



ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ  
FOUNDATION FOR ECONOMIC & INDUSTRIAL RESEARCH

---

## ***Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ***

***2010-2011***

*Η «ΜΙΚΡΗ» ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ*

*ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΟ ΚΡΙΣΗΣ*

Σταύρος Ιωαννίδης

Στελίνα Χατζηχρήστου



Global Entrepreneurship Monitor

Ιανουάριος 2012



Global Entrepreneurship Monitor



Το **Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών** είναι ιδιωτικός, μη κερδοσκοπικός, κοινωνικής 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 © 2012 Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών**

ISSN 1790-1731

ISBN 978-960-7536-49-5

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)**

Τσάμη 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

**Άγγελος Τσακανίκας,** Υπεύθυνος Ερευνών ΙΟΒΕ

**Στελίνα Χατζηχρήστου,** Ερευνήτρια, ΙΟΒΕ



## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Για 8η συνεχή χρονιά το IOBE δημοσιεύει την Ετήσια Έκθεση για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, η οποία αναφέρεται στην περίοδο 2010-2011. 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.

Οι επιπτώσεις της χρηματοοικονομικής κρίσης στην επιχειρηματικότητα απασχόλησαν την έρευνα του GEM ήδη από το 2008. Η σχετική έκθεση αποτύπωσε τις επιδράσεις στους δείκτες της επιχειρηματικότητας σε παγκόσμιο επίπεδο. Η ένταση της κρίσης και η εμβάθυνσή της σε όλες τις στοιβάδες της πραγματικής οικονομίας υπογράμμισαν την ανάγκη για λεπτομερή ανάλυση και θέσπιση στοχευμένων παραμέτρων της έρευνας. Κι αυτό γιατί, ενώ στην έρευνα του 2008-2009 οι εγχώριες επιχειρήσεις δεν είχαν επιβαρυνθεί από την παγκόσμια κρίση, οι εξελίξεις από τότε έχουν διαμορφώσει μια, ενδεχομένως, μοναδική οικονομική πραγματικότητα που συνδυάζει τις δημοσιονομικές δυσχέρειες και τις ρευστές πολιτικές εξελίξεις.

Στο πλαίσιο αυτό, η παρούσα έρευνα αφιερώνει ένα ξεχωριστό κεφάλαιο στην ανάλυση των δεικτών που αποπειρώνται την καταγραφή των τάσεων και των επιπτώσεων στην εγχώρια επιχειρηματικότητα από την ύφεση που αντιμετωπίζει η χώρα. Θα πρέπει να υπογραμμισθεί πως η παρούσα ανάλυση αφορά στην έρευνα που διεξήχθη τον Ιούνιο του 2010, γεγονός που υπονοεί πως οι απαντήσεις των επιχειρηματικών που προσεγγίστηκαν αποτυπώνουν και τις ραγδαίες εξελίξεις του πρώτου εξαμήνου του 2010. Επιπλέον, όπως κάθε χρονιά, αξιοποιούνται τα αποτελέσματα συμπληρωματικής έρευνας όπου αποτυπώνονται οι απόψεις ειδικών εμπειρογνομόνων, σχετικά με τα προσκόμματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες στη χώρα.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ.....</b>	<b>9</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ.....</b>	<b>19</b>
1.1 Η εξέλιξη των βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα το 2010 .....	19
1.2 Τα κίνητρα της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης .....	29
1.3 Χαρακτηριστικά νέων εγχειρημάτων .....	31
1.3.1. Κλαδικά χαρακτηριστικά των νέων εγχειρημάτων.....	33
1.3.2 Ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων .....	34
1.4 Χρηματοδότηση νέων εγχειρημάτων .....	43
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΟ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ .....</b>	<b>45</b>
2.1 Εισαγωγή.....	45
2.2 Η εξέλιξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας.....	46
2.3 Άλλα Δημογραφικά χαρακτηριστικά των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών .....	52
2.4 Προσωπικοί παράγοντες.....	54
2.5 Πολιτισμικοί παράγοντες .....	57
2.6 Συνθήκες Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας – Αξιολόγηση της ποιότητας των θεσμών από Εθνικούς Εμπειρογνώμονες .....	60
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η «ΜΙΚΡΗ» ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΟ ΚΡΙΣΗΣ .....</b>	<b>65</b>
3.1 Εισαγωγή.....	65
3.2 Κρίση και επιχειρηματικές προοπτικές .....	66
3.2.1 Κρίση και δυσκολίες ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης.....	67
3.2.2 Κρίση και δυσκολίες ανάπτυξης των επιχειρήσεων .....	69
3.2.3 Η επίδραση της κρίσης στην αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών .....	71
3.3 Η «μικρή» επιχειρηματικότητα στην εποχή της κρίσης: Αναζητώντας ψήγματα αισιοδοξίας ....	73
3.3.1 Το παράδοξο της επιχειρηματικότητας ανάγκης .....	75
3.3.2 Δραστηριοποίηση μεγαλύτερων ηλικιών .....	77
3.3.3 Η κλαδική διαφοροποίηση .....	78
3.3.4 Το παράδοξο της χρηματοδότησης .....	79
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ.....</b>	<b>81</b>
1. Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (GEM) .....	82
2. Το εννοιολογικό μοντέλο του GEM .....	83
3. Βασικοί ορισμοί και δείκτες επιχειρηματικότητας: μεθοδολογικό πλαίσιο του GEM.....	86
4. Γιατί διαφέρουν τα στοιχεία του GEM από τα επίσημα δημογραφικά στοιχεία (μητρώα) των επιχειρήσεων; .....	90
5. Το εμπειρικό μέρος του ερευνητικού προγράμματος GEM .....	91
6. Ο ρόλος του IOBE στο GEM .....	92

<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>93</b>
--------------------------	-----------



## **ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ**

Η έκθεση για την επιχειρηματικότητα το 2010 περιλαμβάνει, όπως κάθε χρόνο, τις εξελίξεις στους βασικούς δείκτες της επιχειρηματικότητας, όπως αυτοί έχουν οριστεί από το GEM, καθώς και ποιοτικά και ποσοτικά χαρακτηριστικά της εγχώριας επιχειρηματικότητας, σε σύγκριση με τις αντίστοιχες επιδόσεις των υπόλοιπων χωρών που συμμετέχουν στην έρευνα. Η εξέταση των επιπτώσεων της κρίσης στην παγκόσμια και κυρίως την εγχώρια επιχειρηματικότητα πραγματοποιείται μέσω των εξειδικευμένων ερωτήσεων που συμπεριλήφθηκαν στην έρευνα του GEM για ακόμα μία χρονιά. Επίσης, παραθέτονται οι αξιολογήσεις των εγχώριων εμπειρογνομόνων αναφορικά με τις Συνθήκες Ανάπτυξης της Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα και σε άλλες χώρες.

Τα αποτελέσματα της έρευνας έλκουν σημαντικό ενδιαφέρον μιας και αποτυπώνουν τις εκτιμήσεις και προβλέψεις τη χρονική στιγμή (τον Ιούνιο του 2010 οπότε και πραγματοποιήθηκε η έρευνα) που οι επιπτώσεις της κρίσης χρέους άρχισαν να γίνονται αισθητές, ενώ οι ραγδαίες οικονομικές και πολιτικές εξελίξεις είχαν οδηγήσει ένα μήνα πριν στην υπογραφή του Μνημονίου Ι.

### **Βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας**

Ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων αποτελεί το βασικότερο δείκτη του GEM και περιλαμβάνει δύο κατηγορίες ατόμων: τους επίδοξους επιχειρηματίες, όσους δηλαδή έχουν κάνει κάποιες προκαταρκτικές ενέργειες στην κατεύθυνση της έναρξης ενός νέου εγχειρήματος και τους νέους επιχειρηματίες, όσους δηλαδή έχουν μόλις ξεκινήσει μία νέα επιχείρηση που λειτουργεί το πολύ 42 μήνες (3,5 έτη).

Τα αποτελέσματα για την εγχώρια επιχειρηματικότητα υποχωρούν συγκριτικά με το 2009 και υπογραμμίζουν το κλίμα αβεβαιότητας που σχηματίζεται στην πραγματική οικονομία. Πιο συγκεκριμένα, η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων φτάνει στο χαμηλότερο ποσοστό της πενταετίας (5,3% από 8,8% το 2009) με τους επίδοξους επιχειρηματίες να αποτελούν την κυριότερη αιτία της πτώσης (2,0% έναντι 4,5% το 2009).

