το ζήτημα της εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων μετρώντας το ποσοστό των πελατών κάθε εγχειρήματος που βρίσκονται εκτός των συνόρων της χώρας. Ο Πίνακας 1.7 που ακολουθεί καταγράφει τα σχετικά δεδομένα για όλες τις χώρες καινοτομίας κατά το 2011.

Εμφανίζεται εδώ και πάλι μια μεγάλη διαφορά ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας και στις χώρες που ανήκουν στις ομάδες Α και Β. Στις τελευταίες, πάνω από τα μισά νέα εγχειρήματα κατευθύνονται σε δραστηριότητες οι πελάτες των οποίων βρίσκονται κατά κύριο λόγο στο εσωτερικό αυτών χωρών. Αντίθετα, στις χώρες καινοτομίας μεγαλύτερα ποσοστά των νέων εγχειρημάτων είναι εξωστρεφή. Και πάλι δηλαδή, φαίνεται να υπάρχει ένας δείκτης στον οποίο να διαφοροποιούνται με σαφήνεια τα επίπεδα οικονομικής ανάπτυξης ανάμεσα σε διάφορες χώρες. Για την Ελλάδα, τα ποσοστά εξωστρέφειας δεν φαίνεται να διαφοροποιούνται σημαντικά από τις άλλες χώρες καινοτομίας. Ωστόσο, με δεδομένο ότι ο τουρισμός –ένας δηλαδή από τη φύση του εξωστρεφής κλάδος- αποτελεί σημαντικότερη δραστηριότητα για την ελληνική οικονομία, το επίπεδο της εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα πρέπει να θεωρηθεί χαμηλό, όπως άλλωστε έχει καταγραφεί σε όλες τις Εκθέσεις του GEM και στα προηγούμενα χρόνια.

Πίνακας 1.7

Εξαγωγικός προσανατολισμός (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων), 2011

Χώρες	Μόνο εγχώριοι πελάτες	<25% των πελατών βρίσκονται στο εξωτερικό	26-75% των πελατών βρίσκονται στο εξωτερικό	76-100% των πελατών βρίσκονται στο εξωτερικό
Χώρες Α	83,4	9,8	2,4	4,4
Χώρες Β	56,8	28,4	9,3	5,4
ΗΠΑ	23,5	63,1	8,4	5,0
Ελλάδα	44,8	39,1	9,6	6,5
Ολλανδία	46,7	39,9	7,3	6,0
Βέλγιο	20,1	43,2	21,0	15,7
Γαλλία	42,8	41,5	8,9	6,8
Ισπανία	77,1	15,6	3,6	3,7
Ελβετία	31,6	43,2	20,0	5,3
Ην. Βασίλειο	39,9	34,1	15,5	10,6
Δανία	55,3	23,5	9,6	11,7
Σουηδία	36,3	48,4	10,0	5,3
Νορβηγία	58,3	28,0	8,3	5,3
Γερμανία	38,2	43,0	14,6	4,3
Αυστραλία	22,9	62,1	7,9	7,2
Σιγκαπούρη	27,5	37,7	21,3	13,5
Ιαπωνία	53,4	35,7	9,2	1,7
Κορέα	50,7	30,9	10,4	8,0
Πορτογαλία	23,6	56,5	8,6	11,2
Ιρλανδία	39,6	36,6	13,4	10,5
Φινλανδία	63,0	24,6	7,9	4,5
Σλοβενία	30,6	46,9	14,5	8,0
Τσεχία	10,8	69,3	11,4	8,5
Ταϊβάν	46,6	40,8	6,7	5,9
Ην. Αρ. Εμιράτα	32,9	29,9	23,7	13,6
Χώρες Γ	39,8	40,6	11,8	7,8
Μ.Ο. GEM	53,6	30,8	9,4	6,3

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

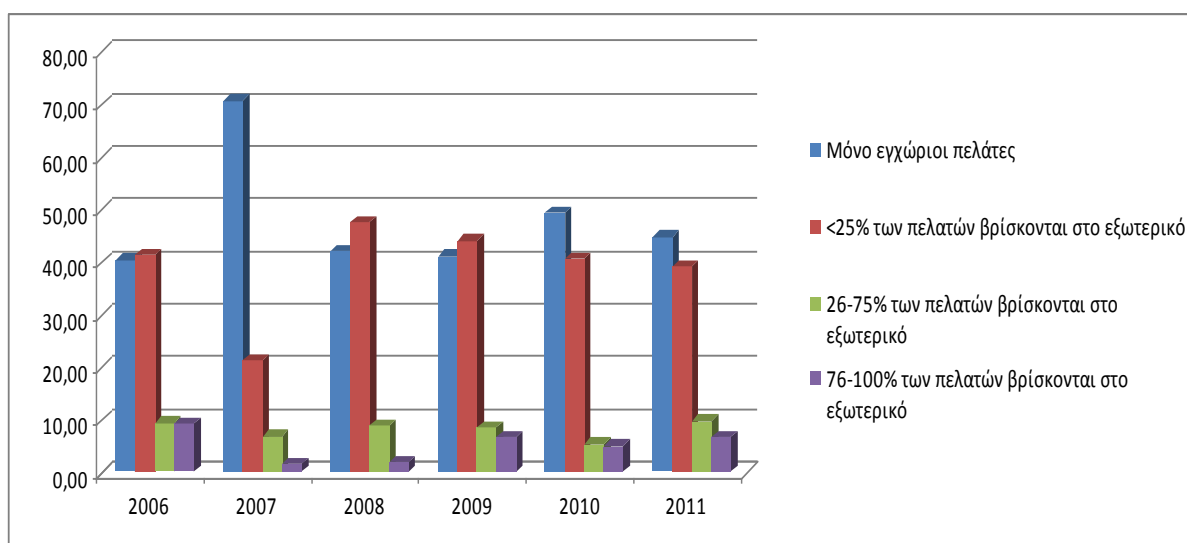
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Ωστόσο, η προβληματικότητα των ελληνικών επιδόσεων των νέων επιχειρημάτων στην Ελλάδα ως προς την καταγραφόμενη εξωστρέφεια προκύπτει από τα δεδομένα του Διαγράμματος 1.6, το οποίο παρουσιάζει την εξωστρέφεια των νέων επιχειρημάτων στη χώρα μας για το διάστημα 2006 – 2011. Είναι φανερό ότι η κρίση

δεν έχει διαφοροποιήσει καθόλου αυτό το χαρακτηριστικό σε σύγκριση με την προηγούμενη περίοδο. Με άλλα λόγια, πρόκειται για ένα προβληματικό χαρακτηριστικό της νέας επιχειρηματικότητας στη Ελλάδα, το οποίο της στερεί τη δυνατότητα να αποτελέσει βασικό μοχλό για την ανάκαμψη της οικονομίας στη σημερινή συγκυρία.

Διάγραμμα 1.6

Εξέλιξη της εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα
2006 - 2011



Πηγή: IOBE Επεξεργασία στοιχείων GEM

1.3.5. Το επίπεδο της τεχνολογίας που θα χρησιμοποιούν τα νέα εγχειρήματα

Σημαντικό ποιοτικό χαρακτηριστικό των νέων εγχειρημάτων είναι βεβαίως το επίπεδο της τεχνολογίας τις οποίες προτίθενται να χρησιμοποιήσουν οι επίδοξοι και νέοι επιχειρηματίες. Ο Πίνακας 1.8 που ακολουθεί παρουσιάζει τα δεδομένα για το 2011.

Πίνακας 1.8

Ποσοστό νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που χρησιμοποιεί νέες τεχνολογίες/διαδικασίες (2011)

Χώρες	Εντελώς νέες τεχνολογίες	Νέες τεχνολογίες	Παλαιότερες
Χώρες Α	12,5	14,7	72,8
Χώρες Β	11,5	19,5	69,0
ΗΠΑ	9,0	21,2	69,9
Ελλάδα	17,1	24,2	58,7
Ολλανδία	10,8	18,7	70,5
Βέλγιο	15,2	20,4	64,4
Γαλλία	10,3	29,8	59,9
Ισπανία	14,8	18,7	66,6
Ελβετία	2,8	18,0	79,2
Ην. Βασίλειο	5,8	22,6	71,6
Δανία	8,0	15,8	76,3
Σουηδία	5,9	12,8	81,3
Νορβηγία	8,6	17,3	74,1
Γερμανία	6,5	14,2	79,3
Αυστραλία	6,4	25,6	68,0
Σιγκαπούρη	23,8	22,7	53,5
Ιαπωνία	8,7	18,6	72,8
Κορέα	2,6	18,2	79,1
Πορτογαλία	11,2	22,3	66,5
Ιρλανδία	6,3	22,5	71,3
Φινλανδία	10,2	20,9	68,9
Σλοβενία	6,5	21,7	71,8
Τσεχία	17,8	29,2	53,1
Ταϊβάν	10,1	13,8	76,1
Ην. Αραβικά Εμιράτα	28,9	25,1	46,0
Χώρες Γ	10,8	20,6	68,6
Μ.Ο. GEM	11,3	19,3	69,4

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Πρέπει εδώ να επισημανθεί ότι, στο πλαίσιο του ερευνητικού προγράμματος του GEM, η συζήτηση για νέες τεχνολογίες/διεργασίες γίνεται με αναφορά στην συγκεκριμένη χώρα και αγορά στην οποία δραστηριοποιείται ο επίδοξος/νέος επιχειρηματίας. Με άλλα λόγια, όταν ένας επιχειρηματίας απαντά ότι πρόκειται να χρησιμοποιήσει εντελώς νέα τεχνολογία, αυτό δεν σημαίνει ότι πρόκειται για μια εντελώς νέα τεχνολογία/διεργασία με όρους παγκόσμιας αγοράς, αλλά με όρους της τοπικής αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται ο επιχειρηματίας. Αυτό άλλωστε εξηγεί το γεγονός ότι, στο συγκεκριμένο ζήτημα δεν καταγράφονται σημαντικές διαφορές ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας και στις χώρες των ομάδων Α και Β.

Η Ελλάδα κατέγραφε τα προηγούμενα χρόνια σημαντικά ποσοστά νέων εγχειρημάτων που επρόκειτο να χρησιμοποιήσουν εντελώς νέες τεχνολογίες/διεργασίες. Η τάση αυτή δεν επαληθεύεται και για το 2011. Ωστόσο, αν εξεταστεί η εξέλιξη των ποσοστών στη χώρα μας κατά την τελευταία τετραετία δεν φαίνεται να εμφανίζονται σημαντικές διαφορές, όπως αποκαλύπτουν τα δεδομένα του Πίνακα 1.9 που ακολουθεί.

Πίνακας 1.9

Ποσοστό νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που χρησιμοποιεί νέες τεχνολογίες / διαδικασίες Ελλάδα (2008-2011)

	Εντελώς νέες τεχνολογίες	Νέες τεχνολογίες	Παλαιότερες
2008	22,7	17,9	55,4
2009	10,3	31,6	58,1
2010	34,7	10,6	54,7
2011	17,1	24,2	58,7

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΙΝΗΤΡΑ

Η είσοδος στον επιχειρηματικό στίβο είναι πάντα μια δύσκολη απόφαση, η οποία εξαρτάται από μια σειρά παραγόντων. Κάποιοι από αυτούς τους παράγοντες είναι ευρύτερα πολιτισμικοί, με την έννοια ότι αφορούν τις γενικότερες στάσεις και αντιλήψεις απέναντι στην επιχειρηματική δραστηριότητα που επικρατούν σε μια κοινωνία σε μια συγκεκριμένη περίοδο. Ανεξάρτητα από το αν ο επίδοξος ή νέος επιχειρηματίας έχει σαφή συνείδηση αυτού του πολιτισμικού πλαισίου ή όχι, η απόφασή του δεν μπορεί παρά να επηρεάζεται από αυτό, τουλάχιστον σε κάποιο βαθμό.

Κάποιοι άλλοι παράγοντες είναι αυστηρά προσωπικοί, με την έννοια ότι αφορούν τον τρόπο με τον οποίο κάθε συγκεκριμένος άνθρωπος κρίνει την δική του προσωπική επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Εδώ ιδιαίτερη σημασία έχουν παράγοντες όπως η αξιολόγηση των ικανοτήτων και της εμπειρίας του από τον ίδιο τον επίδοξο/νέο επιχειρηματία, αλλά και το «θάρρος» του για την είσοδο σε μια νέα δραστηριότητα, τα αποτελέσματα της οποίας δεν μπορεί παρά να ενέχουν μεγάλη αβεβαιότητα. Πρόκειται, με άλλα λόγια, για παράγοντες οι οποίοι αφορούν αποκλειστικά το άτομο και την επιλογή επιχειρηματικής δραστηριοποίησης για την οποία είτε προβληματίζεται, είτε έχει ήδη αποφασίσει να ακολουθήσει.

Από κοινού, οι πολιτισμικοί και οι προσωπικοί παράγοντες μπορεί να θεωρηθεί ότι προσδιορίζουν τις προδιαθέσεις για επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Ωστόσο, από μόνες τους οι προδιαθέσεις δεν είναι απαραίτητο να οδηγήσουν στην δραστηριοποίηση. Για να συμβεί αυτό, ο επίδοξος επιχειρηματίας πρέπει να έχει τα κατάλληλα κίνητρα, κάποιον λόγο δηλαδή ώστε, με βάση τις προδιαθέσεις, να αποφασίσει να κάνει το βήμα προς τον επιχειρηματικό στίβο. Όπως θα φανεί στη συνέχεια, το ζήτημα των κινήτρων είναι σημαντικό γιατί συνδέεται άμεσα με τον τύπο της δραστηριότητας που θα ξεκινήσει ο επιχειρηματίας.

Τόσο οι προδιαθέσεις, όσο και τα κίνητρα, επηρεάζονται από τον οικονομικό κύκλο. Μολονότι η αναφορά σε πολιτισμικούς και προσωπικούς παράγοντες φαίνεται να υπονοεί ότι η επιχειρηματική δραστηριοποίηση είναι ανεξάρτητη από την οικονομική

συγκυρία μέσα στην οποία ενεργοποιείται, αυτό δεν σημαίνει ότι οι παράγοντες αυτοί δεν επηρεάζονται από την οικονομική συγκυρία, άρα ότι ενεργοποιούνται με διαφορετικό τρόπο σε διαφορετικές φάσεις του οικονομικού κύκλου.

Με βάση τα παραπάνω, το παρόν Κεφάλαιο θα ασχοληθεί με δύο ζητήματα. Πρώτον, με την παρουσίαση και ανάλυση των προδιαθέσεων και των κινήτρων για επιχειρηματική δραστηριοποίηση και, δεύτερον, με την ανάδειξη των τρόπων με τους οποίους η ύφεση της ελληνικής οικονομίας έχει επηρεάσει τόσο τις προδιαθέσεις, όσο και τα κίνητρα.

2.1 Προδιαθέσεις για επιχειρηματική δραστηριοποίηση

Ο Πίνακας 2.1 που ακολουθεί καταγράφει τους δείκτες για μια σειρά πολιτισμικών και προσωπικών παραγόντων που ανέδειξε η έρευνα του GEM το 2011. Ο Πίνακας αφορά κυρίως τις χώρες καινοτομίας (ομάδα Γ), αν και αναφέρονται επίσης οι μέσοι όροι και των δύο άλλων ομάδων χωρών.