Φαίνεται, επομένως πως οι δυσμενείς οικονομικές συνθήκες και η αβεβαιότητα για το μέλλον απέτρεψαν σημαντικό ποσοστό ατόμων με επιθυμία έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας να υλοποιήσουν το σχέδιό τους. Το γεγονός ότι η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα συρρικνώνεται αντικατοπτρίζει την τάση εξόδου κάποιων επιχειρήσεων από την αγορά, που τον Ιούνιο του 2010 (οπότε και πραγματοποιήθηκε η έρευνα) άρχισε να γίνεται αισθητή.

Ακόμα και το ποσοστό των ατόμων 18-64 ετών που δηλώνει πως σκέφτεται να ξεκινήσει επιχειρηματική δράση τους επόμενους 36 μήνες μειώνεται (14,4% έναντι 17,2% πέρυσι), φτάνοντας στη δεύτερη χαμηλότερη επίδοση από το 2006. Η εξέλιξη αυτή είναι πολύ ενδιαφέρουσα, μιας και συνήθως σε περιόδους οικονομικής κρίσης, η επιχειρηματικότητα αποτελεί «καταφύγιο» επαγγελματικής στέγης. Ενδεχομένως, η αβεβαιότητα για το εγγύς μέλλον της χώρας είναι αρκετά έντονη, ώστε να αποτρέπει ακόμα και την πρόθεση για αυτοαπασχόληση, ενώ ταυτόχρονα οι προσδοκίες για ανακάλυψη επιχειρηματικών ευκαιριών να είναι συγκρατημένες.

Έτσι, προκύπτει τελικά ότι σχεδόν το 19% του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών (λίγο περισσότερο από 1,2 εκατ. άτομα) είχε κάποιου τύπου επιχειρηματική δραστηριοποίηση κατά το 2010. Παρά τη συρρίκνωση, το ποσοστό αυτό συνεχίζει να είναι το υψηλότερο ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας.

Το 2010, το 3,3% του πληθυσμού 18-64 ετών δήλωσε πως διέκοψε την επιχειρηματική δραστηριότητα που ασκούσε. Σχεδόν σε όλες τις υπόλοιπες χώρες καινοτομίας –που αντιμετώπισαν κι αυτές τις επιπτώσεις της παγκόσμιας κρίσης- τα αντίστοιχα ποσοστά είναι ηπιότερα (με τις ΗΠΑ, Ισραήλ και Ισλανδία να καταγράφουν τα υψηλότερα ποσοστά). Επιπλέον, ενδεικτικό της επιδείνωσης της οικονομίας είναι το γεγονός πως ο εν λόγω δείκτης καταγράφει ανοδική τροχιά από το 2008. Μάλιστα, λιγότερο από το ¼ των επιχειρήσεων συνέχισαν τη λειτουργία τους μετά την αποχώρηση του επιχειρηματία, γεγονός που υπογραμμίζει το σημαντικό αριθμό των επιχειρήσεων που διέκοψαν πλήρως τη λειτουργία τους. Εξαιρετικά ενδιαφέρον είναι το γεγονός ότι η συντριπτική πλειοψηφία (7 στους 10) των επιχειρηματιών που αποχώρησαν από τον επιχειρηματικό στίβο δηλώνουν πως κύρια αιτία αποτέλεσε η έλλειψη κερδοφορίας και όχι η έλλειψη χρηματοδότησης (μόλις 5,2%), όπως θα ήταν αναμενόμενο σε μια περίοδο χρηματοπιστωτικής στενότητας.

### **Τα κίνητρα της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης**

Το 2010 στην Ελλάδα, το ποσοστό του πληθυσμού 18-64 ετών που δηλώνει ως βασικό κίνητρο για την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας την ανάγκη περιορίζεται στο 1,5%, έναντι 2,3% το 2009. Ο δείκτης αυτός καταγράφει για τρίτη χρονιά πτώση, μιας και το 2008 έφτανε το 3%. Η συρρίκνωση όλων των δεικτών που σχετίζονται/εκπορεύονται από το δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων μπορεί να θεωρηθεί αναμενόμενη, λόγω της σημαντικής πτώσης του γενικότερου ποσοστού του πληθυσμού που εμπλέκεται σε επιχειρηματικές δραστηριότητες. Ταυτόχρονα όμως, η επιχειρηματικότητα ανάγκης συνήθως τονώνεται σε περιόδους κρίσης. Έτσι, θα μπορούσε να υποστηριχθεί πως η συρρίκνωση της επιχειρηματικότητας ανάγκης ως ποσοστό του συνολικού πληθυσμού έλκεται σε ένα βαθμό και

από επαγγελματικές ευκαιρίες που έχει αποκαλύψει η κρίση.

Επιπλέον, η πορεία του δείκτη θα μπορούσε να αποδοθεί στο ότι η «γενικά» εξασφαλισμένη εργασία προ κρίσης δεν οδηγούσε τα άτομα αυτά στο να σπεύσουν να αξιοποιήσουν μια ευκαιρία μέχρι σήμερα, με την τάση αυτή να αλλάζει στο νέο δυσμενέστερο οικονομικό περιβάλλον και την αύξηση του ποσοστού της ανεργίας. Θα μπορούσε, όμως, να υποστηριχθεί ότι η συρρίκνωση του δείκτη οφείλεται και στον τρόπο με τον οποίο ερμηνεύουν πλέον οι Έλληνες την έννοια της «ευκαιρίας»: η αύξηση της ανεργίας και οι δυσοίωνες προβλέψεις για τις οικονομικές εξελίξεις ενδεχομένως έχουν *μετακινήσει το όριο μεταξύ «ανάγκης» και «ευκαιρίας»*.

Όσον αφορά στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, το ποσοστό αυτών που κινητοποιήθηκαν κυρίως από ανάγκη αυξάνεται συγκριτικά με το 2009, αλλά όχι σε σημαντικό βαθμό (27,4% έναντι 26%). Συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες καινοτομίας, η Ελλάδα βρίσκεται στις υψηλότερες θέσεις στη σχετική κατάταξη, με πρωτοστατούσα την Κορέα.

Εξετάζοντας τα χαρακτηριστικά των εγχειρημάτων που δημιουργήθηκαν λόγω ανάγκης, παρατηρεί κανείς πως το 17% δηλώνει πως εισέρχεται σε νέα αγορά, ενώ έντονη εξωστρέφεια διακρίνει μόλις το 7% περίπου. Σχεδόν τα μισά από αυτά τα εγχειρήματα δραστηριοποιούνται στο λιανικό εμπόριο, την εστίαση και τα ξενοδοχεία, γεγονός που συνάδει με την κλαδική κατηγοριοποίηση των εγχώριων επιχειρήσεων.

Από την άλλη πλευρά, η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας μειώνεται για άλλη μια χρονιά, ως ποσοστό στο σύνολο του πληθυσμού (3,8% έναντι 6,4% το 2009 και 6,8% το 2008). Ως ποσοστό επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, ο δείκτης δε μεταβάλλεται έντονα, αν και σαφώς καταγράφει πτώση, επιστρέφοντας στα επίπεδα του 2008.

Η πιο ενδιαφέρουσα όμως εξέλιξη αναφορικά με την εκμετάλλευση ευκαιρίας ως επιχειρηματικό κίνητρο σχετίζεται με το γεγονός ότι το 2010, για πρώτη φορά, η ανεξαρτησία κινητοποιεί μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων με κίνητρο την ευκαιρία (20,2%), ενώ η αύξηση του εισοδήματος που αποτελούσε παραδοσιακά τον κινητήριο μοχλό αυτών των επιχειρηματιών στην Ελλάδα αφορά στο 18,6% (έναντι 26,8% το 2009).

## **Η κλαδική διάσταση της επιχειρηματικότητας**

Εξετάζοντας τη διάρθρωση των νέων εγχειρημάτων ανά κλάδο το 2010, παρατηρείται η διατήρηση παλαιότερων τάσεων: Ο πρωτογενής τομέας και τα προϊόντα/υπηρεσίες προς καταναλωτές κυμαίνονται στα ίδια επίπεδα με το 2009 (1,9% και 46,2% αντιστοίχως). Φαίνεται λοιπόν πως, ακόμα και αν τα προϊόντα/ οι υπηρεσίες προς καταναλωτές απορροφούν, ως συνήθως, το υψηλότερο μερίδιο νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα, το ποσοστό αυτό έχει

μειωθεί σημαντικά σε σύγκριση με προηγούμενα έτη (58,0% το 2008, 63,0% το 2006).

Επιπλέον, διατηρείται η αυξητική τάση του ποσοστού των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών προς άλλες επιχειρήσεις (28,1% από 15,2%). Η εξέλιξη αυτή κρίνεται ενθαρρυντική, μιας και αυτές οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να επηρεάσουν θετικά την προστιθέμενη αξία και την καινοτομικότητα μιας σύγχρονης οικονομίας και άρα είναι περισσότερο επιθυμητές. Εντούτοις, μιας και μέχρι και το 2009 το ποσοστό αυτών των επιχειρήσεων έβαινε μειούμενο, θα πρέπει να επιβεβαιωθεί αυτή η νέα τάση σε επόμενες μετρήσεις. Στο πλαίσιο της ανάλυσης υπό το πρίσμα των κλάδων θα πρέπει να σημειωθεί και το αυξημένο ποσοστό του πρωτογενούς τομέα, το υψηλότερο της τελευταίας πενταετίας. Ενδιαφέρον αναμένεται να έχει η πορεία του εν λόγω δείκτη στις επόμενες μετρήσεις, λόγω της παρατηρούμενης «επιστροφής στη φύση» το τελευταίο έτος στην Ελλάδα, δηλαδή τη διεύρυνση του ενδιαφέροντος για ανάπτυξη επιχειρηματικών δράσεων στο πλαίσιο του πρωτογενούς τομέα.

### **Ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας**

Τα βασικά ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας, τα οποία διερευνώνται στο πλαίσιο του GEM αφορούν: α) στις προοπτικές δημιουργίας νέας απασχόλησης στο εγχείρημα, όπως αυτές προβλέπονται από τον επιχειρηματία σε βάθος πενταετίας, β) στην καινοτομία των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων, γ) την ένταση του ανταγωνισμού που οι ίδιοι οι επιχειρηματίες εκτιμούν ότι αντιμετωπίζουν/θα αντιμετωπίσουν, δ) το βαθμό εξωστρέφειας της συγκεκριμένης επιχειρηματικής πρωτοβουλίας και ε) το επίπεδο της τεχνολογίας και των διεργασιών που θα χρησιμοποιηθούν στο συγκεκριμένο εγχείρημα. Αναλυτικότερα:

**προοπτικές δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας:** Το 2010, 4,4% των εγχώριων επιχειρήσεων αρχικών σταδίων προσδοκούν να αυξήσουν τις θέσεις εργασίας τους τουλάχιστον κατά 20 την επόμενη πενταετία, ενώ το 2009 καμία επιχείρηση δεν έκανε τέτοιου είδους προβλέψεις. Είναι ενθαρρυντικό επίσης το γεγονός πως, παρά την κρίση χρέους που είχε οδηγήσει στην υπογραφή του Μνημονίου Ι με την Τρόικα ένα μόλις μήνα πριν τη διεξαγωγή της έρευνας του GEM, επτά στις δέκα επιχειρήσεις αρχικών σταδίων στην Ελλάδα προέβλεπαν τη δημιουργία έως πέντε νέων θέσεων εργασίας, και το 13,3% δήλωσε πως αναμένει 6-19 νέες θέσεις.

**βαθμός καινοτομίας προϊόντος:** Τα σχετικά αποτελέσματα παραμένουν στα επίπεδα του 2009: Περίπου το 13% των επιχειρήσεων αρχικών σταδίων κρίνουν πως τα προϊόντα / υπηρεσίες που (θα) προσφέρουν είναι εντελώς νέα για όλους τους πελάτες στους οποίους (θα)

απευθύνονται, ενώ σχεδόν δύο στις τρεις επιχειρήσεις θεωρούν πως τα προϊόντα/οι υπηρεσίες τους δε θα αποτελέσουν καινοτομία/πρωτοτυπία για κανέναν πελάτη.

**βαθμός εξωστρέφειας:** Το 2010, καταγράφεται ύφεση στην ένταση του εξαγωγικού προσανατολισμού των εγχώριων επιχειρήσεων. Σχεδόν οι μισές επιχειρήσεις συναλλάσσονται μόνο με εγχώριους πελάτες, ενώ μόλις δύο στις πέντε διατηρούν το πολύ το ¼ του πελατολογίου τους εκτός συνόρων. Ισχυρή εξαγωγική δραστηριότητα εμφανίζει το 4,8% των επιχειρήσεων αυτών (6,6% το 2009). Συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες που βασίζονται στην καινοτομία, η Ελλάδα απέχει παρασάγγας από χώρες όπως η Νορβηγία, η Ισλανδία και η Σλοβενία που καταγράφουν τις υψηλότερες σχετικές επιδόσεις.

**επίπεδο της τεχνολογίας:** Οι σχετικές επιδόσεις των επιχειρήσεων αρχικών σταδίων στην Ελλάδα είναι εντυπωσιακές, καθώς πάνω από το 1/3 αυτών δηλώνει πως χρησιμοποιεί τεχνολογίες που είναι διαθέσιμες στην αγορά λιγότερο από ένα έτος, όταν το αντίστοιχο ποσοστό το 2009 μόλις που ξεπερνούσε το 10,3% και το 22,7% το 2008. Αντιστοίχως, η μεταστροφή αυτή αντικατοπτρίζεται μερικώς και στο ποσοστό αυτών που αρκούνται στη χρήση παλαιάς τεχνολογίας (54,7%, έναντι 58,1% το 2009 και 59,4% το 2008).

### **Χρηματοδότηση νέων εγχειρημάτων**

Το ποσοστό των άτυπων επενδυτών<sup>1</sup> στην Ελλάδα το 2010 αποτυπώνει πλήρως το πρόβλημα ρευστότητας και άντλησης τραπεζικού δανεισμού που άρχισε να διαφαίνεται ξεκάθαρα το 2010. Το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 που δηλώνει πως έχει χρηματοδοτήσει κατά την τελευταία τριετία με προσωπικά κεφάλαια ένα νέο εγχείρημα που ξεκίνησε κάποιος άλλος φτάνει το 5,3%, *ιστορικό υψηλό*, μιας και το 2009 το ποσοστό έφτανε το 2,3% και το 2008 μόλις το 1,8%. Σχεδόν ένας στους δύο άτυπους επενδυτές ανήκε στην οικογένεια του επιχειρηματία (40% το 2009), ενώ το 27% χαρακτηρίζεται ως φίλος ή γείτονας. Το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών των άτυπων επενδυτών δηλώνει πως δεν αναμένει κέρδος από την επένδυση, γεγονός που ερμηνεύεται από την προσωπική σχέση μεταξύ των δύο μερών. Επομένως, κοινωνικά παρά αμιγώς οικονομικά κίνητρα βρίσκονται πίσω από

---

<sup>1</sup> Σύμφωνα με τη μεθοδολογία του GEM, «άτυπος επενδυτής» θεωρείται το άτομο το οποίο δηλώνει ότι έχει χρηματοδοτήσει κατά την τελευταία τριετία με προσωπικά κεφάλαια την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας από κάποιον άλλον, χωρίς δηλαδή ο ίδιος να γίνεται ιδιοκτήτης μεριδίου ή να ασκεί διευθυντικά καθήκοντα στο νέο εγχείρημα. Ουσιαστικά, πρόκειται για την απόδοση στα ελληνικά του όρου "informal investor". Σε αυτού του τύπου τη χρηματοδότηση δεν περιλαμβάνονται ενέργειες όπως η πιθανή αγορά μετοχών μιας επιχείρησης ή αμοιβαίων κεφαλαίων.

### **Δημογραφικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων**

Το δημογραφικό προφίλ του μέσου επιχειρηματία αρχικών σταδίων στην Ελλάδα το 2010 υπογραμμίζει τις επιπτώσεις της κρίσης στην πραγματική οικονομία και την απασχόληση, μιας και καταγράφονται πρωτοφανείς μεταβολές στα επιμέρους χαρακτηριστικά.

Στην Ελλάδα, το 2010, το 3,7% του πληθυσμού 18-64 ετών αφορά σε γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων. Το εν λόγω ποσοστό κατατάσσει την Ελλάδα στην 8<sup>η</sup> θέση ανάμεσα στις χώρες που βασίζονται στην καινοτομία. Εντούτοις, είναι ενθαρρυντικό το γεγονός ότι το μερίδιο της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως ποσοστό του συνολικού δείκτη επιχειρηματιών αρχικών σταδίων αυξήθηκε οριακά συγκριτικά με το 2009 (34,9% έναντι 34% το 2009 και 39% το 2008), παρά τις επιπτώσεις της κρίσης χρέους στην πραγματική οικονομία.