Πίνακας 2.1

Προσωπικοί και Πολιτισμικοί Παράγοντες Προώθησης ή Παρεμπόδισης της Εμφάνισης Επιχειρηματικής Δραστηριότητας: % θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών, 2011

Χώρες	Επιχειρ. Ευκαιρίες το προσεχές δμηνο	Γνώσεις ικανότητα & εμπειρία επιχειρημα/τας	Φόβος αποτυχίας	Επιχειρημα/τα ως καλή επιλογή καριέρας	Κοινωνική καταξίωση & σεβασμός στους επιτυχημένους επιχειρη/τίες	Εστίαση των ΜΜΕ στην επιχειρημα/τα
Χώρες Α	49,0	55,5	37,3	76,8	79,2	58,3
Χώρες Β	40,3	52,0	32,1	70,1	69,2	60,0
Αυστραλία	47,8	47,4	43,2	54,0	67,7	69,5
Βέλγιο	43,0	44,0	40,7	63,6	54,8	47,2
Γαλλία	23,9	39,2	34,6	-	48,7	-
Δανία	46,6	35,0	40,5	-	-	-
Φινλανδία	60,8	37,3	32,0	45,5	83,0	67,4
Γαλλία	34,9	38,4	37,1	65,8	67,9	46,9
Γερμανία	35,2	37,1	42,0	55,0	78,3	49,7
Ελλάδα	10,9	49,7	37,8	61,0	69,1	32,5
Ιρλανδία	25,6	45,5	33,2	45,9	82,7	56,4
Ιαπωνία	6,3	13,7	42,2	26,0	54,7	57,0
Κορέα	11,2	26,7	45,1	61,1	67,2	62,2
Ολλανδία	47,8	41,9	35,1	83,4	67,2	62,2
Νορβηγία	67,1	33,2	40,5	52,9	80,4	60,2
Πορτογαλία	16,7	46,7	39,6	-	-	-
Σιγκαπούρη	21,4	24,1	39,2	53,6	62,9	76,5
Σλοβενία	18,4	50,8	31,1	53,7	69,7	45,1
Ισπανία	14,4	50,9	38,9	65,2	66,5	44,6

Σουηδία	71,5	40,3	34,6	51,8	70,8	62,3
Ελβετία	47,4	42,4	30,6	-	-	-
Ταϊβάν	38,9	28,6	39,6	69,0	62,7	85,8
Ην. Αρ. Εμιράτα	43,7	62,1	50,8	71,1	73,2	62,8
Ην. Βασίλειο	33,3	42,5	36,1	51,9	81,0	47,3
ΗΠΑ	36,2	55,7	31,2	-	-	-
Χώρες Γ	34,9	40,6	38,1	57,3	68,9	57,5
M.O. GEM	41,4	49,3	35,8	68,0	72,4	58,6

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

Τα παραπάνω δεδομένα αφορούν ολόκληρο το δείγμα του πληθυσμού και όχι αποκλειστικά εκείνους που δήλωσαν ότι έχουν δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά. Μόνη εξαίρεση είναι ο δείκτης του φόβου αποτυχίας, ο οποίος αφορά μόνο όσους έχουν ήδη εισέλθει στον επιχειρηματικό στίβο.³ Από τους δείκτες αυτούς, τέσσερις μπορεί να θεωρηθούν ως «πολιτισμικοί», με την έννοια ότι αφορούν τις αντιλήψεις που επικρατούν στο ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο κινείται ο νέος επιχειρηματίας. Πρόκειται για α) το κατά πόσον υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες κατά τη στιγμή της διεξαγωγής της έρευνας, β) αν η επιχειρηματικότητα αντιμετωπίζεται από τη συγκεκριμένη κοινωνία ως καλή επιλογή σταδιοδρομίας, γ) αν η συγκεκριμένη κοινωνία αντιμετωπίζει τους επιχειρηματίες ως άτομα άξια σεβασμού και δ) αν τα μαζικά μέσα ενημέρωσης εστιάζουν στο θέμα της επιχειρηματικότητας. Στον Πίνακα παρουσιάζονται δύο ακόμη δείκτες, οι οποίοι αφορούν προσωπικούς παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση: α) το κατά πόσον τα άτομα κρίνουν ότι διαθέτουν τις γνώσεις, την ικανότητα και την εμπειρία για να γίνουν επιχειρηματίες και β) το κατά πόσον ο φόβος της αποτυχίας θα τους απέτρεπε από το να δοκιμάσουν να εκμεταλλευτούν μιαν επιχειρηματική ευκαιρία. Στη συνέχεια, εξετάζονται αναλυτικά αυτοί οι παράγοντες, με τη σειρά που αναφέρθηκαν.

Ο πρώτος δείκτης αφορά την ύπαρξη/αντίληψη επιχειρηματικών ευκαιριών. Κατά την έρευνα του GEM, όλα τα άτομα το δείγματος ερωτώνται αν αναμένουν να δημιουργηθούν επιχειρηματικές ευκαιρίες στον περίγυρό τους το επόμενο εξάμηνο. Εδώ η Ελλάδα καταγράφει τη δεύτερη χαμηλότερη επίδοση παγκοσμίως (η Ιαπωνία καταλαμβάνει τη χαμηλότερη θέση). Το εντυπωσιακό εδώ είναι ότι το ποσοστό εκείνων που βλέπουν ευκαιρίες είναι σχεδόν ίδιο με το ποσοστό εκείνων που τελικά

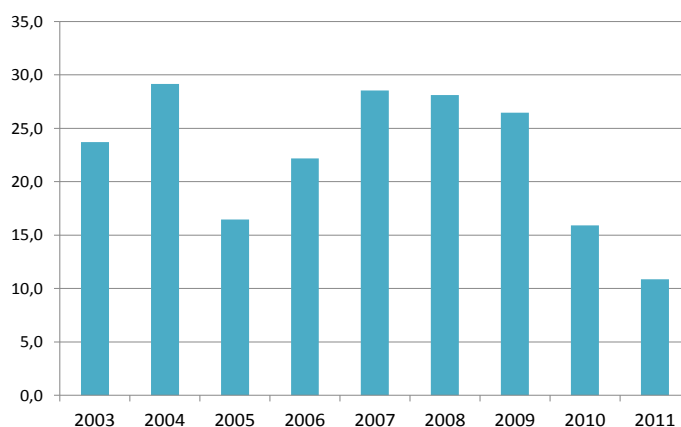
³ Στη συνέχεια θα παρουσιαστεί και ο σχετικός δείκτης για ολόκληρο τον πληθυσμό, ο οποίος παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον.

δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά. Βεβαίως, με δεδομένη τη βαθειά ύφεση που διέρχεται η ελληνική οικονομία, το εύρημα αυτό είναι αναμενόμενο. Άλλωστε, η σταθερή μείωση του σχετικού δείκτη αποτελούσε ένα επαναλαμβανόμενο εύρημα τα τελευταία χρόνια και είχε επανειλημμένα σχολιαστεί στις ετήσιες Εκθέσεις του IOBE.

Για αυτό το λόγο, έχει σημασία να εξεταστεί αναλυτικότερα η εξέλιξη του δείκτη καθ' όλο το διάστημα ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Το Διάγραμμα που ακολουθεί καταγράφει αυτήν ακριβώς την εξέλιξη.

Διάγραμμα 2.1

Επιχειρηματικές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο



Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

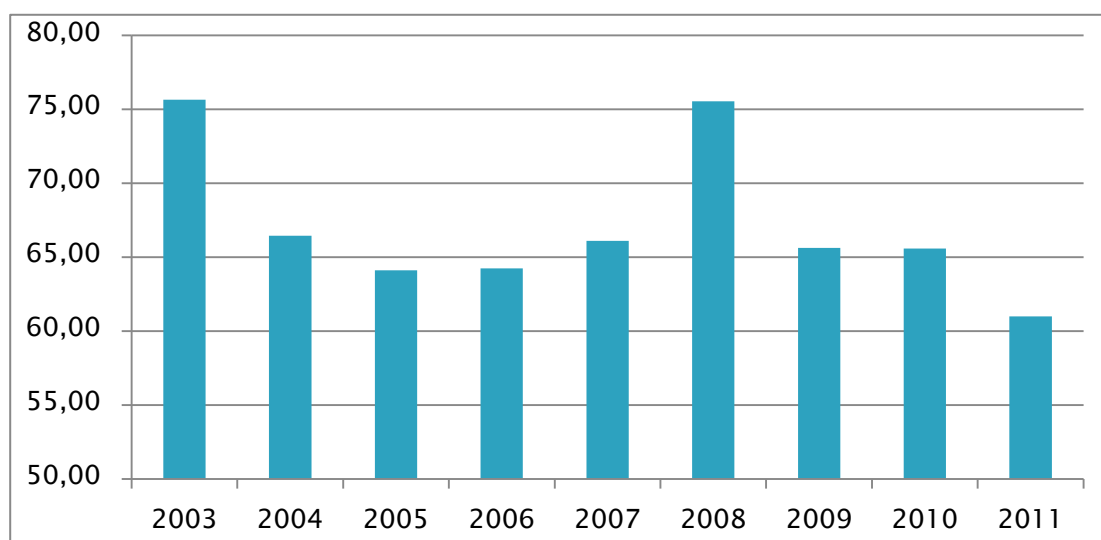
Όπως είναι φυσικό, ο δείκτης της αντίληψης επιχειρηματικών ευκαιριών χαρακτηρίζεται από έντονη κυκλικότητα. Παρουσιάζει καθίζηση το 2005 –μετά την ευφορία του ολυμπιακού 2004-, ανέρχεται σταθερά μέχρι τη διετία 2007-8 και μειώνεται σταθερά κατά την τριετία της κρίσης που ακολουθεί. Όπως ήδη αναφέρθηκε, η παρατεταμένη ύφεση της ελληνικής οικονομίας εξηγεί το φαινόμενο απολύτως. Ωστόσο, το πιο ενδιαφέρον εύρημα είναι ότι κατά τα τελευταία εννέα έτη –άρα, συμπεριλαμβανομένης και μιας περιόδου ταχείας μεγέθυνσης- ο σχετικός δείκτης στην Ελλάδα ποτέ δεν ξεπέρασε το 30%. Η σημασία του ευρήματος γίνεται εύκολα κατανοητή αν συνδυαστεί με τα δεδομένα του Πίνακα 2.1 ανωτέρω. Παρατηρείται εκεί ότι κατά το 2011 υπήρχαν πολλές χώρες καινοτομίας, οι οποίες

κατέγραφαν πολύ υψηλότερα ποσοστά, έστω και αν το 2011 δεν ήταν έτος οικονομικής ευμάρειας παγκοσμίως. Φαίνεται λοιπόν ότι αποκαλύπτεται εδώ ένα δομικά προβληματικό χαρακτηριστικό της ελληνικής οικονομίας τα προηγούμενα χρόνια –ακόμα και πριν την κρίση δηλαδή- καθώς, παρ' όλη την ανάπτυξη, οι Έλληνες δεν έβλεπαν σημαντικές επιχειρηματικές ευκαιρίες γύρω τους. Σαν το προηγούμενο μοντέλο ανάπτυξης να είχε ξεμείνει από καύσιμα.

Οι δύο επόμενοι πολιτισμικοί παράγοντες (η επιχειρηματικότητα καλή επιλογή σταδιοδρομίας και οι επιχειρηματίες άτομα άξια σεβασμού) καταγράφονται στην 4^η και 5^η στήλη του Πίνακα 2.1. Εδώ οι ελληνικές επιδόσεις δεν δημιουργούν την ανάγκη κάποιου ιδιαίτερου σχολιασμού. Σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες καινοτομίας, οι ελληνικοί δείκτες είναι σχετικά υψηλοί. Βεβαίως, το γεγονός ότι το 61% του πληθυσμού θεωρεί την επιχειρηματικότητα ως καλή επιλογή σταδιοδρομίας δεν είναι παράξενο για μια χώρα με τεράστιο ποσοστό μικρών επιχειρήσεων στην οικονομία της. Ωστόσο, έχει ενδιαφέρον να εξεταστεί αν η στάση των Ελλήνων έναντι της επιχειρηματικής σταδιοδρομίας έχει επηρεαστεί από την ύφεση. Το Διάγραμμα 2.2 που ακολουθεί καταγράφει την εξέλιξη του σχετικού δείκτη.

Διάγραμμα 2.2

Επιχειρηματικότητα: καλή επιλογή σταδιοδρομίας



Πηγή: IOBE Επεξεργασία στοιχείων GEM

Παρατηρείται και εδώ μια έντονη κυκλικότητα. Ωστόσο, φαίνεται εύλογο να υποτεθεί ότι οι λόγοι της κάμψης ή της ανόδου του δείκτη διαφέρουν από περίοδο σε περίοδο. Μεταξύ 2003 και 2008 –περίοδος οικονομικής μεγέθυνσης- η κάμψη του δείκτη ενδεχομένως αντανακλά μια μεγαλύτερη ευκολία ικανοποιητικής μισθωτής απασχόλησης, άρα τη μείωση της ελκυστικότητας της επιχειρηματικότητας για αυτόν ακριβώς τον λόγο. Αντίθετα, η κάμψη μετά το 2008 έχει προφανώς να κάνει με την ύφεση και με το ζήτημα που συζητήθηκε παραπάνω, τη δραματική μείωση δηλαδή των επιχειρηματικών ευκαιριών.

Όσον αφορά τώρα τον δείκτη κοινωνικής αποδοχής και καταξίωσης του επιχειρηματία, όπως έχουν δείξει προηγούμενες μελέτες του IOBE για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα που είχαν εστιάσει ειδικά στο ζήτημα αυτό, οι Έλληνες θεωρούν ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα συνεπάγεται και υψηλότερο εισόδημα. Άρα, η καταξίωση των επιτυχημένων επιχειρηματιών στην ελληνική κοινωνία δεν αποτελεί ένα εύρημα μη αναμενόμενο.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον, ωστόσο, παρουσιάζει ο δείκτης που καταγράφεται στην τελευταία στήλη του Πίνακα 2.1 και αφορά στην προβολή επιτυχημένων περιπτώσεων επιχειρηματικότητας από τα μαζικά μέσα ενημέρωσης. Ο δείκτης αυτός, ο οποίος χρησιμοποιείται από το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM ήδη από το 1999, προσπαθεί να προσεγγίσει δύο ζητήματα: α) το βαθμό στον οποίο επιτυχημένες περιπτώσεις επιχειρηματικότητας αποτελούν θέματα της καθημερινότητας των πολιτών και β) το βαθμό στον οποίο η επιτυχημένη επιχειρηματικότητα προκαλεί το ενδιαφέρον και την εκτίμησή τους. Το εντυπωσιακό εδώ είναι ότι η Ελλάδα καταγράφει τη χαμηλότερη επίδοση παγκοσμίως. Με άλλα λόγια, όσο και αν οι Έλληνες θεωρούν την επιχειρηματικότητα καλή επιλογή σταδιοδρομίας και εκτιμούν τους ίδιους τους επιχειρηματίες –όπως φάνηκε από τους προηγούμενους δείκτες- , η επιχειρηματικότητα απουσιάζει από το δημόσιο λόγο. Θα έλεγε κανείς ότι στην Ελλάδα η δημόσια συζήτηση για την επιχειρηματική επιτυχία, κατά κάποιο τρόπο, δεν αντιμετωπίζεται ως ένα πολιτικά ορθό ή, τουλάχιστον, ενδιαφέρον αντικείμενο συζήτησης.

Ο πρώτος προσωπικός παράγοντας που καταγράφεται στον Πίνακα 2.1 είναι η εκτίμηση των ατόμων του δείγματος σχετικά με το αν κατέχουν τις γνώσεις, την ικανότητα και την εμπειρία που απαιτούνται για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας –υπενθυμίζεται ότι η σχετική ερώτηση έγινε σε όλα τα άτομα του

δείγματος. Το ποσοστό που καταγράφει η χώρα μας (σχεδόν 50%) είναι από τα υψηλότερα ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Με άλλα λόγια, οι Έλληνες θεωρούν ότι προσωπικά διαθέτουν τις απαραίτητες ικανότητες για επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Ας σημειωθεί εδώ ότι δεν πρόκειται για νέο εύρημα, καθώς αυτή η υψηλή αυτοπεποίθηση των Ελλήνων προκύπτει σταθερά σε όλες τις έρευνες στη χώρα μας από το 2003.

Ο δεύτερος προσωπικός παράγοντας που παρουσιάζεται στον Πίνακα 2.1 είναι ο φόβος της αποτυχίας. Ο σχετικός δείκτης βασίζεται στην ερώτηση που αποτελεί σταθερό στοιχείο του ερωτηματολογίου του GEM από την έναρξη του ερευνητικού προγράμματος, για το κατά πόσον ο φόβος της αποτυχίας θα απέτρεπε τον απαντώντα από την επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Είναι λογικό να αναμένεται ότι ο σχετικός δείκτης θα είναι χαμηλότερος ανάμεσα στον πληθυσμό που έχει ήδη εισέλθει στον επιχειρηματικό στίβο. Με άλλα λόγια, το γεγονός ότι κάποιος έχει ήδη δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά δεν μπορεί παρά να σημαίνει ότι, σε κάποιο τουλάχιστον βαθμό, έχει κατορθώσει να υπερβεί αυτό τον φόβο.

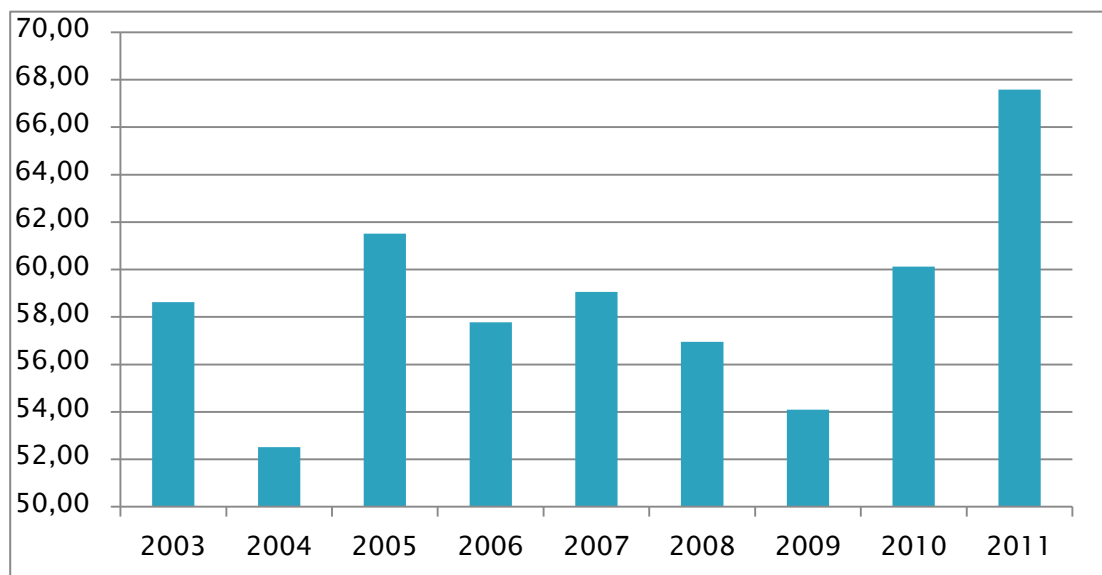
Η τρίτη στήλη του Πίνακα 2.1 καταγράφει τον δείκτη φόβου αποτυχίας των επίδοξων/νέων επιχειρηματικών για όλες τις χώρες του GEM το 2011. Στην Ελλάδα, τέσσερις στους δέκα επίδοξοι/νέοι επιχειρηματίες δηλώνουν ότι φοβούνται την επιχειρηματική αποτυχία, επίδοση που κινείται περίπου στον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (Ομάδα Γ). Ωστόσο, το εντυπωσιακό στοιχείο εδώ είναι ότι αυτός ο έστω μέτριος φόβος αποτυχίας εκφράζεται στο πλαίσιο ενός πληθυσμού με τεράστια εμπιστοσύνη στις ικανότητές του. Δεδομένου δε ότι το ίδιο εύρημα προκύπτει σταθερά όλα τα χρόνια ελληνικής συμμετοχής στο GEM, φαίνεται να υποδηλώνει ότι είναι ανεξάρτητο από την κρίση και ότι μάλλον αποτελεί ένα σταθερό πολιτισμικό χαρακτηριστικό στη χώρα μας.