Γενικότερα, το προφίλ του μέσου επιχειρηματία αρχικών σταδίων φαίνεται να αντικατοπτρίζει τις επιπτώσεις της κρίσης, μιας και αυξάνεται ο μέσος όρος ηλικίας, αλλά και το εκπαιδευτικό επίπεδο, ενώ δραστηριοποιούνται εξίσου και τα τρία εισοδηματικά κλιμάκια. Πιο αναλυτικά, το γεγονός ότι η ηλικιακή ομάδα 45-54 ετών ήταν η πιο δραστήρια επιχειρηματικά, ενώ τα προηγούμενα έτη αυτό αφορούσε στην ομάδα 25-34 ετών, μπορεί να αποδοθεί στην ανεργία που πλήττει όλες τις ηλικίες, και τις δυσχέρειες εύρεσης εργασίας για τους μεγαλύτερους σε ηλικία. Ενδεικτικές των επιπτώσεων της κρίσης και της ανεργίας θεωρούνται και οι μεταβολές στο επίπεδο εκπαίδευσης, όπου παρατηρείται εκτίναξη των αποφοίτων μετα-λυκειακής εκπαίδευσης και δη τριτοβάθμιας, καθώς και η ισόποση παρουσία των τριών εισοδηματικών κλιμακίων.

Υπό το πρίσμα της ανάλυσης της επιχειρηματικότητας ανά φύλο, τα παραπάνω δημογραφικά χαρακτηριστικά παρουσιάζουν ενδιαφέρον: στις προηγούμενες έρευνες, η ηλικιακή ομάδα με την εντονότερη γυναικεία επιχειρηματική δραστηριότητα ήταν αυτή των 35-44 ετών, ενώ οι περισσότεροι άνδρες δεν ξεπερνούσαν τα 34 έτη. Το 2010, καταγράφεται για πρώτη φορά μετακύληση της πλειονότητας των γυναικών (δύο στις πέντε) στην επόμενη ηλικιακή ομάδα (45-54 ετών). Αντίστοιχη «γήρανση» καταγράφεται και για τους άνδρες, μιας και σχεδόν 34% ανήκει στην ομάδα 45-54 ετών, ενώ πάνω από ένας στους τρεις δηλώνει ότι είναι 35 έως 44 ετών. Έτσι, η μέση ηλικία για τα δύο φύλα αυξάνει και συγκλίνει σημαντικά (40,6 ετών για τις γυναίκες και 41,1 για τους άνδρες).

## Προσωπικοί παράγοντες

Το 2010, τα 2/3 των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων 2010 δηλώνει πως **συναναστρέφεται άλλους επιχειρηματίες**, επίδοση εξαιρετικά υψηλή συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες καινοτομίας. Βέβαια, η επίδοση αυτή είναι αναμενόμενη, λόγω του αντιστοίχως υψηλού ποσοστού αυτοαπασχόλησης στη χώρα.

Όσον αφορά στην **αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών** το επόμενο εξάμηνο, η επίδοση της Ελλάδας είναι η 3<sup>η</sup> χαμηλότερη ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας και στη χαμηλότερη, συγκριτικά με τις ευρωπαϊκές χώρες. Δεν είναι τυχαίο πως οι Ισπανία, Πορτογαλία, Ιρλανδία και Ιταλία συμπληρώνουν τις υπόλοιπες κατώτερες επιδόσεις. Έτσι, θετικές προβλέψεις εκφράζει μόλις το 15,9% του πληθυσμού 18-64 ετών (28% το 2009), και το 23,3% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (33,8% το 2009 και 28,1% το 2008). Φαίνεται λοιπόν, ότι ακόμα και όταν η οικονομική κρίση άρχισε να γίνεται αισθητή στην πραγματική οικονομία οι επιχειρηματίες αυτοί εμφορούνταν από εντονότερη αισιοδοξία συγκριτικά με τον υπόλοιπο πληθυσμό, αν και είναι εμφανείς οι αρνητικές επιπτώσεις της κρίσης στην ψυχολογία των επιχειρηματιών.

Ένας άλλος παράγοντας που εξετάζεται στο πλαίσιο της έρευνας του GEM είναι το επίπεδο αυτοπεποίθησης του πληθυσμού όσον αφορά στις **γνώσεις, τα προσόντα και την απαιτούμενη εμπειρία του για την έναρξη μιας επιχείρησης**. Οι Έλληνες παραδοσιακά καταγράφουν πολύ υψηλά ποσοστά θετικών απαντήσεων στο συγκεκριμένο ερώτημα, συχνά μάλιστα, φτάνουν στη δεύτερη ή/και πρώτη θέση για το σύνολο των χωρών του GEM. Το 2010 το 52,2% των Ελλήνων θεωρούν πως έχουν τις επαρκείς γνώσεις και προσόντα για την έναρξη μιας επιχείρησης (58% το 2009). Το αντίστοιχο ποσοστό για τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων είναι ακόμα πιο υψηλό (77%), αν και χαμηλότερο του περυσινού (90%), εξέλιξη που αντικατοπτρίζει ενδεχομένως τις προϊούσες δυσχέρειες που αντιμετωπίζουν αυτοί οι επιχειρηματίες.

Το 2010 καταγράφεται για άλλη μια χρονιά το παράδοξο της αυτο-αξιολόγησης των Ελλήνων: υψηλότερα ποσοστά αυτοπεποίθησης για τις γνώσεις/τα προσόντα τους, και ταυτόχρονα **παραδοχή για έντονο φόβο αποτυχίας του εγχειρήματός τους**, γεγονός που δρα ανασταλτικά στην έκφραση επιχειρηματικότητας. Έτσι, το 2010 οι Έλληνες βρίσκονται στην κορυφή της σχετικής κατάταξης, μιας και λίγοι περισσότεροι από τους μισούς δηλώνουν την επίδραση του φόβου της αποτυχίας στις αποφάσεις τους. Όσον αφορά στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, που θεωρητικά αντιπροσωπεύουν το τμήμα του πληθυσμού που αποφάσισε να δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά, ο φόβος της αποτυχίας εδράζει τουλάχιστον στο 55% αυτών, όταν το αντίστοιχο ποσοστό το 2009 μόλις που ξεπερνούσε το 1/3. Η διεύρυνση του σχετικού ποσοστού έλκεται κατά πάσα πιθανότητα από την

περιρρέουσα αβεβαιότητα για τις οικονομικές εξελίξεις στη χώρα.

### **Οι επιπτώσεις της κρίσης στην επιχειρηματικότητα**

Για δεύτερη συνεχή χρονιά, στο πλαίσιο της έρευνας του GEM οι επιχειρηματίες κλήθηκαν να απαντήσουν α) αν οι δυσκολίες ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης είναι περισσότερες ή λιγότερες σε σχέση με το προηγούμενο έτος, β) αν οι δυσκολίες ανάπτυξης μιας επιχείρησης είναι λιγότερες ή περισσότερες και γ) αν η κρίση έχει επηρεάσει τον αριθμό των επιχειρηματικών ευκαιριών.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας, το επιχειρηματικό κλίμα επιδεινώνεται συγκριτικά με το 2009 για όλες τις υπο-κατηγορίες των επιχειρηματιών. Οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες είναι για άλλη μια χρονιά περισσότερο συγκρατημένοι και απαισιόδοξοι στις εκτιμήσεις και προβλέψεις τους, γεγονός που αποδίδεται στη βαθύτερη αντίληψη του τρόπου λειτουργίας μιας επιχείρησης συγκριτικά με τους επίδοξους και νέους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων.

Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά στις δυσκολίες ίδρυσης μιας επιχείρησης, οι εγχώριοι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων ήταν το 2010 οι περισσότερο απαισιόδοξοι σχετικά με τις δυσκολίες ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης ανάμεσα σε όλες τις χώρες καινοτομίας, αλλά, και σε όλες τις χώρες του GEM. Μάλιστα, η Ελλάδα είναι η μόνη χώρα από όλες που πήραν μέρος στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM το 2010, η οποία παρουσιάζει σαφή επιδείνωση αυτού του δείκτη ανάμεσα στο 2010 και στο 2009 –το ίδιο ισχύει και για την Ισπανία, αλλά μόνον οριακά. Με άλλα λόγια, ενώ η βελτίωση του δείκτη σε όλες τις χώρες μπορεί να θεωρηθεί ως ένδειξη εξόδου από την ύφεση και σχετικής ανάκαμψης, στην Ελλάδα συμβαίνει ακριβώς το αντίθετο.

Από την πλευρά της ανάπτυξης μιας επιχείρησης, τρεις στους πέντε επιχειρηματίες αρχικών σταδίων εκτιμούν ότι οι δυσκολίες ανάπτυξης ήταν εντονότερες το 2010 σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος (σχεδόν 50% το ποσοστό το 2009, επομένως πρόκειται για σαφή επιδείνωση του δείκτη). Και πάλι, οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες είναι περισσότερο απαισιόδοξοι (70% από 62,2% το 2009).

Τέλος, αξιολογώντας τις επιπτώσεις της κρίσης στις επιχειρηματικές ευκαιρίες, οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες εμφανίζονται και πάλι πιο συγκρατημένοι σε σύγκριση με εκείνους που βρίσκονται στα πρώτα στάδια επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Εντούτοις, παρ' όλο που η απαισιοδοξία των καθιερωμένων εντείνεται το 2010 σε σχέση με το προηγούμενο έτος, οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων εμφανίζονται πιο αισιόδοξοι: Σχεδόν ένας στους τέσσερις αναγνωρίζει περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες από το 2009, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό

το προηγούμενο έτος ήταν μόλις ένας στους δέκα.

### **Συνθήκες Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας – Αξιολόγηση της ποιότητας των θεσμών από Εθνικούς Εμπειρογνώμονες**

Στην έρευνα του 2010 εξετάσθηκαν οι εκτιμήσεις και αξιολογήσεις των Συνθηκών Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας από εγχώριους εμπειρογνώμονες στο πεδίο της επιχειρηματικότητας. Όπως ήταν αναμενόμενο, οι εκτιμήσεις των εμπειρογνώμωνων δε μεταβάλλονται συγκριτικά με το 2009: θετικά αξιολογούνται οι εμπορικές και υλικές υποδομές, όπως και σε όλες τις χώρες καινοτομίας. Στον αντίποδα βρίσκονται οι κυβερνητικές ρυθμίσεις, η εκπαίδευση πρώτης και δεύτερης βαθμίδας και η μεταφορά έρευνας & ανάπτυξης.



**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1****ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ****1.1. Η εξέλιξη των βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα το 2010**

Η διετία 2009-2010 χαρακτηρίστηκε από σημαντικές μεταβολές και αναταράξεις στην παγκόσμια οικονομία. Η Ελλάδα ήταν η χώρα που επικράτησε στις διεθνείς οικονομικές εξελίξεις, μιας και από το φθινόπωρο του 2009, η λεγόμενη ελληνική κρίση χρέους ταλανίζει την εγχώρια, αλλά και την ευρωπαϊκή οικονομία. Δεδομένου, μάλιστα πως η έρευνα του GEM έλαβε χώρα τον Ιούνιο του 2010, λίγο μετά την υπογραφή του Μνημονίου Ι δηλαδή, τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας αναμένεται να αποτυπώσουν τον τρόπο εξέλιξης της επιχειρηματικότητας υπό τις νέες συνθήκες για την Ελλάδα, τις σχετικές προκλήσεις, αλλά και τις ευκαιρίες που ενδεχομένως δημιουργεί η κρίση στην εγχώρια επιχειρηματικότητα.

Υπενθυμίζεται πως, ο βασικός δείκτης μέτρησης της επιχειρηματικότητας που αποτιμάται στο πλαίσιο της έρευνας του GEM αφορά στο επίπεδο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων (Early-Stage Entrepreneurial activity) που εκδηλώνεται σε μια οικονομία. Ο δείκτης αυτός περιλαμβάνει δύο κατηγορίες ατόμων: τους επίδοξους επιχειρηματίες και τους νέους επιχειρηματίες<sup>2</sup>. Πρόκειται για τα άτομα που είχαν, κατά την περίοδο της έρευνας, προχωρήσει σε κάποιες προκαταρκτικές ενέργειες στην κατεύθυνση έναρξης μιας επιχείρησης (επίδοξοι επιχειρηματίες), ή είχαν ήδη ξεκινήσει μια νέα δραστηριότητα και είχαν πληρώσει μισθούς για τουλάχιστον τρεις, αλλά λιγότερο από 42 μήνες (νέοι επιχειρηματίες). Στο Διάγραμμα 1.1 απεικονίζεται το επίπεδο αυτού του δείκτη για το 2010.

Τα σχετικά αποτελέσματα απεικονίζονται βάσει της κατηγοριοποίησης των χωρών που χρησιμοποιεί το GEM στην προσέγγισή του. Πιο συγκεκριμένα, για τρίτη συνεχόμενη χρονιά, η έρευνα του GEM αναλύει τα αποτελέσματα ανά ομάδες κρατών. Οι ομάδες/κατηγορίες αυτές

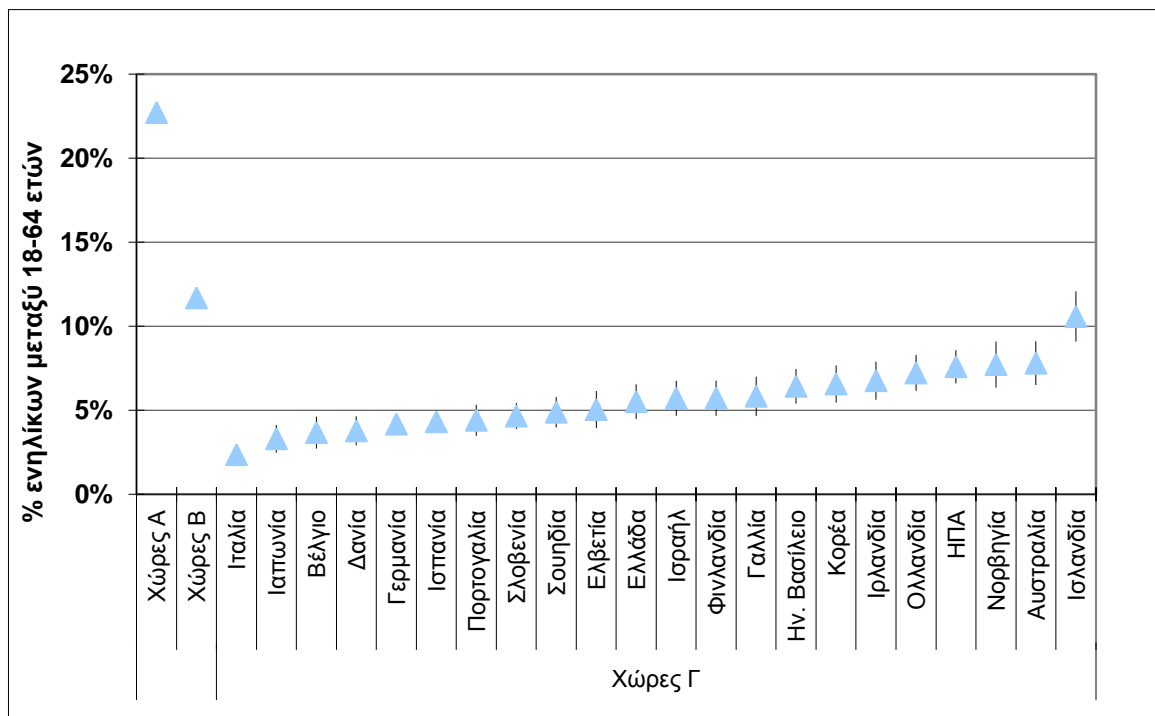
---

<sup>2</sup> 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 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.

δημιουργούνται με βάση το πεδίο εστίασης κάθε οικονομίας<sup>3</sup>, κριτήριο που έχει αποδειχθεί να είναι αντιστρόφως ανάλογο του βαθμού εκδήλωσης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Ως εκ τούτου, οι περισσότερες οικονομίες που στηρίζονται στην καινοτομία (χώρες τύπου Γ) παρουσιάζουν για άλλη μια χρονιά σχετικά χαμηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, ενώ το αντίθετο ισχύει για τις χώρες τύπου Β και ακόμα εντονότερα για τις χώρες τύπου Α (Πίνακας 1.2).