Ωστόσο, το γεγονός ότι δείκτης του φόβου αποτυχίας ανάμεσα σε όσους έχουν ήδη δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά δεν φαίνεται να εξαρτάται από την κρίση δεν σημαίνει ότι συμβαίνει το ίδιο στον γενικό πληθυσμό. Στο επίπεδο του γενικού πληθυσμού είναι εύλογο να υποτεθεί ότι η ένταση αυτού του φόβου δεν μπορεί παρά να εξαρτάται από τη γενικότερη οικονομική συγκυρία στην οποία γίνεται η έρευνα. Για αυτό το λόγο παρατίθεται στη συνέχεια το Διάγραμμα 2.3, το οποίο παρουσιάζει την εξέλιξη του σχετικού δείκτη για όλα τα έτη ελληνικής συμμετοχής στο GEM, όχι

πλέον για την ομάδα εκείνων που έχουν ήδη ξεκινήσει επιχειρηματική δραστηριότητα αλλά στον γενικό πληθυσμό.

Διάγραμμα 2.3

Φόβος αποτυχίας



Πηγή: IOBE Επεξεργασία στοιχείων GEM

Οι επιδόσεις της Ελλάδας στον δείκτη φόβου αποτυχίας πάντα την τοποθετούσαν στις υψηλότερες θέσεις της παγκόσμιας κατάταξης. Όπως αποκαλύπτουν τα δεδομένα του Διαγράμματος, το σχετικό ποσοστό στη χώρα μας βρισκόταν πάντα πάνω από το 50%. Ωστόσο, είναι πράγματι εντυπωσιακή η απότομη άνοδος του δείκτη τα τρία τελευταία χρόνια, την περίοδο δηλαδή της μεγάλης ύφεσης της οικονομίας. Το 2011, σχεδόν επτά στους δέκα Έλληνες δήλωναν ότι ο φόβος της αποτυχίας αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα για την είσοδο στον επιχειρηματικό στίβο. Βεβαίως, θα μπορούσε κάποιος να θεωρήσει ότι τελικά ο φόβος δεν αποδεικνύεται σε τόσο σημαντικό ανασταλτικό παράγοντα, με δεδομένο το σχετικά υψηλό ποσοστό – ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας- των Ελλήνων που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά. Ωστόσο, το γεγονός ότι ο φόβος της αποτυχίας είναι τόσο διαδεδομένος δεν μπορεί παρά να μεταφράζεται σε μια συντηρητική άποψη για το τι μπορεί να κάνει κανείς και σε μια γενική αποφυγή του πειραματισμού και σε έλλειψη τόλμης. Πρόκειται βεβαίως για παράγοντες που δεν μπορεί παρά να έχουν αρνητική επίδραση στην ποιοτική και κυρίως την καινοτομική πλευρά των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων.

2.2 Επιχειρηματικά κίνητρα

Οι προδιαθέσεις βεβαίως δεν αρκούν για να ωθήσουν κάποιον στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Για να συμβεί αυτό πρέπει επίσης το άτομο να έχει κίνητρο να πράξει ανάλογα. Στο πλαίσιο του ερευνητικού προγράμματος του GEM γίνεται διάκριση ανάμεσα σε δύο τύπους επιχειρηματικότητας, ανάλογα με τα κίνητρα τα οποία κινητοποιούν την απόφαση του ατόμου να εισέλθει στον επιχειρηματικό στίβο:

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

β) **η επιχειρηματικότητα ανάγκης**, που αναφέρεται στην περίπτωση όπου το άτομο ωθείται στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας λόγω έλλειψης άλλων επιλογών εργασίας, δυσαρέσκειας με την υπάρχουσα απασχόληση, φόβου για πιθανή απόλυση βραχυπρόθεσμα με στόχο απλώς τη διατήρηση του εισοδήματός του, το οποίο προφανώς «απειλείται» με συρρίκνωση⁴.

Οι δύο αυτοί τύποι αποτελούν στην πραγματικότητα δύο ακραίους πόλους, καθώς διάφορες περιπτώσεις μπορεί να κινούνται ανάμεσα στα δύο άκρα. Ο Πίνακας 2.2 περιλαμβάνει τα σχετικά δεδομένα.

⁴ Ο χαρακτηρισμός των ατόμων που εισέρχονται στον επιχειρηματικό στίβο για να διατηρήσουν το εισόδημά τους ως επιχειρηματιών ανάγκης έχει γίνει τα τελευταία χρόνια στο GEM. Τα άτομα αυτά, αν και δηλώνουν ότι αξιοποιούν μία ευκαιρία, δεν κατατάσσονται στους επιχειρηματίες ευκαιρίας, καθώς δηλώνουν την ίδια στιγμή ότι προχώρησαν στην αξιοποίηση αυτής της επιχειρηματικής ευκαιρίας επειδή αισθάνονται ότι η τρέχουσα απασχόληση δεν αποφέρει πλέον το εισόδημα το οποίο είχαν «συνηθίσει».

Πίνακας 2.2

Κίνητρα έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά χώρα, 2011

	Επιχ/κότητα ανάγκης (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)	Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας με στόχο την αύξηση εισοδήματος ή/και μεγαλύτερη ανεξαρτησία (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)
Χώρες Α	37,0	38,5
Χώρες Β	28,2	41,7
Αυστραλία	15,0	73,1
Βέλγιο	10,4	72,4
Τσεχία	27,3	56,5
Δανία	7,1	64
Φινλανδία	18,3	59,4
Γαλλία	14,8	70,7
Γερμανία	18,6	54,9
Ελλάδα	25,4	36,8
Ιρλανδία	29,5	36,9
Ιαπωνία	24,9	63,5
Κορέα	41,5	36,2
Ολλανδία	9,1	62,3
Νορβηγία	4,3	70,5
Πορτογαλία	17,8	58,1
Σιγκαπούρη	16,2	52,6
Σλοβενία	12,1	51,2
Ισπανία	25,9	39,3
Σουηδία	6,1	67,6
Ελβετία	11,4	61,4
Ταϊβάν	17,5	49,8
Ην. Αραβικά Εμιράτα	14,4	67,4
Ην. Βασίλειο	17,2	46,3
ΗΠΑ	21,2	58,9
Χώρες Γ	17,6	57
M.O. GEM	27,6	45,7

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Ο Πίνακας παρουσιάζει τα δεδομένα για την επιχειρηματικότητα ανάγκης και για την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας με στόχο την αύξηση του εισοδήματος ή/και μεγαλύτερη ανεξαρτησία. Η τελευταία μεταβλητή επιλέγεται εδώ επειδή συγκεντρώνει τη μεγάλη πλειονότητα όσων απάντησαν ότι βασικό τους κίνητρο είναι η εκμετάλλευση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας.

Τα δεδομένα του Πίνακα προσφέρουν μιαν εξήγηση για το εύρημα που παρουσιάστηκε και σχολιάστηκε στο προηγούμενο Κεφάλαιο, ότι υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων συσχετίζεται αντίστροφα με το επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης. Υψηλή επιχειρηματικότητα ανάγκης εμφανίζουν οι φτωχότερες χώρες του πλανήτη (37% η ομάδα Α και 28,2% η ομάδα Β), ενώ οι χώρες καινοτομίας καταγράφουν το χαμηλότερο ποσοστό (17,6%). Στις τελευταίες, η ύπαρξη πολλών ευκαιριών για ικανοποιητική μισθωτή απασχόληση ωθεί στην επιχειρηματικότητα μόνον εκείνους που έχουν ανακαλύψει μια πραγματική καλή ευκαιρία για επικερδή επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Αντίθετα, στις φτωχότερες χώρες πολλά άτομα ωθούνται στην επιχειρηματική δραστηριότητα γιατί δεν έχουν άλλη δυνατότητα να εξασφαλίσουν τα προ το ζην.

Στον δείκτη της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας, η σχέση ανάμεσα στην τιμή του δείκτη και στο επίπεδο ανάπτυξης είναι θετική. Από το 38,5% για τις χώρες που βασίζονται στην εκμετάλλευση συντελεστών παραγωγής (ομάδα Α), ο δείκτης ανεβαίνει στο 41,7% για τις χώρες που βασίζονται στη βελτίωση της οικονομικής αποτελεσματικότητας (ομάδα Β) και εκτοξεύεται στο 57% στις χώρες καινοτομίας (ομάδα Γ). Όσο λοιπόν πλουσιότερη είναι μια χώρα, τόσο περισσότερο το κίνητρο για επιχειρηματική δραστηριοποίηση έχει να κάνει με την ποιότητα της επιχειρηματικής ευκαιρίας που έχει ανακαλύψει κάποιος και τόσο λιγότερο επηρεάζεται από την ανάγκη βιοπορισμού.

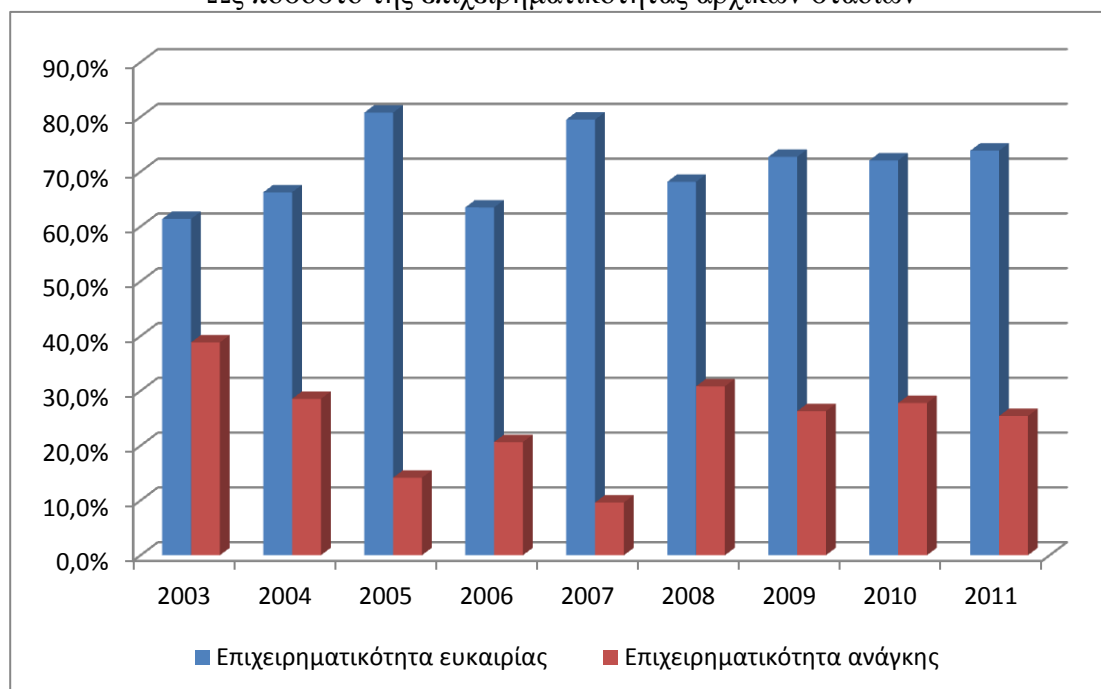
Στον δείκτη της επιχειρηματικότητας ανάγκης, το 2011 η Ελλάδα καταγράφει μια από τις υψηλότερες επιδόσεις ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας (ομάδα Γ). Πολλοί Έλληνες δηλώνουν, με άλλα λόγια, ότι καταφεύγουν στην επιχειρηματικότητα λόγω έλλειψης ευκαιριών για ικανοποιητική μισθωτή απασχόληση. Αλλά όταν κάποιος εισέρχεται στον επιχειρηματικό στίβο από ανάγκη είναι εύλογο να υποτεθεί ότι και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του εγχειρήματός του δεν θα είναι ιδιαίτερα φιλόδοξα, σε όρους καινοτομικότητας, ταχείας αύξησης της απασχόλησης και των άλλων ποιοτικών παραγόντων που συζητήθηκαν στο προηγούμενο Κεφάλαιο. Αντίστροφα, η Ελλάδα εμφανίζει έναν από τους χαμηλότερους δείκτες επιχειρηματικότητας ευκαιρίας (36,8%) ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Μάλιστα, ο σχετικός δείκτης στη χώρα μας είναι χαμηλότερος από τον μέσο όρο στις δύο ομάδες (Α και Β) των φτωχότερων χωρών. Το εύρημα αυτό, και με δεδομένο ότι τα στοιχεία προέρχονται από το 2011, έτος που η Ελλάδα βρισκόταν σε βαθειά ύφεση, έρχεται βεβαίως σε

απόλυτη αρμονία με το χαμηλό ποσοστό των Ελλήνων που, όπως φάνηκε παραπάνω, βλέπουν επιχειρηματικές ευκαιρίες γύρω τους.

Αν η ύφεση έχει πράγματι επηρεάσει την κατανομή της νέας επιχειρηματικότητας ανάμεσα σε αυτή που κινητοποιείται από την ανάγκη και εκείνη που κινητοποιείται από την ευκαιρία, αυτό θα πρέπει να αντανακλάται στη διαχρονική εξέλιξη αυτής της κατανομής. Τα σχετικά δεδομένα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 2.4 που ακολουθεί.

Διάγραμμα 2.4

Εξέλιξη κατανομής σε επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας
Ως ποσοστό της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων



Πηγή: IOBE Επεξεργασία στοιχείων GEM

Η σχετική δυναμική των δύο κινήτρων είναι λοιπόν σαφής. Σε όλη την περίοδο 2003-7, τα χρόνια δηλαδή της οικονομικής ευημερίας στην Ελλάδα, εκδηλώνεται η τάση αύξησης της επιχειρηματικότητας ευκαιρία και, κυρίως, μείωσης της επιχειρηματικότητας ανάγκης –και τα δύο εκφρασμένα ως ποσοστά της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που καταγράφεται κάθε έτος. Με άλλο λόγια, η οικονομική μεγέθυνση δημιουργούσε ευκαιρίες και έτσι αύξανε το ποσοστό των επίδοξων/νέων επιχειρηματιών που κινητοποιούνταν για την εκμετάλλευση ευκαιριών, αντί της εξασφάλισης του βιοπορισμού τους. Είναι επίσης σαφής η αντιστροφή της τάσης από το 2008 και στη συνέχεια, στην περίοδο δηλαδή της

κρίσης. Στην περίοδο αυτή, το ποσοστό των επίδοξων/νέων επιχειρηματιών που κινητοποιούνται από την ανάγκη είναι μεγαλύτερο από το παρελθόν. Και όπως ήδη αναφέρθηκε παραπάνω, αυτό δεν μπορεί παρά να έχει επιπτώσεις και στην ποιοτική πλευρά των νέων εγχειρημάτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ, ΦΥΛΟ ΚΑΙ ΗΛΙΚΙΑ

Οι βασικοί δείκτες της επιχειρηματικότητας που υπολογίζονται στο πλαίσιο του ερευνητικού προγράμματος του GEM και οι οποίοι παρουσιάστηκαν στο Κεφάλαιο 1, αποκαλύπτουν ότι υψηλή επιχειρηματικότητα σε μια χώρα δεν σημαίνει αναγκαστικά και υψηλό επίπεδο ανάπτυξης. Ωστόσο, είναι σημαντικό η άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας να είναι μια επιλογή προσβάσιμη από όσο το δυνατόν μεγαλύτερο μέρος μιας κοινωνίας. Κάθε κοινωνική ομάδα έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, τρόπους σκέψης και πρότερες εμπειρίες που είναι πολύτιμα για την επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Άρα, είναι σημαντικό τα ενδεχόμενα εμπόδια στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση όλων των ομάδων του πληθυσμού να είναι κατά το δυνατό χαμηλότερα. Σε οποιαδήποτε δε περίπτωση, η μείωση αυτών των εμποδίων πρέπει να αποτελεί ουσιαστικό στόχο όλων των πολιτικών που αποσκοπούν στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας.