**Διάγραμμα 1.1**

Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (νέοι και επίδοχοι επιχειρηματίες) ανά χώρα το 2010 (95% διάστημα εμπιστοσύνης)



Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας<sup>4</sup>

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

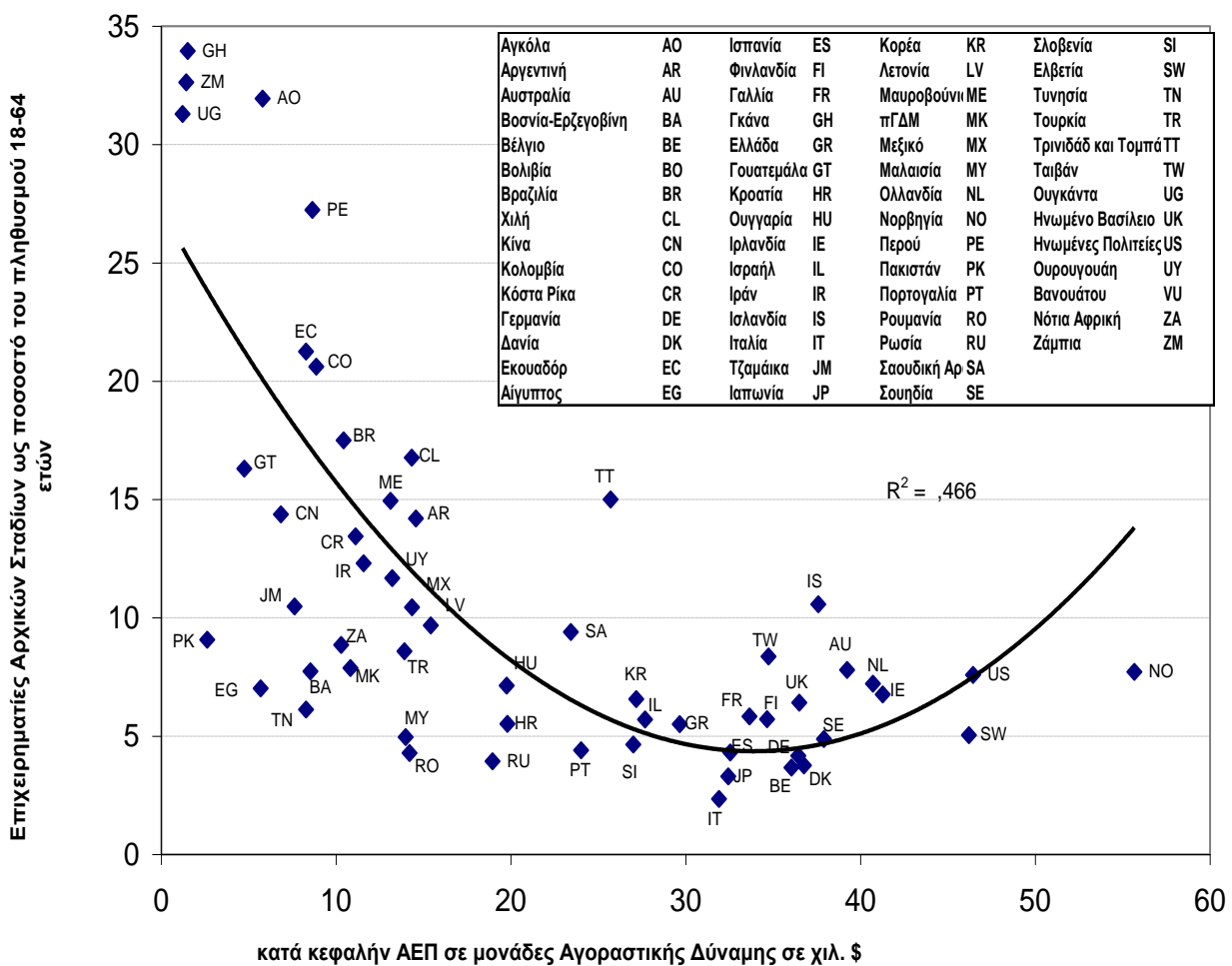
<sup>3</sup> Στις χώρες χαμηλού κόστους (Α) περιλαμβάνονται οι: Αγκόλα, Βολιβία, Αίγυπτος, Γκάνα, Γουατεμάλα, Ιράν, Τζαμάικα, Πακιστάν, Σαουδική Αραβία, Ουγκάντα, Βανουάτου, Δ. Όχθη και Λωρίδα της Γάζας, Ζάμπια. Στις χώρες βελτίωσης της αποτελεσματικότητας (Β) περιλαμβάνονται οι: Αργεντινή, Βοσνία-Ερζεγοβίνη, Βραζιλία, Χιλή, Κίνα, Κολομβία, Κροατία, Κόστα Ρίκα, Εκουαδόρ, Ουγγαρία, Λετονία, ΠΓΔΜ, Μαλαισία, Μεξικό, Μαυροβούνιο, Περού, Ρουμανία, Ρωσία, Νότιος Αφρική, Ταϊβάν, Τρινιντάντ & Τομπάγκο, Τυνησία, Τουρκία και Ουρουγουάη. Στις χώρες καινοτομίας (Γ) περιλαμβάνονται οι: Αυστραλία, Βέλγιο, Δανία, Φινλανδία, Γαλλία, Γερμανία, Ελλάδα, Ισλανδία, Ισραήλ, Ιταλία, Ιαπωνία, Κορέα, Ολλανδία, Νορβηγία, Πορτογαλία, Σλοβενία, Ισπανία, Σουηδία, Ελβετία, Ηνωμένο Βασίλειο, και ΗΠΑ. Συγκριτικά με την περσινή έρευνα, οι κατηγορίες δεν περιλαμβάνουν ακριβώς τις ίδιες χώρες.

Ο υψηλός δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων δεν είναι λοιπόν αναγκαστικά συνώνυμος της οικονομικής ανάπτυξης. Όπως έχει υπογραμμισθεί και σε παλαιότερες μελέτες του IOBE για την επιχειρηματικότητα, το είδος, τα κίνητρα και η ποιότητα της επιχειρηματικότητας αποτελούν σημαντικότερα κριτήρια συγκριτικά με την ποσότητα. Για παράδειγμα, σε οικονομίες που βασίζονται στην εκμετάλλευση συντελεστών (χώρες τύπου Α), η μείωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ενδεχομένως να συνιστά θετική εξέλιξη, καθώς μπορεί να δημιουργούνται επαρκείς νέες θέσεις εργασίας σε υφιστάμενες επιχειρήσεις, σαφής ένδειξη μιας περισσότερο αναπτυξιακής δυναμικής της αντίστοιχης οικονομίας.

Προς επίρρωση του επιχειρήματος αυτού, οι ετήσιες έρευνες του GEM αποδεικνύουν ότι η σχέση του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων και της οικονομικής ανάπτυξης μιας χώρας είναι συνήθως σχήματος U (Διάγραμμα 1.2), αν και δεν ακολουθούν διαχρονικά όλες οι χώρες αυτό το σχήμα.

**Διάγραμμα 1.2**

Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων και κατά κεφαλή ΑΕΠ (2010)



Η σχέση μεταξύ του επιπέδου οικονομικής ανάπτυξης μιας χώρας και του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων μπορεί να αναλυθεί ως εξής: Οι αναπτυσσόμενες χώρες με χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη πολλών πολύ μικρών επιχειρήσεων, υψηλό ρυθμό γεννήσεων / θανάτων επιχειρήσεων, άρα και υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Όσο το βιοτικό επίπεδο αυτών των χωρών βελτιώνεται και αυτές αναπτύσσονται, αποκτούν ταυτόχρονα χαρακτηριστικά πιο ανεπτυγμένων οικονομιών. Σταδιακά, ο ρόλος των μεγαλύτερων και πιο καθιερωμένων επιχειρηματικών μονάδων γίνεται σημαντικότερος λόγω των βελτιωμένων οικονομιών κλίμακας και έτσι αυτές οι επιχειρήσεις είναι σε θέση να καλύψουν με μεγαλύτερη επιτυχία την αυξανόμενη ζήτηση.

Σε αυτήν τη διαδικασία δε θα πρέπει να αγνοείται επίσης η επίτευξη μακροοικονομικής και πολιτικής σταθερότητας, η οποία επιτρέπει, εκτός από συνολικά ταχύτερη μεγέθυνση, την ανάπτυξη των θεσμών και τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Οι επιχειρήσεις αναπτύσσονται και είναι σε θέση να προσφέρουν ελκυστικότερο περιβάλλον εργασίας σε δυνητικούς μικρούς επιχειρηματίες, με αποτέλεσμα να προκύπτουν χαμηλά επίπεδα επιχειρηματικότητας.

Αυτό σημαίνει, επομένως, ότι στις αναπτυσσόμενες χώρες η μείωση στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ενδεχομένως να αποτελεί ένδειξη ανάπτυξης και μετάβασης σε υψηλότερο βιοτικό επίπεδο. Από την άλλη πλευρά όμως, μετά από μία μακρά αναπτυξιακή διαδικασία, η μακροοικονομική και πολιτική σταθερότητα, καθώς και ο αυξανόμενος ρόλος των καθιερωμένων επιχειρήσεων, μπορούν να επιτρέψουν σε περισσότερα πλέον άτομα να αναλάβουν επιχειρηματικό ρίσκο και να αναζητήσουν μια επιχειρηματική ευκαιρία.

Το γεγονός ότι η παραπάνω διαδικασία δεν ακολουθείται με τον ίδιο τρόπο από όλες τις χώρες, ερμηνεύεται από την ύπαρξη πλήθους διαφορετικών εθνικών, ιστορικών, δημογραφικών, πολιτισμικών και θεσμικών παραμέτρων που επηρεάζουν τελικά τη σχέση της επιχειρηματικότητας και του επιπέδου ανάπτυξης μιας χώρας.