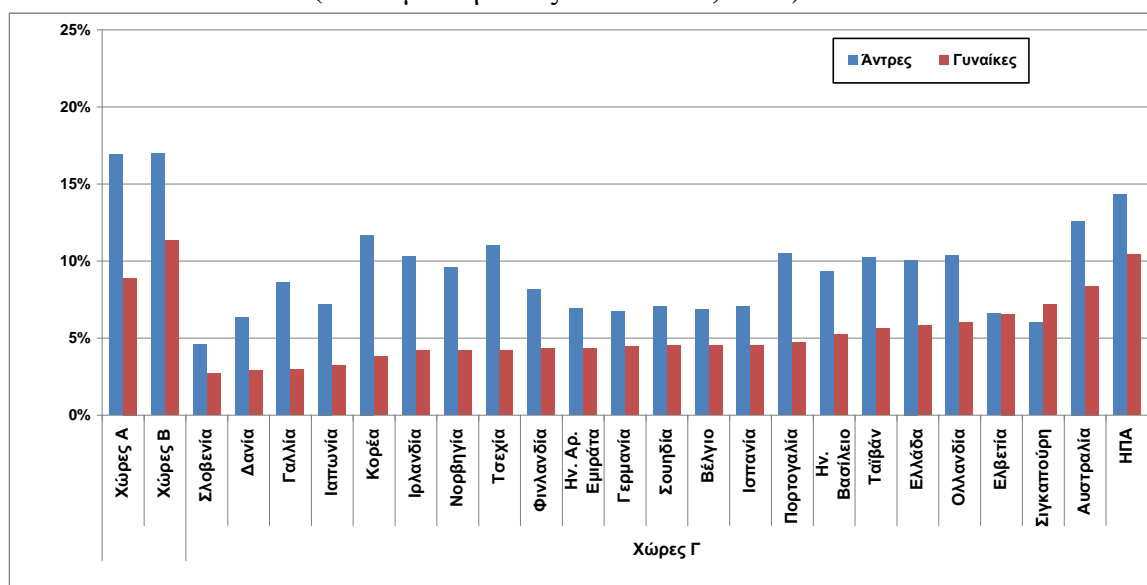
Σε αυτό το πλαίσιο, το παρόν Κεφάλαιο εξετάζει τη συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανά φύλο και ηλικιακή ομάδα. Όπως δε και στα προηγούμενα, θα διερευνηθεί ο τρόπος με τον οποίο η επιχειρηματική δραστηριοποίηση αυτών έχει επηρεαστεί από την κρίση.

3.1 Γυναικεία επιχειρηματικότητα

Όπως έχουν αποκαλύψει όλες οι έρευνες του GEM μέχρι σήμερα, σε παγκόσμιο επίπεδο η επιχειρηματικότητα είναι μια κυρίως ανδρική δραστηριότητα. Ωστόσο, τα σχετικά ποσοστά επιχειρηματικής ενασχόλησης διαφέρουν μεταξύ χωρών και κυρίως μεταξύ ομάδων χωρών. Το Διάγραμμα 3.1 παραθέτει τα σχετικά δεδομένα για το 2011.

Διάγραμμα 3.1

Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων με βάση το φύλο
(% ατόμων ηλικίας 18-64 ετών, 2011)



Χώρες A: χαμηλού κόστους παραγωγικών συντελεστών, Χώρες B: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας,

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Για κάθε χώρα –ή ομάδα χωρών- που συμμετείχε στην έρευνα του GEM το 2011, το διάγραμμα παρουσιάζει τα ποσοστά του πληθυσμού κατά φύλο που βρίσκονταν σε αρχικό στάδιο επιχειρηματικής δραστηριότητας. Σε όλες τις χώρες είναι σαφής η υπεροχή των ανδρών, με μόνη εξαίρεση τη Σιγκαπούρη και οριακά την Ελβετία.⁵ Αλλά, σε διεθνές επίπεδο, έχει ενδιαφέρον να επισημανθούν τα ποσοστά συμμετοχής στην επιχειρηματικότητα κατά φύλο στις ομάδες χωρών A και B. Σε αυτές τις χώρες, η διαφορά ανάμεσα στα φύλα είναι σαφώς μικρότερη σε σύγκριση με τις χώρες καινοτομίας (ομάδα Γ). Και πάλι, είναι η επιχειρηματικότητα ανάγκης που εξηγεί αυτή τη διαφορά. Καθώς οι ευκαιρίες για μισθωτή απασχόληση είναι μικρές σε αυτές τις χώρες, οι ανάγκες εξασφάλισης εισοδήματος για την οικογένεια ωθεί τα μέλη της σε κάποιου είδους επιχειρηματική δραστηριοποίηση, και μάλιστα ασχέτως φύλου. Με άλλα λόγια, η ανάγκη αναδεικνύεται σε δύναμη ικανή να ανατρέψει –ή τουλάχιστον να μετριάσει- μια σημαντική και κοινωνικά διαμορφωμένη διαφορά ανάμεσα στα φύλα. Έχει δε ενδιαφέρον ότι αυτή η κοινωνικά διαμορφωμένη διαφορά φαίνεται να ισχύει απόλυτα στις χώρες καινοτομίας, μολονότι το επίπεδο ανάπτυξής τους –με ό,τι αυτό συνεπάγεται σχετικά με τους προνοιακούς τους μηχανισμούς- θα δικαιολογούσε

⁵ Ας σημειωθεί εδώ ότι η Σιγκαπούρη εμφανίζει αυτή την ιδιαιτερότητα σταθερά στις τελευταίες έρευνες του GEM.

μια περισσότερο ισομερή κατανομή της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανάμεσα στα φύλα.⁶

Η Ελλάδα καταλαμβάνει την έκτη θέση ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας ως προς τη συμμετοχή των γυναικών. Το 2011 λοιπόν, το 6% των γυναικών στη χώρα μας βρισκόταν στο αρχικό στάδιο κάποιου τύπου επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Πρόκειται για υψηλό ποσοστό, όπως βεβαίως και ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, ο οποίος, όπως αναφέρθηκε στο Κεφάλαιο 1, βρισκόταν στο 8% την ίδια χρονιά. Με άλλα λόγια, το ποσοστό της επιχειρηματικής δραστηριότητας το 2011 ήταν στην Ελλάδα υψηλός και για τα δύο φύλα.

Ωστόσο, τα δεδομένα αυτά δεν αρκούν για να διαμορφώσουν μια συνεκτική εικόνα για την γυναικεία συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Ο λόγος είναι, όπως προκύπτει από τον Πίνακα 3.1 που ακολουθεί, ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα υπόκειται σε μεγάλες διακυμάνσεις από χρόνο σε χρόνο, όπως βεβαίως και ο γενικός δείκτης της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων.

Πίνακας 3.1

Εξέλιξη Γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, Ελλάδα
(% του πληθυσμού 18-64 ετών)

	Γυναικεία επιχειρηματικότητα
2007	3,5
2008	7,7
2009	6,0
2010	3,7
2011	6,0
Μέσος όρος	5,4

Πηγή: GEM, Επεξεργασία στοιχείων IOBE

Αυτή η εξέλιξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα υποδηλώνει ότι οι διακυμάνσεις της σχετικής μεταβλητής ακολουθούν πορεία παράλληλη με εκείνη του γενικού δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, ανεξάρτητα από το φύλο δηλαδή.⁷ Με άλλα λόγια, οι διακυμάνσεις του γενικού δείκτη συνίστανται εξίσου από τις διακυμάνσεις των φύλων, χωρίς το ένα φύλο να μπορεί να υποτεθεί ότι είναι αποκλειστικά υπεύθυνο.

⁶ Με εξαιρέσεις βεβαίως τις ΗΠΑ, την Αυστραλία και την Ελβετία.

⁷ Βλέπε το Διάγραμμα 1.2 στο Κεφάλαιο 1.

Ως προς τα κίνητρα της γυναικείας επιχειρηματικότητας, όλες οι έρευνες του GEM αποκαλύπτουν ότι το κίνητρο της ανάγκης είναι ισχυρότερο του κινήτρου της ευκαιρίας σε σύγκριση με τους άνδρες. Το εύρημα αυτό επιβεβαιώνεται και το 2011, όπως φαίνεται στον Πίνακα 3.2

Πίνακας 3.2

Ποσοστό επιχειρηματικότητας ανάγκης
στη συνολική επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά φύλο (2011)

Χώρες	Επιχειρηματικότητα ανάγκης στους άνδρες (ως % της ανδρικής επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)	Επιχειρηματικότητα ανάγκης στις γυναίκες (ως % της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)
Χώρες Α	33,1	37,1
Χώρες Β	24,6	30,9
ΗΠΑ	20,7	21,8
Ελλάδα	24,7	26,5
Ολλανδία	11,0	5,8
Βέλγιο	9,2	12,4
Γαλλία	12,1	22,4
Ισπανία	23,4	29,7
Ελβετία	13,3	9,5
Ην. Βασίλειο	11,8	26,8
Δανία	6,6	8,2
Σουηδία	6,1	6,0
Νορβηγία	5,1	2,4
Γερμανία	17,1	20,9
Αυστραλία	14,9	15,3
Σιγκαπούρη	17,5	15,2
Ιαπωνία	23,9	27,2
Κορέα	43,9	33,8
Πορτογαλία	13,4	27,2
Ιρλανδία	29,4	29,7
Φινλανδία	17,2	20,2
Σλοβενία	16,8	3,5
Τσεχία	27,3	27,5
Ταϊβάν	18,2	16,1
Ην. Αρ. Εμιράτα	15,0	12,2
Χώρες Γ	18,1	18,2
Μ.Ο. GEM	24,7	29,0

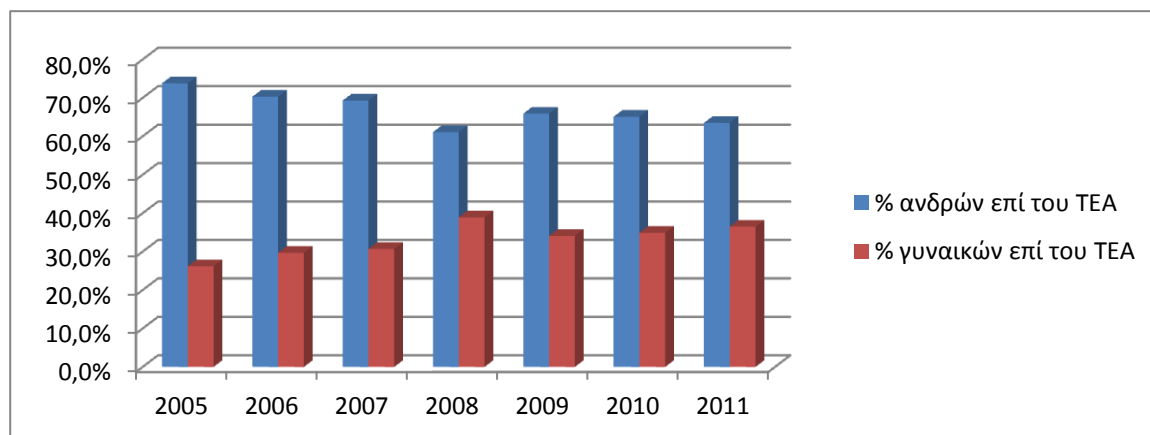
*Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM*

Η υπεροχή των γυναικών, ως προς το κίνητρο της ανάγκης, είναι φανερή και στις τρεις ομάδες χωρών, αν και οι διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών φαίνονται μικρότερες στις χώρες καινοτομίας. Το ίδιο ισχύει και στην Ελλάδα, όπου η επιχειρηματικότητα ανάγκης αφορούσε το 24,7% των ανδρών και το 26,5% των γυναικών που μπήκαν στον επιχειρηματικό στίβο το 2011. Βεβαίως τα σχετικά ποσοστά στην Ελλάδα είναι από τα υψηλότερα ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας, τόσο για τους άνδρες, όσο και για τις γυναίκες. Πρόκειται άλλωστε για εύρημα αναμενόμενο, με βάση την ανάλυση των κινήτρων της επιχειρηματικότητας που παρουσιάστηκε στο προηγούμενο Κεφάλαιο.

Μένει να εξεταστεί ο τρόπος με τον οποίο η κρίση έχει επιδράσει στην κατανομή της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες. Το Διάγραμμα 3.2 παρουσιάζει τα σχετικά δεδομένα.

Διάγραμμα 3.2

Εξέλιξη επιχειρηματικότητας ανδρών και γυναικών
(ποσοστά επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)



Πηγή: IOBE Επεξεργασία στοιχείων GEM

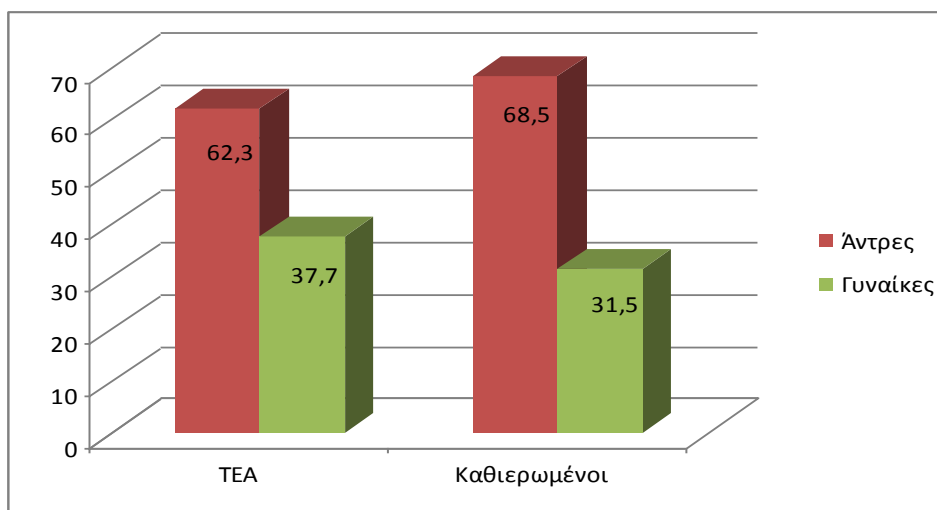
Είναι λοιπόν φανερό ότι η κρίση έχει οδηγήσει σε μια περισσότερο ισομερή κατανομή της νέας επιχειρηματικότητας ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες. Το 2005 σχεδόν το 75% των επίδοξων/νέων επιχειρηματιών ήταν άνδρες, ενώ το 25% ήταν γυναίκες. Αντίθετα, κατά την τριετία της κρίσης (2009-2011), η γυναικεία συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων αγγίζει το 35%. Στην ουσία, πρόκειται για αναμενόμενο εύρημα για δύο λόγους. Ο πρώτος είναι η υπεροχή των γυναικών στην επιχειρηματικότητα ανάγκης, η οποία ευλόγως αυξάνει στη διάρκεια της ύφεσης, όπως έχει ήδη παρατηρηθεί παραπάνω. Δεύτερον, το γεγονός ότι η ανεργία

πλήττει περισσότερο τις γυναίκες από τους άνδρες, οδηγεί μεγαλύτερα ποσοστά γυναικών στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση για την εξασφάλιση του οικογενειακού βιοπορισμού

Η ύφεση των τελευταίων ετών επηρεάζει την κατανομή της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανάμεσα στα φύλα και με έναν άλλο τρόπο. Στην ειδική Έκθεση για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα που είχε δημοσιεύσει το IOBE το 2008, είχε παρατηρηθεί και σχολιαστεί ένα ενδιαφέρον εύρημα. Ενώ η κατανομή της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανάμεσα στα φύλα ήταν στην Ελλάδα περίπου ίδια με όλες τις υπόλοιπες χώρες καινοτομίας, η συμμετοχή των γυναικών στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα ήταν σχεδόν ίση με εκείνη των ανδρών. Η ερμηνεία που είχε προταθεί τότε ήταν ότι στη χώρα μας φαίνεται να λειτουργεί ένας άτυπος ενδοοικογενειακός καταμερισμός ανάμεσα στα φύλα, όπου ο άνδρας της οικογένειας αναλαμβάνει την ίδρυση μιας επιχείρησης, αλλά η γυναίκα αναλαμβάνει τη λειτουργία της μετά την ίδρυση. Ωστόσο, τα δεδομένα του 2011 απεικονίζουν μια πολύ διαφορετική εικόνα, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 3.3 που ακολουθεί.