Κι αυτό γιατί η επιχειρηματικότητα δεν είναι απλώς ένα οικονομικό μέγεθος, αλλά περισσότερο μια κοινωνικοοικονομική διαδικασία και εξαρτάται από πλήθος παραγόντων, ξεχωριστών και χαρακτηριστικών για κάθε χώρα. Από την άλλη πλευρά, χώρες με κοινές παραδόσεις και γεωγραφική εγγύτητα εμφανίζουν κοινές επιδόσεις σε όρους επιχειρηματικότητας και όπως φανερώνει και το σχετικό διάγραμμα βρίσκονται σχετικά κοντά, δημιουργώντας ενιαία clusters. Για παράδειγμα, παρατηρεί κανείς στο Διάγραμμα 1.2 ότι οι περισσότερες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης συνομαδώνονται στα χαμηλά επίπεδα επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων (δηλαδή κάτω από τη σχετική καμπύλη), και οι πολίτες τους απολαμβάνουν τουλάχιστον \$30 χιλ κατά κεφαλήν ΑΕΠ σε μονάδες αγοραστικής δύναμης. Η Ιαπωνία, αν και παρουσιάζει διαχρονικά χαμηλή επιχειρηματική δραστηριότητα, τα

τελευταία χρόνια πλησιάζει όλο και περισσότερο το μέσο όρο της Ευρώπης. Στον αντίποδα βρίσκονται χώρες που βασίζονται στο χαμηλό κόστος των παραγωγικών συντελεστών (όπως η Ζάμπια, η Αγκόλα, οι χώρες της Λατινικής Αμερικής και της Καραϊβικής) που έχουν περίπου το ίδιο κατά κεφαλήν ΑΕΠ και βρίσκονται πάνω από την καμπύλη, με υψηλά ποσοστά επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων.

Οι σχετικοί δείκτες του 2010 για την Ελλάδα αποτυπώνουν τις αρχικές επιπτώσεις της δημοσιονομικής κρίσης της χώρας: η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων φτάνει στο χαμηλότερο ποσοστό της πενταετίας (Πίνακας 1.1), με τους επίδοξους επιχειρηματίες να αποτελούν την κυριότερη αιτία της πτώσης (2,0% έναντι 4,5% το 2009).

**Πίνακας 1.1**

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

	<b>Επίδοξη επι/κότητα</b>	<b>Νέα Επι/κότητα</b>	<b>Επι/κότητα αρχικών σταδίων</b>	<b>Καθιερωμένη επι/κότητα</b>	<b>Συνολική Επι/κότητα</b>	<b>Πρόθεση έναρξης επι/τικής δραστηριότητας</b>
2006	5,6	2,3	7,9	8,2	16,2	14,1
2007	4,6	1,1	5,7	13,3	18,7	13,7
2008	5,3	4,6	9,9	12,6	22,0	16,6
<b>2009</b>	4,5	4,7	8,8	15,1	23,6	17,2
<b>2010</b>	<b>2,0</b>	<b>3,5</b>	<b>5,3</b>	<b>14,2</b>	<b>18,8</b>	<b>14,4</b>
<b>Μ.Ο.</b>	<b>4,4</b>	<b>3,2</b>	<b>7,5</b>	<b>12,7</b>	<b>19,9</b>	<b>15,2</b>

Πηγή: GEM, Επεξεργασία στοιχείων IOBE

Φαίνεται, επομένως πως οι δυσμενείς οικονομικές συνθήκες και η αβεβαιότητα για το μέλλον απέτρεψαν σημαντικό ποσοστό ατόμων με επιθυμία έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας να υλοποιήσουν το σχέδιό τους. Το γεγονός ότι η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα συρρικνώνεται, αντικατοπτρίζει την τάση εξόδου κάποιων επιχειρήσεων από την αγορά που τον Ιούνιο του 2010 (οπότε και πραγματοποιήθηκε η έρευνα) άρχιζε να γίνεται αισθητή.

Ακόμα και το ποσοστό των ατόμων 18-64 ετών που δηλώνει πως σκέφτεται να ξεκινήσει επιχειρηματική δράση τους επόμενους 36 μήνες μειώνεται (14,4% έναντι 17,2% το 2009). Η εξέλιξη αυτή είναι πολύ ενδιαφέρουσα, μιας και συνήθως σε περιόδους οικονομικής κρίσης, η επιχειρηματικότητα, κυρίως με τη μορφή της αυτοαπασχόλησης, αποτελεί επαγγελματικό «καταφύγιο». Ενδεχομένως, η αβεβαιότητα για το εγγύς μέλλον της χώρας είναι αρκετά έντονη, ώστε να αποτρέπει ακόμα και την πρόθεση για αυτοαπασχόληση, ενώ ταυτόχρονα οι προσδοκίες για ανακάλυψη επιχειρηματικών ευκαιριών να είναι συγκρατημένες.

Γενικότερα, προκύπτει ότι σχεδόν το 19% του πληθυσμού της Ελλάδας, ηλικίας 18-64 ετών, δηλαδή λίγο περισσότερο από 1,2 εκατ. άτομα είχε κάποιου τύπου επιχειρηματική δραστηριοποίηση κατά το 2010.

**Πίνακας 1.2**

Συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα  
ανά χώρα, 2010(% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών)

	Επίδοξοι επιχειρηματίες	Νέοι επιχειρηματίες	Επιχ/κότητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα
<b>Χώρες Α</b>	<b>11,8</b>	<b>12,3</b>	<b>22,8</b>	<b>12,6</b>	<b>35,4</b>
<b>Χώρες Β</b>	<b>6,7</b>	<b>5,2</b>	<b>11,7</b>	<b>7,6</b>	<b>19,3</b>
Αυστραλία	3,9	4,0	7,8	8,5	16,3
Βέλγιο	2,3	1,4	3,7	2,7	6,4
Δανία	1,8	2,2	3,8	5,6	9,3
Φινλανδία	2,4	3,4	5,7	9,4	15,2
Γαλλία	3,7	2,3	5,8	2,4	8,3
Γερμανία	2,5	1,8	4,2	5,7	9,9
<b>Ελλάδα</b>	<b>2,0</b>	<b>3,5</b>	<b>5,3</b>	<b>14,2</b>	<b>18,8</b>
Ισλανδία	7,4	3,3	10,6	7,4	18,0
Ιρλανδία	4,4	2,6	6,8	8,6	15,3
Ισραήλ	3,2	2,6	5,7	3,1	8,8
Ιταλία	1,3	1,0	2,3	3,7	6,1
Ιαπωνία	1,5	1,8	3,3	7,4	10,7
Κορέα	1,8	4,8	6,6	11,2	17,8
Ολλανδία	4,0	3,4	7,2	9,0	16,2
Νορβηγία	4,4	3,4	7,7	6,7	14,4
Πορτογαλία	1,8	2,8	4,5	5,4	10,0
Σλοβενία	2,2	2,4	4,7	4,9	9,6
Ισπανία	2,2	2,1	4,3	7,7	12,0
Σουηδία	2,3	2,6	4,9	6,4	11,3
Ελβετία	2,0	3,1	5,0	8,7	13,7
Ην. Βασίλειο	3,2	3,3	6,4	6,4	12,8
ΗΠΑ	4,8	2,8	7,6	7,7	15,3
<b>Χώρες Γ</b>	<b>3,0</b>	<b>2,8</b>	<b>5,6</b>	<b>6,9</b>	<b>12,6</b>
<b>Μ.Ο. GEM</b>	<b>7,5</b>	<b>7,0</b>	<b>13,9</b>	<b>9,3</b>	<b>23,0</b>

\*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

Παρά τη συρρίκνωση συγκριτικά με παλαιότερα έτη, το ποσοστό αυτό συνεχίζει να είναι το υψηλότερο ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας (Πίνακας 1.2).

**Πίνακας 1.3**

Επιχειρηματικός κύκλος: Διακοπή της επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά χώρα, 2010

	<b>Διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας</b>
<b>Χώρες Α</b>	<b>12,5</b>
<b>Χώρες Β</b>	<b>4,4</b>
Αυστραλία	2,7
Βέλγιο	2,0
Δανία	1,7
Φινλανδία	1,8
Γαλλία	2,5
Γερμανία	1,5
<b>Ελλάδα</b>	<b>3,3</b>
Ισλανδία	3,4
Ιρλανδία	2,3
Ισραήλ	3,8
Ιταλία	1,6
Ιαπωνία	1,5
Κορέα	1,6
Ολλανδία	1,4
Νορβηγία	2,6
Πορτογαλία	2,6
Σλοβενία	1,6
Ισπανία	1,9
Σουηδία	2,9
Ελβετία	2,4
Ην. Βασίλειο	1,8
ΗΠΑ	3,8
<b>Χώρες Γ</b>	<b>2,3</b>
<b>Μ.Ο. GEM</b>	<b>3,6</b>

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

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Στο πλαίσιο αποτίμησης των επιπτώσεων της κρίσης, ενδιαφέρον έχει να σημειωθεί ότι τα αποτελέσματα της έρευνας του 2010 υπογραμμίζουν την αύξηση του αριθμού των επιχειρήσεων που τελικά δεν κατάφεραν να φτάσουν χρονικά την κατηγορία των «καθιερωμένων» και διέκοψαν τη λειτουργία τους. Στο πλαίσιο αυτό, **οι δείκτες διακοπής και αναστολής της επιχειρηματικής δραστηριότητας** βρίσκονται στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος ανάλυσης.