Διάγραμμα 3.3

Κατανομή νέας και καθιερωμένης επιχειρηματικότητας ανά φύλο 2011



Πηγή: IOBE Επεξεργασία στοιχείων GEM

Η κρίση και ιδιαίτερα η ανεργία έχει λοιπόν ανατρέψει μιαν εικόνα που αποτελούσε σταθερό χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα σε όλη την προηγούμενη περίοδο. Η μεγάλη ανεργία ωθεί φαίνεται τους άνδρες της οικογένειας να αναλαμβάνουν τόσο την ίδρυση, όσο και τη λειτουργία της επιχείρησης. Το

εξαιρετικά αρνητικό ζήτημα το οποίο προβάλλει εδώ είναι βεβαίως προφανές. Οι γυναίκες φαίνεται να ωθούνται εκτός αγοράς τόσο από την ανεργία, όσο και από το γεγονός ότι οι άνδρες καταλαμβάνουν ένα χώρο στον οποίο οι γυναίκες είχαν μέχρι πρόσφατα ένα πλεονέκτημα: τη διεύθυνση της οικογενειακής επιχείρησης. Η χώρα έτσι φαίνεται να χάνει από το γεγονός ότι ο μισός της πληθυσμός έχει πλέον μικρότερη πρόσβαση στην οικονομική δραστηριότητα από το παρελθόν.

Συγκρίνοντας τα δύο φύλα υπό το πρίσμα άλλων δημογραφικών χαρακτηριστικών είναι δυνατή η εξαγωγή και άλλων σημαντικών συμπερασμάτων.

- Διαχρονικά και σχεδόν σε όλες τις χώρες του GEM, οι γυναίκες δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά σε μεγαλύτερη ηλικία από τους άνδρες, κάτι που εξηγείται βεβαίως από την ευθύνη της ανατροφής των παιδιών. Τα προηγούμενα χρόνια η ίδια εικόνα επικρατούσε και στην Ελλάδα. Ωστόσο, το 2011 το ηλικιακό κλιμάκιο που επικρατεί και τα δύο φύλα είναι το 25-34 (γυναίκες 28,3%, άνδρες 35,4%). Με άλλα λόγια, η ανεργία –και ιδιαίτερα η ανεργία των νέων- ωθεί και τα δύο φύλα στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση σε μικρότερη ηλικία. Έτσι, η μέση ηλικία και για τα δύο φύλα τείνει να εξισωθεί (γυναίκες 38,6, άνδρες 39).
- Τάση εξίσωσης ανάμεσα στα φύλα παρατηρείται επίσης σχετικά με το επίπεδο εκπαίδευσης, όπου το 55,2% των γυναικών και το 57,8% των ανδρών επιχειρηματιών έχουν ολοκληρώσει μετα-λυκειακές σπουδές. Ωστόσο, είναι ενδιαφέρον ότι οι Ελληνίδες επιχειρηματίες με μεταπτυχιακές σπουδές καταγράφουν μεγαλύτερο ποσοστό από τους άνδρες (13,8% έναντι 12,4%).
- Είναι ενδιαφέρον ότι οι Ελληνίδες καταγράφουν μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση σχετικά με τις γνώσεις και τις ικανότητες που απαιτούνται για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας (82,8%) σε σύγκριση με τους άνδρες (76,3%).
- Αντίθετα, οι γυναίκες που δηλώνουν ότι φοβούνται την επιχειρηματική αποτυχία συνιστούν μεγαλύτερο ποσοστό (61,7%) συγκριτικά με τους άνδρες (55,6%).
- Ελαφρά πιο εξωστρεφείς φαίνεται ότι είναι οι επιχειρήσεις που ιδρύονται από γυναίκες (8,9% δηλώνουν ότι πάνω από τα $\frac{3}{4}$ των πελατών τους βρίσκεται στο εξωτερικό) έναντι εκείνων που ξεκινούν από άνδρες (6,4%).

- Τέλος, είναι ενθαρρυντικό το γεγονός ότι 10,1% των γυναικών επιχειρηματιών που εντόπισε η έρευνα δηλώνουν πως δραστηριοποιούνται σε κλάδους μεσαίας και υψηλής τεχνολογίας, έναντι μόνο 5% των ανδρών.

3.2 Επιχειρηματικότητα και ηλικία

Το γεγονός ότι η έννοια της επιχειρηματικότητας παραπέμπει πάντοτε στη δημιουργία κάποιας νέας δραστηριότητας, η οποία δεν υπήρχε μέχρι τη στιγμή της δημιουργίας της, συνήθως οδηγεί τους μελετητές στο συμπέρασμα ότι πρέπει να συσχετίζεται με μικρότερες ηλικίες. Υποτίθεται ότι η έφεση στον πειραματισμό και η αποδοχή του ρίσκου ταιριάζει περισσότερο στις δημιουργικές φάσεις της ζωής κάθε ατόμου, όπου ο φόβος της απώλειας των συσσωρευμένων αποταμιεύσεων ή οποιασδήποτε άνεσης έχει ήδη αποκτηθεί είναι μικρότερος. Σε αυτό το πλαίσιο, και ιδίως σε σχέση με εγχειρήματα που χαρακτηρίζονται σε μεγάλο βαθμό από διάθεση πειραματισμού και υψηλά επίπεδα αβεβαιότητας, υποτίθεται ότι η σχετική έφεση συνήθως εκδηλώνεται σε μικρότερες ηλικίες.

Ωστόσο, η αντίθετη υπόθεση φαίνεται επίσης βάσιμη. Η δυνατότητα ανακάλυψης επιχειρηματικών ευκαιριών εξαρτάται από τη συσσωρευμένη γνώση του ατόμου, την εμπειρία δηλαδή που έχει αποκτήσει από την ενασχόλησή του με κάποια συγκεκριμένη δραστηριότητα ή τομέα της αγοράς. Με αυτή τη λογική, είναι πιθανό η είσοδος στον επιχειρηματικό στίβο να εκδηλώνεται αργότερα στη ζωή του ατόμου, σε κάποια φάση δηλαδή της ζωής του που το ίδιο κρίνει ότι ήδη κατέχει την γνώση και την εμπειρία που απαιτούνται για επιτυχή δραστηριοποίηση. Ο Πίνακας 3.3 παραθέτει την κατανομή της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά ηλικιακά κλιμάκια το 2011, με έμφαση βεβαίως στις χώρες καινοτομίας στις οποίες περιλαμβάνεται και η Ελλάδα.

Πίνακας 3.3

Κατανομή επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων
κατά ηλικιακά κλιμάκια (2011)

Χώρες	% επί του TEA ηλικίας 18-24	% επί του TEA ηλικίας 25-34	% επί του TEA ηλικίας 35-44	% επί του TEA ηλικίας 45-54	% επί του TEA ηλικίας 55-64
Χώρες Α	20,1	35,1	24,4	14,4	6,0
Χώρες Β	16,4	32,0	26,3	18,0	7,4
ΗΠΑ	11,6	26,5	24,6	23,8	13,5
Ελλάδα	10,5	27,5	32,9	14,5	14,6
Ολλανδία	12,0	23,1	26,9	25,9	12,1
Βέλγιο	11,1	35,4	29,7	11,3	12,5
Γαλλία	8,2	33,3	28,8	21,5	8,2
Ισπανία	7,8	33,0	34,1	18,0	7,1
Ελβετία	7,6	19,8	29,3	30,0	13,3
Ην. Βασίλειο	14,9	25,1	27,0	20,6	12,3
Δανία	10,6	20,0	33,1	24,9	11,3
Σουηδία	9,3	14,6	28,8	22,9	24,5
Νορβηγία	3,6	21,5	33,8	25,2	15,8
Γερμανία	19,1	20,7	28,0	23,3	9,0
Αυστραλία	9,0	29,3	24,4	23,5	13,8
Σιγκαπούρη	14,1	37,7	22,6	22,4	3,2
Ιαπωνία	9,2	18,8	24,2	24,2	23,6
Κορέα	2,3	20,3	36,1	29,8	11,4
Πορτογαλία	12,1	34,9	24,3	17,9	10,9
Ιρλανδία	11,1	31,9	30,7	20,3	6,0
Φινλανδία	10,7	27,3	26,6	20,3	15,1
Σλοβενία	13,3	31,0	27,7	15,5	12,5
Τσεχία	18,7	28,3	26,4	17,6	9,0
Ταϊβάν	11,3	25,7	27,2	22,6	13,2
Ην. Αρ. Εμιράτα	13,1	46,0	27,6	11,2	2,1
Χώρες Γ	10,9	27,5	28,5	21,2	12,0
Μ.Ο. GEM	14,6	30,5	26,9	18,8	9,1

Πηγή: IOBE Επεξεργασία στοιχείων GEM

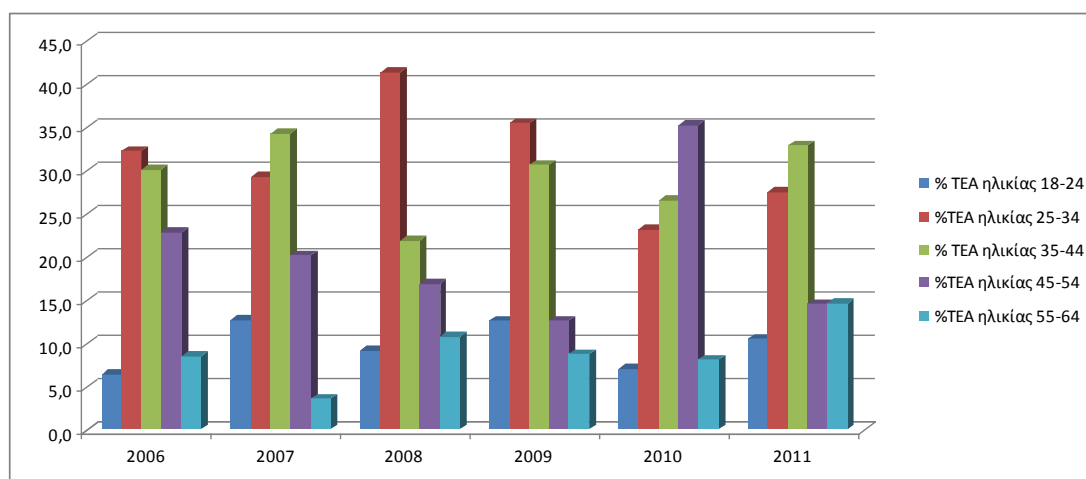
Τα παραπάνω δεδομένα φαίνεται ότι επιβεβαιώνουν μάλλον την πρώτη υπόθεση για τις ομάδες χωρών Α και Β, στις οποίες η ηλικιακή ομάδα που εμφανίζει τη μεγαλύτερη συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων είναι εκείνη 25 – 34. Η υψηλή επιχειρηματικότητα ανάγκης και γενικότερα η έλλειψη ευκαιριών μισθωτής απασχόλησης σε αυτές τις χώρες εξηγεί το εύρημα ότι σχεδόν το 1/3 των νέων εγχειρημάτων ιδρύεται από άτομα που ανήκουν στο συγκεκριμένο ηλικιακό κλιμάκιο. Αντίθετα, στις χώρες καινοτομίας η συμμετοχή του συγκεκριμένου ηλικιακού κλιμακίου είναι σχεδόν ίδια με του επόμενου (35 - 44). Σε αυτή την ομάδα

χωρών, φαίνεται λοιπόν ότι και οι δύο υποθέσεις είναι βάσιμες. Αλλά εδώ έχει σημασία και άλλη μία παράμετρος. Καθώς το εκπαιδευτικό επίπεδο είναι κατά πολύ υψηλότερο στις χώρες της ομάδας Γ σε σύγκριση με εκείνο των ομάδων Α και Β, οι νέοι που εισέρχονται στον επιχειρηματικό στίβο κατέχουν ήδη ένα σημαντικό επίπεδο γνώσεων. Άρα, είναι σε καλύτερη θέση να δράσουν επιχειρηματικά και να δημιουργήσουν εγχειρήματα με υψηλότερα ποιοτικά χαρακτηριστικά από τους συνομηλίκους τους στις φτωχότερες χώρες του πλανήτη.

Η Ελλάδα εμφανίζει το 2011 μια εικόνα που βρίσκεται πολύ κοντά στον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας, καθώς τα ηλικιακά κλιμάκια 25-34 και 35-44 καταγράφουν σχεδόν ίσα ποσοστά. Το εύρημα αυτό συνιστά μια σημαντική διαφοροποίηση σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 3.4 που ακολουθεί.

Διάγραμμα 3.4

Κατανομή της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά ηλικιακό κλιμάκιο
Ελλάδα: 2006-2011



Πηγή: IOBE Επεξεργασία στοιχείων GEM

Όπως αποκαλύπτουν τα παραπάνω δεδομένα, υπάρχει μεγάλη διακύμανση της συμμετοχής των διαφόρων ηλικιακών κλιμακίων στην επιχειρηματική δραστηριότητα από έτος σε έτος. Αυτό δεν αποτελεί ελληνική ιδιαιτερότητα, αλλά παρουσιάζεται διαχρονικά σε όλες τις έρευνες του GEM σε όλες τις χώρες. Ωστόσο, υπάρχει μια ενδιαφέρουσα παρατήρηση που αφορά τη διαφορά ανάμεσα σε 2010 και 2011 στην Ελλάδα. Το 2010 το ηλικιακό κλιμάκιο που κατέγραφε το υψηλότερο ποσοστό ήταν το 45-54, ενώ τον επόμενο χρόνο εκείνο που επικρατεί είναι το 35-44. Πώς μπορεί να

εξηγηθεί αυτή η εξέλιξη; Φαίνεται ότι το 2010 μεγαλύτερες ηλικίες οδηγήθηκαν στην επιχειρηματική δραστηριότητα καθώς έμεναν άνεργοι ή και για λόγους «προληπτικούς», φοβούμενοι δηλαδή ότι η θέση εργασίας τους δεν θα ήταν εξασφαλισμένη. Αντίθετα, το 2011 ο καλπασμός της ανεργίας των νέων σήμαινε ότι η πιθανότητα εξασφάλισης μιας θέσης εργασίας μειωνόταν ραγδαία, με αποτέλεσμα η στροφή νεότερων ηλικιών στον επιχειρηματικό στίβο να αποτελεί βασική επιλογή βιοπορισμού. Άλλωστε, τα δεδομένα σχετικά με την επιχειρηματικότητα ανάγκης, που εξετάστηκαν στο προηγούμενο Κεφάλαιο, φαίνεται να υποστηρίζουν αυτή την εξήγηση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΤΟ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Τα ευρήματα που έχουν παρουσιαστεί στα προηγούμενα Κεφάλαια προέρχονται από την έρευνα πληθυσμού, από τις απαντήσεις δηλαδή των ίδιων των ατόμων που, με τον ένα ή τον άλλο τρόπο, έχουν εκδηλώσει κάποιου είδους επιχειρηματική δραστηριότητα. Είναι βέβαια προφανές ότι, σε κάθε χώρα, η δραστηριότητα αυτή εξελίσσεται σε ένα συγκεκριμένο θεσμικό πλαίσιο, το οποίο μπορεί να ευνοεί ή να μην ευνοεί την εκδήλωση της επιχειρηματικότητας σε πολύ διαφορετικούς βαθμούς και με πολύ διαφορετικούς τρόπους. Άρα, η μελέτη της επιχειρηματικότητας σε μια χώρα θα ήταν ελλιπής αν δεν ήταν σε θέση να συμπεριλάβει στην ανάλυσή της τα χαρακτηριστικά του θεσμικού περιβάλλοντος μέσα στο οποίο εκδηλώνεται η επιχειρηματική δραστηριότητα.

Τα χαρακτηριστικά κάποιων πλευρών του θεσμικού περιβάλλοντος είναι δυνατό να προσεγγιστούν με βάση τα ευρήματα της έρευνας πληθυσμού, όπως για παράδειγμα οι πολιτισμικοί παράγοντες που συζητήθηκαν στο 2^ο Κεφάλαιο. Ωστόσο, αν και οι προοπτικές επιχειρηματικής δραστηριοποίησης κάθε ατόμου δεν μπορεί παρά να επηρεάζονται αποφασιστικά από το θεσμικό πλαίσιο μιας χώρας, θα ήταν μάλλον ανεδαφικό να αναμένει κανείς ότι τα ίδια τα άτομα έχουν πλήρη συνείδηση αυτού του πλαισίου και ότι είναι σε θέση να περιγράψουν όλες τις διαστάσεις του.

Για τη διερεύνηση αυτού του ζητήματος το GEM χρησιμοποιεί ένα άλλο ερευνητικό εργαλείο –πέρα δηλαδή από την έρευνα πληθυσμού: συνεντεύξεις με εθνικούς εμπειρογνώμονες, οι οποίοι επιλέγονται λόγω της γνώσης και των εμπειριών που κατέχουν σε διάφορες διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος σε κάθε χώρα. Πρόκειται για ακαδημαϊκούς, άτομα που προέρχονται από τον επιχειρηματικό χώρο, αλλά και διαμορφωτές πολιτικής. Στην Ελλάδα η ομάδα των εθνικών εμπειρογνομόνων περιλαμβάνει 36 άτομα, τα οποία κατανέμονται (ανά τέσσερα) στις 9 διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος που ορίζει το ερευνητικό πρόγραμμα. Το πλαίσιο που ακολουθεί περιγράφει αναλυτικά αυτές τις 9 διαστάσεις.

ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

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

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

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

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

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

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

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

Η διάσταση αυτή εξετάζει επίσης τις συνέπειες του θεσμικού πλαισίου σχετικά με την ευρεσιτεχνία, την δυνατότητα των ερευνητών να διαπραγματεύονται με τους

ομολόγους τους στη βιομηχανία και το αντίστροφο, τα επίπεδα καινοτομικότητας της χώρας, τον εθνικό προσανατολισμό των δαπανών για έρευνα και ανάπτυξη (το κατά πόσο τα κρατικά, βιομηχανικά και εκπαιδευτικά ιδρύματα αναγνωρίζουν και προάγουν την σπουδαιότητα της εφαρμοσμένης έρευνας), καθώς και την ποιότητα και την διαθεσιμότητα υποδομής τέτοιας που να στηρίζει πρωτοβουλίες υψηλής τεχνολογίας.

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

Πόσο «ανοιχτή» είναι η Αγορά/Εμπόδια Εισόδου: Ο βαθμός στον οποίο οι εμπορικές συναλλαγές είναι τόσο σταθερές και δύσκολα μετατρέψιμες, ώστε να εμποδίζουν τις μικρές και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις να ανταγωνίζονται αποτελεσματικά και να επιτυγχάνουν να αντικαθιστούν προμηθευτές, υπεργολάβους και συμβούλους. Η διάσταση αυτή εξετάζει επίσης την ύπαρξη ή μη διάφανης αγοράς (π.χ ύπαρξη ασυμμετριών στην πληροφόρηση: το αν και κατά πόσο οι πληροφορίες για τις συνθήκες της αγοράς είναι διαθέσιμες σε όλους τους πωλητές και τους αγοραστές), τις κυβερνητικές πολιτικές που αποσκοπούν στη δημιουργία ανοιχτής αγοράς (π.χ κρατικές προμήθειες, μείωση των εμπορικών δασμών, φραγμών κ.λ.π), τη δομή της αγοράς (π.χ ευκολία εισόδου, κυριαρχία μεγάλων ή μικρών επιχειρήσεων, πλεονεκτήματα διαφήμισης, ανταγωνισμός τιμών κ.λ.π) και το κατά πόσο όλες οι επιχειρήσεις ανταγωνίζονται με βάση τους ίδιους κανόνες του παιχνιδιού.

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

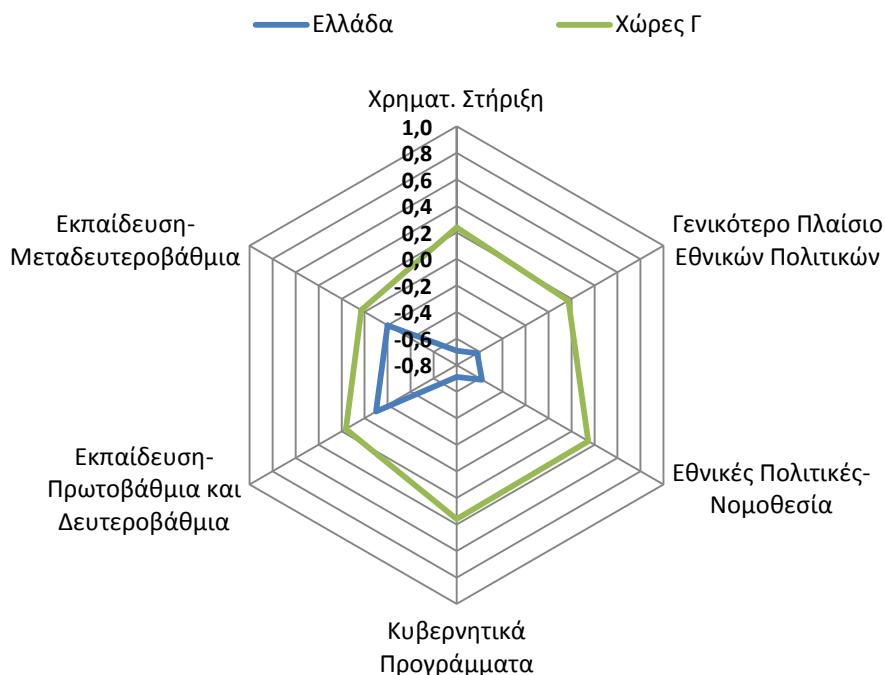
Πολιτισμικά και Κοινωνικά Πρότυπα: Ο βαθμός, στον οποίο τα υπάρχοντα κοινωνικά και πολιτισμικά πρότυπα ενθαρρύνουν, ή τουλάχιστον δεν αποθαρρύνουν, την ατομική δράση, η οποία πιθανόν να οδηγήσει σε νέους τρόπους επιχειρηματικής δράσης, ή οικονομικές δραστηριότητες που, με τις σειρά τους, μπορούν να οδηγήσουν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

Η διάσταση αυτή εξετάζει επίσης τις ευρύτερες στάσεις απέναντι στην επιχειρηματικότητα, τις συμπεριφορές απέναντι στο ρίσκο, την επιχειρηματική αποτυχία και την δημιουργία πλούτου (καθώς και την επίδρασή τους στην ανάπτυξη επιχειρηματικότητας), την επίδραση των κοινωνικών προτύπων στην επιχειρηματική συμπεριφορά, την κοινωνική αξία ή απαξία του επιχειρηματία, και τέλος την

επίδραση που ασκούν οι πολιτισμικές και κοινωνικές συμπεριφορές για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας σε τοπικές κοινότητες και μειονοτικές ομάδες (εθνικές ή θρησκευτικές ομάδες, γυναίκες κλπ.).

Για να είναι δυνατή μεγαλύτερη ανάλυση των σχετικών ευρημάτων, τρεις από τις παραπάνω διαστάσεις υποδιαιρούνται σε δύο υποδιαστάσεις η κάθε μία. Έτσι, η εκπαίδευση υποδιαιρείται σε πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση αφενός, και μεταλυκειακή εκπαίδευση, αφετέρου. Οι κυβερνητικές πολιτικές υποδιαιρούνται σε γενικές πολιτικές και πολιτικές ρύθμισης των αγορών. Τέλος, η διάσταση της εσωτερικής αγοράς υποδιαιρείται στη διάσταση της ταχύτητας των μεταβολών αφενός, και εκείνη που αφορά το πόσο ανοιχτή είναι, αφετέρου. Τα δύο διαγράμματα που ακολουθούν συγκρίνουν τις γνώμες των Ελλήνων εμπειρογνομόνων με εκείνες των εμπειρογνομόνων στις άλλες χώρες καινοτομίας.

Διάγραμμα 4.1



Πηγή: IOBE Επεξεργασία στοιχείων GEM

Το Διάγραμμα 4.1 παραπάνω παρουσιάζει την αξιολόγηση των Ελλήνων εμπειρογνομόνων συγκριτικά με τον μέσο όρο των αξιολογήσεων στις χώρες καινοτομίας, για τις πρώτες τέσσερις διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος στον κατάλογο που προηγήθηκε. Όπως δε αναφέρθηκε ήδη, δύο από αυτές

(εκπαίδευση και κυβερνητικές πολιτικές) έχουν υποδιαιρεθεί σε δύο υποδιαστάσεις. Τα δεδομένα στα οποία βασίζονται τα παραπάνω προέρχονται από τις έρευνες εθνικών εμπειρογνομώνων του 2011.

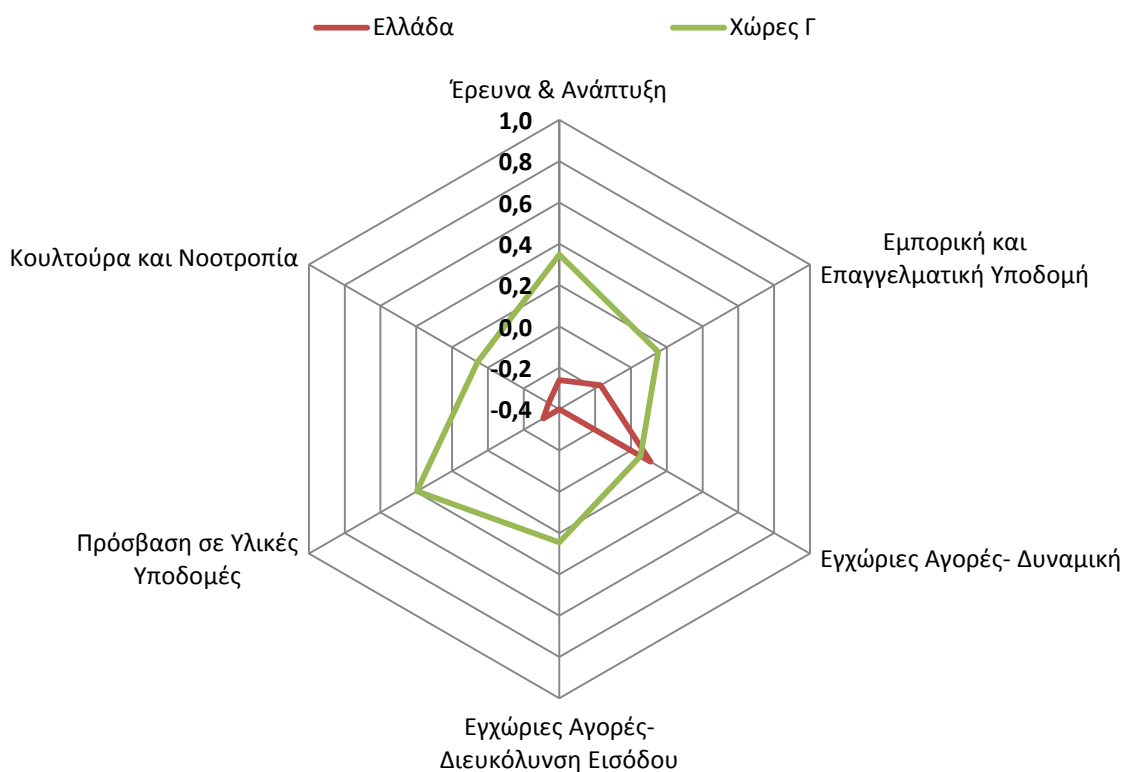
Εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι, κατά τους Έλληνες εμπειρογνώμονες, η χώρα μας πλησιάζει το μέσο επίπεδο των χωρών καινοτομίας μόνο σε δύο (από τις έξι) διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Πρόκειται για τις δύο διαστάσεις της εκπαίδευσης (βασική και μεταλυκειακή). Τις χειρότερες επιδόσεις καταγράφει η Ελλάδα στις διαστάσεις που αφορούν τη χρηματοδοτική υποστήριξη της επιχειρηματικότητας και την ύπαρξη κυβερνητικών προγραμμάτων για την ενίσχυσή της. Οι αξιολογήσεις των Ελλήνων εμπειρογνομώνων στα ζητήματα αυτά δεν είναι βεβαίως παράξενες, καθώς η κρίση έχει επηρεάσει αρνητικά τόσο τη χρηματοδότηση, όσο και τη δυνατότητα άμεσης ενίσχυσης της νέας επιχειρηματικότητας από το κράτος μέσω αντίστοιχων προγραμμάτων. Η κρίση ρευστότητας που αντιμετωπίζει η ελληνική οικονομία είναι λογικό να επηρεάζει δυσανάλογα περισσότερο τη χρηματοδότηση νέων εγχειρημάτων, καθώς η βιωσιμότητά τους συναρτάται με μεγάλες αβεβαιότητες, ιδίως μέσα στο γενικότερο πλαίσιο της ύφεσης. Από την άλλη πλευρά, οι ανάγκες δημοσιονομικής σταθεροποίησης έχουν μειώσει δραστικά τους πόρους που είναι διαθέσιμοι για την εφαρμογή προγραμμάτων άμεσης ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας.

Το ίδιο αρνητική –αν και σε οριακά χαμηλότερο βαθμό– είναι η αξιολόγηση των Ελλήνων εμπειρογνομώνων στις διαστάσεις του γενικότερου πλαισίου των εθνικών πολιτικών και των εθνικών πολιτικών και της Νομοθεσίας. Εδώ αναφέρονται πολιτικές καθώς και το νομοθετικό πλαίσιο, οι οποίες δεν αφορούν άμεσα την επιχειρηματικότητα, αλλά ολόκληρο το πλαίσιο των κυβερνητικών πολιτικών που διέπουν τη λειτουργία της οικονομίας. Και εδώ, με βάση το αναπόφευκτα υφεσιακό αποτέλεσμα του γενικότερου πλαισίου των δημοσιονομικών πολιτικών λιτότητας, η αξιολόγηση των εμπειρογνομώνων φαίνεται εύλογη.

Το Διάγραμμα 4.2 που ακολουθεί παρουσιάζει τις αξιολογήσεις των εμπειρογνομώνων στις υπόλοιπες έξι διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Εντύπωση προκαλεί ότι σε μία από αυτές –στη δυναμική των αγορών– οι Έλληνες εμπειρογνώμονες θεωρούν ότι στη χώρα μας η δυναμική αυτή είναι εντονότερη –ότι δηλαδή τα δεδομένα των αγορών τείνουν να μεταβάλλονται με μεγάλη ταχύτητα– από τον μέσο όρο των αξιολογήσεων για τις χώρες καινοτομίας.

Ωστόσο, είναι ενδιαφέρον ότι σε όλες τις άλλες διαστάσεις η αξιολόγηση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος από τους Έλληνες εμπειρογνώμονες είναι αρνητική. Ξεχωρίζουν ιδιαίτερα η αρνητικότητα σχετικά με την Κουλτούρα και τη Νοοτροπία έναντι της επιχειρηματικότητας και η δυσκολία πρόσβασης –κατά τους εμπειρογνώμονες- στις εγχώριες αγορές που αντιμετωπίζουν οι νέες επιχειρήσεις.

Διάγραμμα 4.2



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Στα προηγούμενα Κεφάλαια εξετάστηκε αναλυτικά η εξέλιξη των βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας που αποκαλύπτουν τις επιπτώσεις της κρίσης στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Ωστόσο, δεν έχει ακόμα εξεταστεί το πώς τα ίδια τα άτομα που εισέρχονται στον επιχειρηματικό στίβο αξιολογούν τις επιπτώσεις της κρίσης. Η σημασία τέτοιων δεδομένων έγκειται στο ότι επιτρέπουν την εξαγωγή συμπερασμάτων για τον τρόπο με τον οποίο η κρίση επιδρά στην επιχειρηματική δραστηριότητα από χρόνο σε χρόνο, από το αν δηλαδή στη συγκεκριμένη χρονική στιγμή οι ίδιοι οι επιχειρηματίες θεωρούν ότι το περιβάλλον έχει γίνει χειρότερο ή καλύτερο σε σύγκριση με το προηγούμενο διάστημα.

Ήδη από την αρχή της παγκόσμιας κρίσης, το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM έχει εισαγάγει σχετικές ερωτήσεις στο ερωτηματολόγιο με το οποίο γίνεται η έρευνα πληθυσμού σε όλες τις χώρες, για να διερευνήσει ακριβώς αυτά τα ζητήματα. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο παρόν Κεφάλαιο. Βεβαίως, επειδή οι διάφορες χώρες επηρεάζονται από την κρίση με άνισο τρόπο, αλλά επίσης επειδή βρίσκονται σε διαφορετικά σημεία ως προς τη διαδικασία της ανάκαμψης των οικονομιών τους, οι διεθνικές συγκρίσεις δεν επιτρέπουν την εξαγωγή σημαντικών συμπερασμάτων. Για αυτό το λόγο το παρόν Κεφάλαιο επικεντρώνεται στην Ελλάδα και αναλύει τις αξιολογήσεις των ίδιων των Ελλήνων επιχειρηματιών αρχικών σταδίων σχετικά με το εάν η επιχειρηματική δραστηριοποίηση έχει δυσχερανθεί ή διευκολυνθεί σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος.

Πιο συγκεκριμένα, εξετάζονται εδώ τρία ζητήματα: α) Το κατά πόσον η ίδρυση μιας επιχείρησης ήταν δυσκολότερη λόγω της κρίσης το 2011 σε σύγκριση με το 2010, β) Η επίδραση της κρίσης στην ανάπτυξη μιας επιχείρησης και γ) Η επίδραση της κρίσης στην αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών.

5.1 Κρίση και δυσκολίες ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης

Το πρώτο ζήτημα που εξετάζει το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM είναι το κατά πόσον, κατά τη στιγμή της διεξαγωγής της έρευνας, οι ίδιοι οι επιχειρηματίες κρίνουν ότι οι δυσκολίες ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης έχουν αυξηθεί ή έχουν μειωθεί σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Ο Πίνακας 5.1 παρουσιάζει τα σχετικά δεδομένα για τα δύο τελευταία έτη, όπου οι απαντήσεις κάθε έτους έχουν το χαρακτήρα σύγκρισης με το προηγούμενο.

Πίνακας 5.1

Απόψεις των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων σχετικά με τη δυσκολία ίδρυσης μιας επιχείρησης το 2011 (συγκριτικά με το 2010) και το 2010 (συγκριτικά με το 2009) (% θετικών απαντήσεων)

	Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων	
	2010	2011
Πιο δύσκολη	60,4	52,8
Σχετικά πιο δύσκολη	15,2	23,3
Αμετάβλητος βαθμός δυσκολίας	17,6	15,1
Σχετικά λιγότερο δύσκολη	2,5	5,7
Λιγότερο δύσκολη	4,2	3,0
ΣΥΝΟΛΟ	100	100

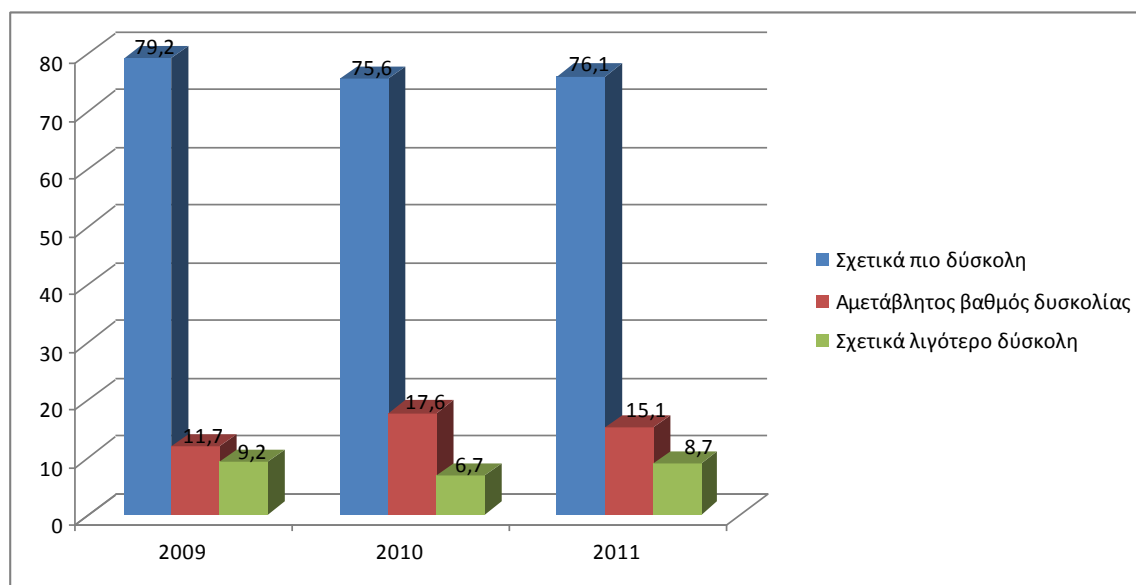
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Το 2011 και το 2010 λοιπόν, τρεις στους τέσσερις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων έκριναν ότι οι δυσκολίες ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης είχαν αυξηθεί σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Δεν πρόκειται βεβαίως για αναπάντεχο εύρημα με δεδομένη τη βαθειά ύφεση στην οποία βρίσκεται η ελληνική οικονομία τα τελευταία χρόνια. Ωστόσο, αξίζει να γίνουν εδώ δύο παρατηρήσεις. Η πρώτη είναι ότι οι απαντήσεις που καταγράφονται στον Πίνακα προέρχονται από επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, από άτομα δηλαδή που βρίσκονται σε αρχικά στάδια επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Είναι λοιπόν εξαιρετικά ενδιαφέρον ότι η αύξηση των δυσκολιών εκκίνησης μιας νέας επιχείρησης δεν αποθαρρύνει αυτούς τους ανθρώπους από το να εισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο. Η δεύτερη παρατήρηση σχετίζεται με το

γεγονός ότι τα σχετικά δεδομένα είναι αμετάβλητα στα δύο έτη. Μάλιστα, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 5.1 που ακολουθεί, τα δεδομένα είναι αμετάβλητα καθ' όλη την προηγούμενη τριετία, το διάστημα δηλαδή στο οποίο το σχετικό ερώτημα έχει εισαχθεί στην ετήσια έρευνα πληθυσμού του GEM.

Διάγραμμα 5.1

Εξέλιξη βαθμού δυσκολίας ίδρυσης επιχείρησης 2009-2011



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Με δεδομένο ότι οι απαντήσεις έχουν πάντοτε συγκριτικό χαρακτήρα σε σχέση με το προηγούμενο έτος, προκύπτει μια εικόνα μιας σωρευτικής χειροτέρευσης των δυσκολιών ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης. Βεβαίως δεν υπάρχουν δεδομένα που να επιτρέπουν την ανάλυση των λόγων για τους οποίους οι νέοι επιχειρηματίες αξιολογούν την κατάσταση κατ' αυτό τον τρόπο. Ωστόσο, αν αναλογιστεί κανείς ότι ούτε το θεσμικό πλαίσιο για την ίδρυση επιχειρήσεων, ούτε οι δυνατότητες χρηματοδότησης –που παραμένουν εξαιρετικά δύσκολες- μεταβλήθηκαν σημαντικά την τελευταία τριετία, καταλήγει στο συμπέρασμα ότι η αξιολόγηση αυτή αντανακλά τις δυσκολίες στην πραγματική οικονομία που έχει φέρει η ύφεση. Άλλωστε, μια τέτοια εξήγηση ταιριάζει απόλυτα και με το εύρημα που παρουσιάστηκε στο Κεφάλαιο 1, ότι η χαμηλή κερδοφορία αξιολογείται ως η σημαντικότερη αιτία διακοπής της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

5.2 Κρίση και δυσκολίες ανάπτυξης των επιχειρήσεων

Πρέπει τώρα να διερευνηθεί αν η ύφεση επηρεάζει αρνητικά αποκλειστικά την ίδρυση νέων επιχειρήσεων ή και τις προοπτικές ανάπτυξής τους. Το δεύτερο ζήτημα που εξετάζει λοιπόν το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM αφορά τις δυσκολίες ανάπτυξης μιας νέας επιχείρησης, πάντα με βάση τις εκτιμήσεις των ίδιων των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων. Τα σχετικά δεδομένα για τα δύο τελευταία έτη παρουσιάζονται στον Πίνακα 5.2 που ακολουθεί.

Πίνακας 5.2

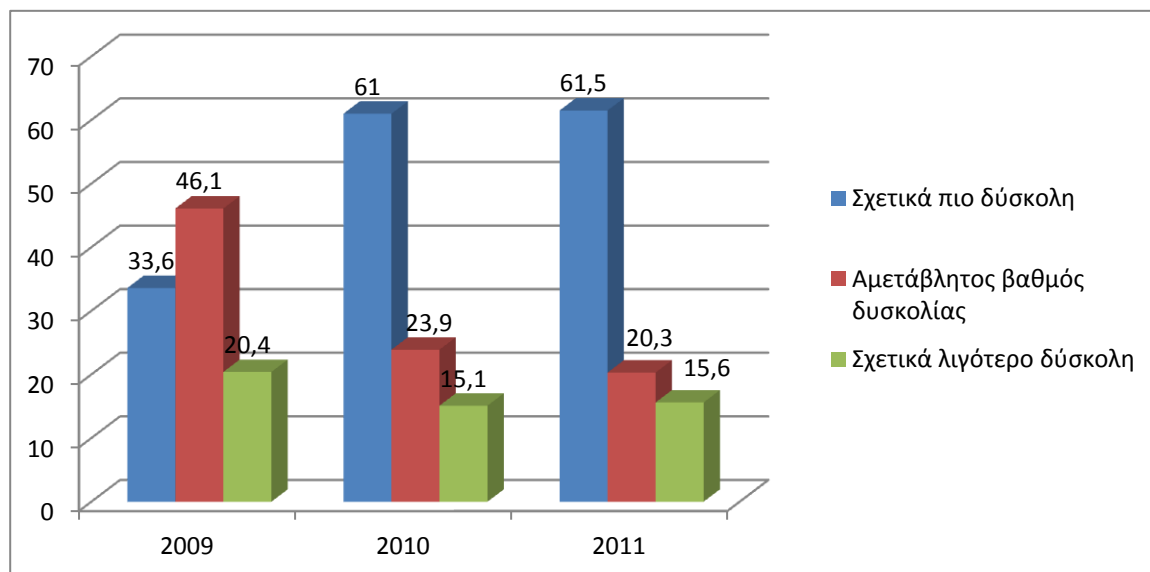
Απόψεις των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων διαφορετικών σταδίων σχετικά με τη δυσκολία ανάπτυξης μιας επιχείρησης το 2011 (συγκριτικά με το 2010) και το 2010 (συγκριτικά με το 2009) (% θετικών απαντήσεων)

	Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων	
	2010	2011
Πιο δύσκολη	47,2	32,2
Σχετικά πιο δύσκολη	13,8	29,3
Αμετάβλητος βαθμός δυσκολίας	23,9	20,3
Σχετικά λιγότερο δύσκολη	3,3	3,6
Λιγότερο δύσκολη	11,8	12,0
ΣΥΝΟΛΟ	100	100

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Και στο ζήτημα λοιπόν αυτό, οι νέοι επιχειρηματίες θεωρούν ότι η κατάσταση είναι πολύ δύσκολη, ότι δηλαδή οι δυνατότητες ανάπτυξης μιας νέας επιχείρησης χειροτερεύουν από χρόνο σε χρόνο. Μάλιστα, στο συγκεκριμένο ζήτημα εμφανίζεται μια εντονότατη αύξηση αυτής της αρνητικής αξιολόγησης ανάμεσα στο 2009 και στο 2010, όπως αποκαλύπτει το Διάγραμμα 5.2 που ακολουθεί.

Διάγραμμα 5.2
Εξέλιξη βαθμού δυσκολίας ανάπτυξης επιχείρησης 2009-2011



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

5.3 Η επίδραση της κρίσης στην αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών

Ωστόσο, τα πιο ενδιαφέροντα συμπεράσματα προκύπτουν από τη διερεύνηση ενός τρίτου ζητήματος, το κατά πόσον, κατά την εκτίμηση πάντα των ίδιων των επιχειρηματιών που ξεκινούν τώρα την επιχειρηματική τους σταδιοδρομία, η κρίση έχει οδηγήσει σε αύξηση των επιχειρηματικών ευκαιριών που αντιλαμβάνονται.

Πίνακας 5.3

Ποια ήταν η επίδραση της κρίσης στην αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών το 2011 (συγκριτικά με το 2010) και το 2010 (συγκριτικά με το 2009), Ελλάδα (% θετικών απαντήσεων)

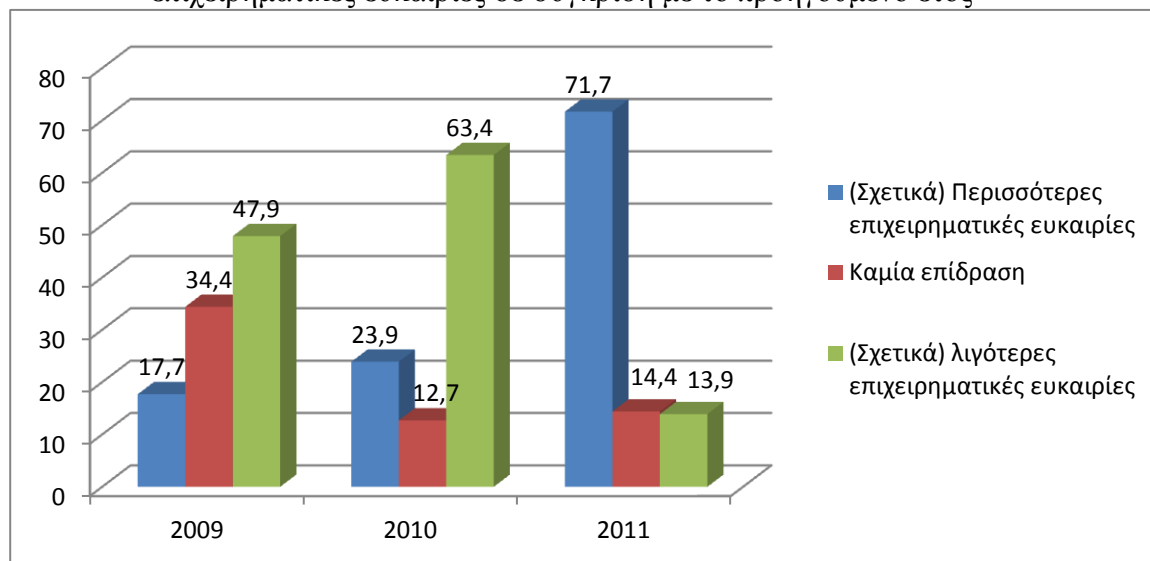
	Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων	
	2010	2011
Περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	12,6	37,7
Σχετικά περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	11,3	34,0
Καμία επίδραση	12,7	14,4
Σχετικά λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	27,0	8,1
Λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	36,4	5,8
ΣΥΝΟΛΟ	100	100

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Προκαλεί εντύπωση εδώ η μεγάλη αύξηση όσων απαντούν ότι υπάρχουν περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες σε σύγκριση με τον προηγούμενο χρόνο. Μάλιστα, το σχετικό ποσοστό φαίνεται ότι αυξάνει σταθερά τα τρία τελευταία χρόνια, όπως αποκαλύπτει το Διάγραμμα 5.3.

Διάγραμμα 5.3

Εξέλιξη του ποσοστού όσων δηλώνουν ότι υπάρχουν περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Εκ πρώτης όψεως, φαίνεται να υπάρχει μια αντίφαση ανάμεσα σε αυτό το εύρημα και τη διαπίστωση που συζητήθηκε στο Κεφάλαιο 2, ότι οι Έλληνες βλέπουν λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες στον περίγυρό τους τα τελευταία χρόνια. Ωστόσο, η αντίφαση είναι απλώς επιφανειακή. Όσοι δηλώνουν ότι υπάρχουν σήμερα περισσότερες ευκαιρίες σε σχέση με το προηγούμενο έτος δεν εννοούν ότι υπάρχουν πολλές επιχειρηματικές ευκαιρίες, αλλά ότι απλώς διαπιστώνουν πως, καθώς προχωράει η ύφεση, δημιουργούνται «κενά» στην αγορά, τα οποία θα μπορούσαν να κινητοποιήσουν την επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Με άλλα λόγια, πρόκειται για μια ένδειξη ότι η «δεξαμενή» των επιχειρηματικών ευκαιριών δεν έχει εξαντληθεί και μάλιστα ότι τα ίδια τα άτομα έχουν συνείδηση αυτής της πραγματικότητας και ότι, άρα, ενδεχομένως να σπεύσουν να την εκμεταλλευθούν μόλις το επιτρέψουν οι γενικότερες συνθήκες.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

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

1. Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (GEM)

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

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 2009-2010 έλαβαν μέρος 54 χώρες), και η ανάλυση πλέον των δεδομένων με βάση και το επίπεδο της οικονομικής ανάπτυξης ανά κράτος. Με τον τρόπο αυτό, δίνεται η δυνατότητα στους συμμετέχοντες να συγκριθούν με χώρες που βρίσκονται σε παρόμοιο αναπτυξιακό στάδιο. Τούτο καθιστά την όποια σύγκριση πιο ουσιαστική και ταυτόχρονα αναδεικνύει τις καλύτερες πρακτικές (best practices) που δυνητικά μπορούν να αξιοποιηθούν.

2. Το εννοιολογικό μοντέλο του GEM

Το εννοιολογικό μοντέλο στο οποίο βασίζεται το GEM από το 2009, αφορά ακριβώς στην αλληλεπίδραση ανάμεσα στις τρεις πλευρές της επιχειρηματικότητας και τους τρεις τύπους οικονομικής ανάπτυξης. Όπως και στο προηγούμενο μοντέλο, η οικονομική δραστηριότητα υποτίθεται ότι εξαρτάται αποφασιστικά από το κοινωνικό, πολιτισμικό και πολιτικό πλαίσιο κάθε χώρας. Το πλαίσιο αυτό προσδιορίζει μια σειρά παραγόντων που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα, τους οποίους το GEM περιγράφει ως Διαστάσεις του Επιχειρηματικού Πλαισίου (Entrepreneurial Framework Conditions). Με τη σειρά τους, οι Διαστάσεις αυτές επιδρούν στην οικονομική δραστηριότητα γενικά, μέσω της επίδρασής τους τόσο στη λειτουργία των καθιερωμένων επιχειρήσεων, όσο και στην ίδρυση νέων.

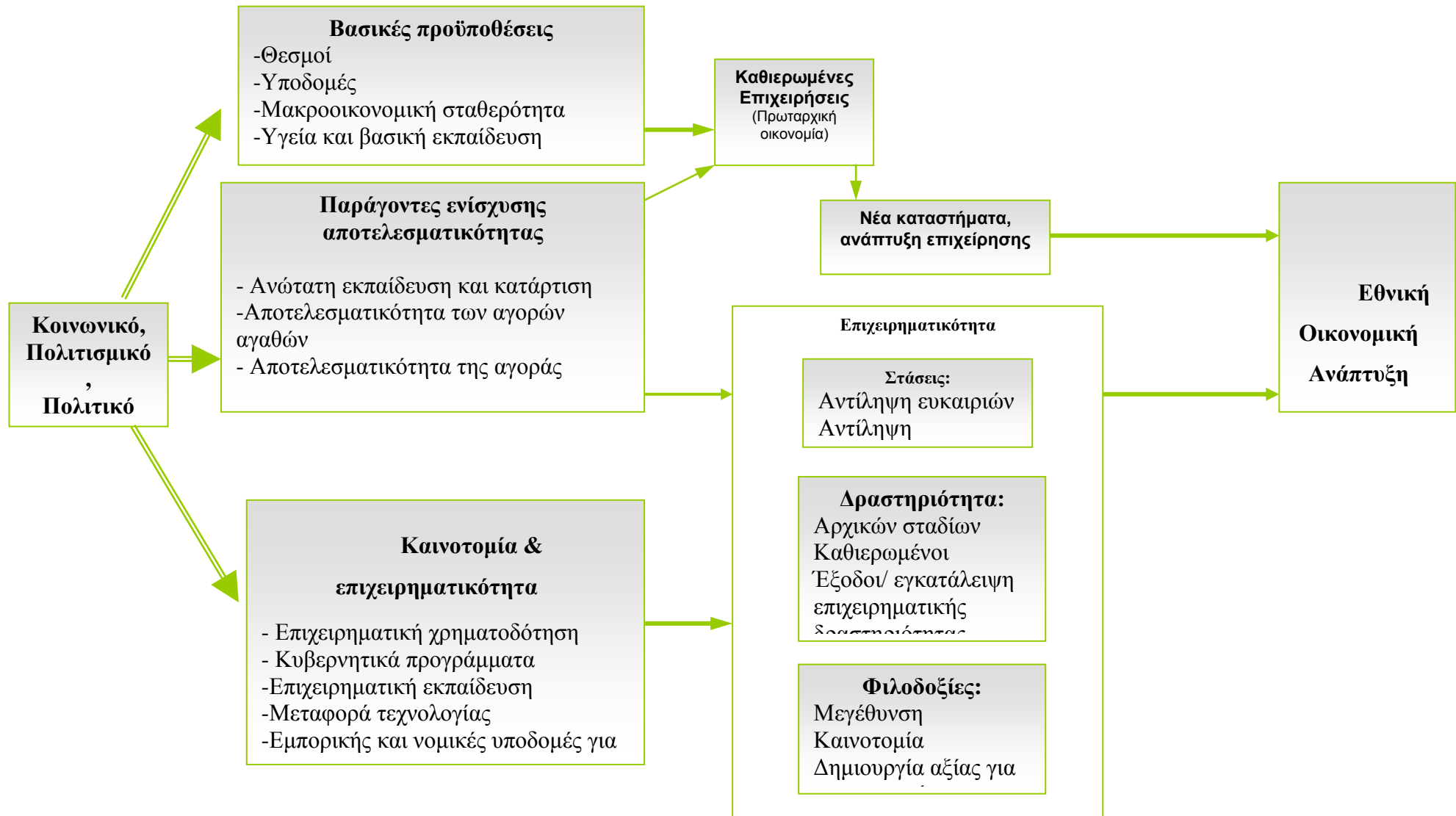
Ωστόσο, η σημασία των Διαστάσεων του Επιχειρηματικού Πλαισίου διαφέρει ανάλογα με το επίπεδο ανάπτυξης κάθε χώρας. Για παράδειγμα, υπάρχουν κάποιες βασικές συνθήκες ή προϋποθέσεις –όπως κάποιοι βασικοί θεσμοί, βασικές υποδομές, καθώς τα επίπεδα υγείας και παιδείας- οι οποίες επηρεάζουν άμεσα το πλαίσιο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

Η πρώτη ομάδα Διαστάσεων –οι Βασικές Προϋποθέσεις- επιδρούν σε ολόκληρη την οικονομική δραστηριότητα μιας χώρας. Με αυτή την έννοια, ο ρόλος τους είναι σημαντικότερος για τις καθιερωμένες οικονομικές δραστηριότητες, παρά για την επιχειρηματικότητα, με την έννοια της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων και δραστηριοτήτων. Η δεύτερη ομάδα –την οποία το GEM περιγράφει ως διαστάσεις που προωθούν την αποτελεσματικότητα- επηρεάζουν τόσο τις καθιερωμένες οικονομικές δραστηριότητες, όσο και τη νέα επιχειρηματικότητα. Για τις πρώτες, οι διαστάσεις αυτές ενισχύουν την αποτελεσματικότητα επιτρέποντάς τους να επιτύχουν οικονομίες κλίμακας και εύρους. Από την άλλη πλευρά, η νέα επιχειρηματικότητα ευνοείται από τις νέες ευκαιρίες που δημιουργούνται στην αγορά και τις οποίες είναι

σε θέση να εκμεταλλευτεί με αποτελεσματικότερες μεθόδους από αυτές που επικρατούσαν στο παρελθόν. Τέλος, η τρίτη ομάδα –την οποία το GEM περιγράφει ως Διαστάσεις Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας- επηρεάζει άμεσα την επιχειρηματική δραστηριότητα, ιδιαίτερα μάλιστα στον τύπο οικονομιών που βασίζονται στην εισαγωγή καινοτομιών. Είναι φανερό ότι σε αυτές τις οικονομίες οι διαστάσεις που αφορούν τόσο την αντίληψη και την εκμετάλλευση νησίδων αγοράς, όσο και τη δημιουργία «ποιοτικών» επιχειρήσεων υψηλών δυνατοτήτων ανάπτυξης αποκτούν μεγαλύτερη σημασία.

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

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



Οι Διαστάσεις του Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος επιδρούν στην οικονομική ανάπτυξη από δύο δρόμους. Ο πρώτος είναι μέσω της λειτουργίας των καθιερωμένων επιχειρήσεων, οι οποίες παράγουν ένα μεγάλο μέρος του ΑΕΠ και προσφέρουν ένα μεγάλο μέρος της απασχόλησης. Ο δεύτερος δρόμος είναι με την άμεση επίδρασή τους στη νέα επιχειρηματικότητα, τη δημιουργία δηλαδή νέων επιχειρήσεων. Ωστόσο, θα ήταν λάθος να θεωρηθεί ότι οι δύο δρόμοι είναι ανεξάρτητοι μεταξύ τους. Οι μεγάλες καθιερωμένες επιχειρήσεις λειτουργούν και οι ίδιες επιχειρηματικά, καθώς 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.

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

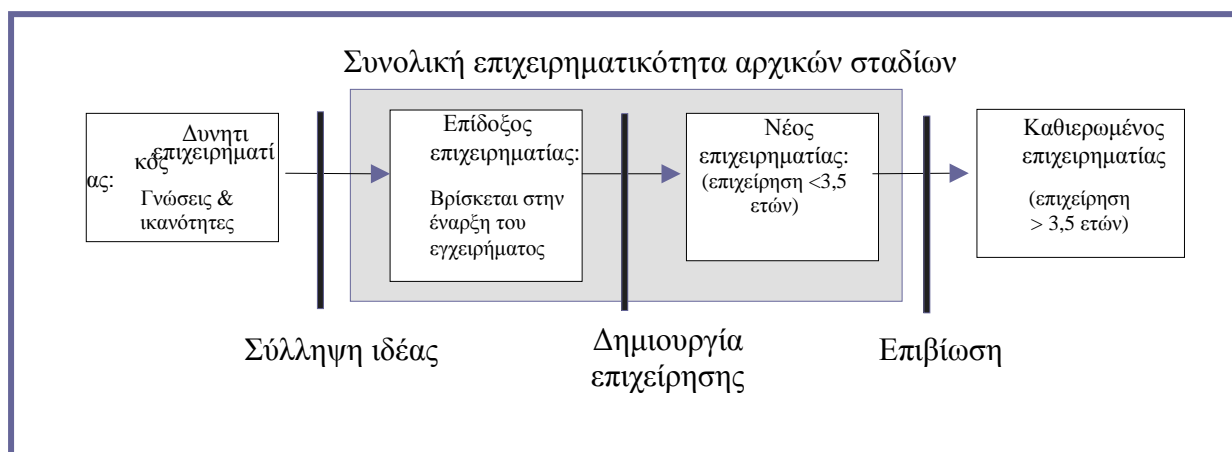
Το ερευνητικό μοντέλο του GEM προσεγγίζει την έννοια της επιχειρηματικότητας σε ένα αρκετά ευρύ πλαίσιο, καθώς καλύπτει ολόκληρο το φάσμα της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Εντούτοις, η ανάλυση εστιάζεται στον επιχειρηματία, δηλαδή στις δραστηριότητές του, τις ανάγκες που εκφράζει, τις πεποιθήσεις, 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 προκαταρτικές ενέργειες προετοιμασίας της επένδυσής του, β) για τα άτομα που είναι που έχουν ξεκινήσει μόλις τη λειτουργία του εγχειρήματός τους και γ) για τα άτομα που είναι ιδιοκτήτες / διοικούν μια καθιερωμένη επιχείρηση.

Στο Σχήμα 1 αποδίδεται γραφικά η επιχειρηματική διαδικασία και οι αντίστοιχοι τύποι επιχειρηματικής δραστηριότητας που χρησιμοποιεί το GEM.

Σχήμα 1: Η επιχειρηματικότητα στο πλαίσιο του GEM



Σύμφωνα με το GEM, η πληρωμή αμοιβών για διάστημα περισσότερο από τρεις μήνες (συμπεριλαμβανομένων της αντιμισθίας των ιδιοκτητών) αποτελεί τη βασική προϋπόθεση για την ουσιαστική έναρξη μιας επιχείρησης και θεωρείται το «γεγονός της γέννησης» των επιχειρήσεων. Είναι, λοιπόν, αυτό το σημείο που διαχωρίζει τους επίδοξους από τους νέους επιχειρηματίες, στοιχείο που συνδέεται ωστόσο περισσότερο με την ηλικία ενός εγχειρήματος. Σε κάθε περίπτωση πάντως από το άθροισμα επίδοξων και νέων επιχειρηματιών προκύπτει ο δείκτης επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων (TEA) ο οποίος, κατά το GEM, αποτελεί τον πρωταρχικό και θεμελιώδη δείκτη της επιχειρηματικής δραστηριότητας μιας χώρας. Ο δείκτης αυτός αντιπροσωπεύει και αποδίδει μια δυναμική, νέα επιχειρηματική δραστηριότητα, ακόμα κι αν ένα σημαντικό μέρος των επίδοξων δεν κατορθώσει να ολοκληρώσει τις ενέργειές του και να ξεκινήσει τελικά το εγχείρημά του. Η κινητικότητα που αυτοί οι επιχειρηματίες προσδίδουν στην οικονομία μπορεί να θεωρηθεί σημαντική, ακόμα και ως μοχλός πίεσης προς τις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις. Άλλωστε, αν δε συμμετέχει κανείς στα πρώτα στάδια ίδρυσης μιας επιχείρησης (start-up), τότε δε θα υπάρχει εκδήλωση επιχειρηματικής δραστηριότητας, με ό,τι αυτό σημαίνει για την οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας.

Από την άλλη πλευρά, οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων που έχουν πληρώσει μισθούς και αμοιβές για περισσότερο από 42 μήνες θεωρούνται καθιερωμένοι επιχειρηματίες. Οι επιχειρηματίες αυτοί έχουν ξεπεράσει το κρίσιμο όριο των 3,5 ετών λειτουργίας και έχουν επιβιώσει. Υψηλά ποσοστά καθιερωμένης επιχειρηματικότητας φανερώνουν θετικές συνθήκες για την επιχειρηματική επιβίωση σε μία χώρα. Από την άλλη πλευρά όμως, αν μια χώρα διαθέτει υψηλό βαθμό καθιερωμένης επιχειρηματικότητας, αλλά χαμηλό δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, τότε υπάρχει μάλλον χαμηλό

επίπεδο δυναμισμού στην επιχειρηματικότητα. Επομένως, το ποσοστό του πληθυσμού που συμμετέχει στα διάφορα στάδια του κύκλου ζωής της επιχειρηματικότητας αποτελεί το συνολικό δείκτη της επιχειρηματικής δραστηριότητας μιας χώρας.

Στο Πλαίσιο 1 που ακολουθεί παρουσιάζονται συνοπτικά οι ορισμοί για τους βασικούς δείκτες που χρησιμοποιούνται στην παρούσα έκθεση.

Πλαίσιο 1 ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

<p>Επίδοξοι Επιχειρηματίες (% του πληθυσμού 18-64 ετών)</p>	<p>Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που – κατά το τελευταίο 12-μηνιο 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.</p>
<p>Νέοι Επιχειρηματίες (% του πληθυσμού 18-64 ετών)</p>	<p>Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που τη στιγμή της έρευνας ήταν ιδιοκτήτες – συμμετείχαν στην ιδιοκτησία ενός νέου εγχειρήματος / δραστηριότητας για το οποίο έχουν ήδη πληρώσει μισθούς και έχουν καταγράψει ένα κύκλο εργασιών για τουλάχιστον τρεις, αλλά όχι περισσότερους από 42 μήνες</p>
<p>Επιχειρηματίες Αρχικών Σταδίων (% του πληθυσμού 18-64 ετών)</p>	<p>Τα άτομα που εντάσσονται στις δύο παραπάνω κατηγορίες σύμφωνα με του αντίστοιχους ορισμούς</p>
<p>Καθιερωμένοι Επιχειρηματίες (% του πληθυσμού 18-64 ετών)</p>	<p>Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που κατά τη στιγμή της έρευνας ήταν ιδιοκτήτες – συμμετείχαν στην ιδιοκτησία μιας καθιερωμένης επιχείρησης, δηλαδή μιας επιχείρησης που έχει πραγματοποιήσει αμοιβές, πληρωμές ή οποιοσδήποτε άλλες πληρωμές στους ιδιοκτήτες για περισσότερους από 42 μήνες.</p>
<p>Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (% του πληθυσμού 18-64 ετών)</p>	<p>Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που είτε εμπλέκονται σε επιχειρηματική δραστηριότητα αρχικών σταδίων είτε είναι καθιερωμένοι επιχειρηματίες (βλ. παραπάνω)</p>
<p>Επιχειρηματική Δραστηριότητα Αρχικών Σταδίων Υψηλών Προσδοκιών Μεγέθυνσης (% του πληθυσμού 18-64 ετών)</p>	<p>Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που είναι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων (όπως ορίστηκαν παραπάνω) και αναμένουν ότι το εγχείρημά τους θα απασχολεί τουλάχιστον 20 εργαζομένους σε πέντε χρόνια από τώρα</p>
<p>Ποσοστό Αναστολής Επιχειρηματικής δραστηριότητας (% του πληθυσμού 18-64 ετών)</p>	<p>Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που κατά τους τελευταίους 12 μήνες από τη στιγμή της έρευνας ανέστειλαν τη λειτουργία μιας επιχείρησης, εξάγγρασαν 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.</p>
<p>Χαρακτηριστικά της Επιχειρηματικής Δραστηριότητας Αρχικών Σταδίων</p>	
<p>Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας</p>	<p>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</p>

	<p>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</p>
<p>Επιχειρηματικότητα Αρχικών Σταδίων με Υψηλές Προσδοκίες Μεγέθυνσης</p>	<p>Ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (όπως ορίστηκαν παραπάνω) που αναμένουν να απασχολήσουν τουλάχιστον 20 απασχολούμενους στα επόμενα πέντε χρόνια.</p>
<p>Επιχειρηματική Δραστηριότητα Αρχικών Σταδίων, με Προσανατολισμό Νέα Προϊόντα-Υπηρεσίες</p>	<p>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.</p>
<p>Επιχειρηματική Δραστηριότητα Αρχικών Σταδίων, με Εξωστρεφή Προσανατολισμό</p>	<p>Ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (όπως ορίστηκαν παραπάνω) που εκτιμούν ότι τουλάχιστον 25% της πελατείας τους προέρχεται από ξένες χώρες.</p>

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, εναρμονισμένα δημογραφικά στοιχεία επιχειρήσεων και μητρώα δεν υπάρχουν.

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

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

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

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

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

5. Το 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. Με βάση και το εννοιολογικό μοντέλο που παρουσιάστηκε νωρίτερα, τα μεθοδολογικά εργαλεία του GEM βασίζονται στις εξής πηγές δεδομένων:

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

Με βάση τον όγκο αυτού του υλικού, οι συντονιστές του προγράμματος διαμορφώνουν την ετήσια παγκόσμια έκθεση (Global Report) που περιγράφει την εξέλιξη της επιχειρηματικότητας σε παγκόσμιο επίπεδο και παρουσιάζει τις εθνικές συγκρίσεις σε σχέση με διάφορες διαστάσεις του ζητήματος. Η ετήσια έκθεση διανέμεται διεθνώς σε κυβερνητικές υπηρεσίες, οργανισμούς και επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται ειδικά για το ζήτημα της επιχειρηματικότητας και είναι προσβάσιμη στο δικτυακό τόπο www.gemconsortium.org. Επιπροσθέτως, μέλη της συντονιστικής ομάδας συντάσσουν θεματικές εκθέσεις, όπου αναλύονται κάθε χρόνο ειδικά θέματα που άπτονται επιμέρους διαστάσεων της επιχειρηματικότητας.

6. Ο ρόλος του IOBE στο GEM

Το IOBE αποτελεί τον εθνικό ερευνητικό συνεργάτη του GEM και συμμετείχε την περίοδο 2010-2011 για όγδοη φορά στο έργο, μέσω του Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα που θεσμοθέτησε το 2007. Τα στοιχεία της έρευνας για την επόμενη περίοδο (2011-2012) 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 επιχειρηματικότητας⁸.

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

⁸ 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.