Το 2010, το 3,3% του πληθυσμού 18-64 ετών δήλωσε πως διέκοψε την επιχειρηματική δραστηριότητα που ασκούσε. Όπως φαίνεται στον Πίνακα 1.3, σχεδόν σε όλες τις υπόλοιπες χώρες καινοτομίας –που αντιμετώπισαν κι αυτές τις επιπτώσεις της παγκόσμιας κρίσης- τα αντίστοιχα ποσοστά είναι ηπιότερα (με τις ΗΠΑ, Ισραήλ και Ισλανδία να καταγράφουν τις υψηλότερες επιδόσεις). Επιπλέον, ενδεικτικό της επιδείνωσης της εγχώριας οικονομίας είναι το γεγονός ότι ο εν λόγω δείκτης καταγράφει ανοδική τροχιά από το 2008. Μάλιστα, λιγότερο από το ¼ των επιχειρήσεων συνέχισαν τη λειτουργία τους μετά την αποχώρηση του επιχειρηματία, γεγονός που υπογραμμίζει το σημαντικό αριθμό των επιχειρήσεων που διέκοψαν πλήρως τη λειτουργία τους μετά την αποχώρηση του επιχειρηματία. Το ποσοστό αναστολής της λειτουργίας επιχείρησης, από την άλλη πλευρά, παραμένει σταθερό.

**Πίνακας 1.4α**

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

			Λόγοι αποχώρησης από επιχείρηση (%)			
	% του συνολικού πληθυσμού 18-64 ετών		Μη κερδοφόρα επιχείρηση	Προβλήματα χρημα/σης	Συνταξιο- δότηση	Λοιποί λόγοι
	Διακοπή λειτουργίας	Αναστολή επιχειρηματικής δραστηριότητας				
<b>Ελλάδα</b>	<b>3,3</b>	<b>0,8</b>	<b>71,9</b>	<b>5,2</b>	<b>5,1</b>	<b>17,8</b>
Χώρες Γ	2,3	0,9	32	9	6	54
Μ.Ο. GEM	3,6	1,4	31	17	3	68

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

Σαφώς μπορεί να υποστηριχθεί πως τα υψηλά ποσοστά επιχειρηματικότητας (δη αυτό-απασχόλησης) που χαρακτηρίζουν την ελληνική οικονομία συνεπάγονται και υψηλό ρυθμό επιχειρηματικών «θανάτων». Εντούτοις, εξετάζοντας πιο προσεκτικά τους λόγους της διακοπής λειτουργίας της επιχείρησης υπογραμμίζονται οι βαθύτερες αιτίες του φαινομένου.

Η συντριπτική πλειοψηφία (7 στους 10) των επιχειρηματιών που αποχώρησαν από τον επιχειρηματικό στίβο δηλώνουν πως κύρια αιτία αποτέλεσε η έλλειψη κερδοφορίας. Ο

αντίστοιχος μέσος όρος για τις χώρες καινοτομίας, αλλά και τις χώρες του GEM συνολικά, απέχει παρασάγγας (32% και 31% αντιστοίχως), παρά το παγκόσμιο εύρος της χρηματοπιστωτικής/δημοσιονομικής κρίσης. Βέβαια, ήδη από το 2007, η έλλειψη κερδοφορίας αποτελούσε το βασικό λόγο διακοπής της εγχώριας επιχειρηματικής δραστηριότητας, όπως φαίνεται στον Πίνακα 1.4β, αλλά το ποσοστό του 2010 είναι σχεδόν διπλάσιο από αυτό του 2007 και σίγουρα το υψηλότερο που έχει καταγραφεί.

Ενδιαφέρον έχει να σημειωθεί το αυξανόμενο ποσοστό όσων συνταξιοδοτούνται (5,2% από 3,2% το 2007), το οποίο υπογραμμίζει την εργασιακή ωρίμανση σημαντικού μέρους του ανθρώπινου δυναμικού. Το διογκούμενο κύμα συνταξιοδότησης αποτελεί άλλη μία πρόκληση για τον εγχώριο επιχειρηματικό κόσμο και όχι μόνο, μιας και η συνταξιοδότηση της λεγόμενης γενιάς των "baby boomers"<sup>5</sup> αναμένεται να έχει σημαντικές επιπτώσεις στην απασχόληση στην Ελλάδα, αλλά και σε όλη την Ευρώπη<sup>6</sup>.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει επίσης η πορεία του υποδείκτη που αφορά στην αντιμετώπιση προβλημάτων στη χρηματοδότηση, ως αιτία αποχώρησης από τον επιχειρηματικό στίβο. Η ελληνική αγορά χαρακτηρίζεται ήδη από το 2008 από χρηματοπιστωτική στενότητα και επιδείνωση των όρων δανεισμού από τις τράπεζες. Το γεγονός αυτό αποτελεί συνήθως μια από τις σημαντικότερες αιτίες εξόδου από την επιχειρηματική δραστηριότητα. Το 2009, αυτό ίσχυσε μόλις για το 5,6% των προηγούμενων ιδιοκτητών, όταν σε άλλες χώρες με έντονα δημοσιονομικά προβλήματα, όπως η Ισπανία, το αντίστοιχο ποσοστό έφτανε το 25%. Το περυσινό αποτέλεσμα αναλύθηκε υπό το πρίσμα της χρονικής συγκυρίας στην οποία διεξήχθη η περυσινή έρευνα, δηλαδή το καλοκαίρι του 2009: ενώ οι ευρωπαϊκές χώρες βρίσκονταν ήδη στον κυκεώνα της οικονομικής κρίσης και τα τραπεζικά τους συστήματα δέχονταν ισχυρότατες πιέσεις, οι επιπτώσεις της παγκόσμιας κρίσης δεν είχαν γίνει εμφανείς σε τέτοιο βαθμό στην Ελλάδα. Ακόμα πιο σημαντικό είναι το γεγονός ότι, η δημοσιονομική εικόνα της ελληνικής οικονομίας έγινε πλήρως αντιληπτή μόλις το φθινόπωρο της ίδιας χρονιάς και κορυφώθηκε την άνοιξη του 2010, με τη δημιουργία του Μηχανισμού Στήριξης.

---

<sup>5</sup> Ως baby boomers έχουν αναγνωριστεί οι εκπρόσωποι της γενιάς που γεννήθηκαν μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο (1946 έως το 1964 περίπου), στις χώρες της Δύσης. Την περίοδο εκείνη στις χώρες αυτές καταγράφηκε έκρηξη γεννήσεων, αγγλιστί *baby boom*. Η γήρανση ενός μεγάλου ποσοστού του πληθυσμού των πιο αναπτυγμένων κρατών σε συνδυασμό με τα υψηλά ποσοστά υπογεννητικότητας έχει αναγνωριστεί ως ένας από τους καθοριστικούς παράγοντες διαμόρφωσης της αγοράς εργασίας παγκοσμίως.

<sup>6</sup> CEDEFOP, 2010

**Πίνακας 1.4β**

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
2007	1,8	0,8	8,9	40,4	11,6	8,2	7,8	3,2	15,9	4,0
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
<b>2010</b>	<b>3,3</b>	<b>0,8</b>	<b>0,0</b>	<b>71,9</b>	<b>5,2</b>	<b>2,5</b>	<b>0,0</b>	<b>5,1</b>	<b>15,3</b>	<b>0,0</b>

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Εντούτοις, το γεγονός ότι το αποτέλεσμα αυτό διατηρείται και το 2010 (μάλιστα, συρρικνώνεται ελαφρώς) ενδεχομένως να διαγράφει την απαρχή μιας τάσης, όπου η χρηματοδοτική στενότητα δε συντελεί στον αναμενόμενο βαθμό στην έξοδο από την επιχειρηματική δραστηριότητα, λόγω του έντονου περιορισμού της κερδοφορίας των επιχειρήσεων. Ενδεικτικό, πάντως, της δυσχερέστερης κατάστασης για την αγορά το 2010 σε σύγκριση με το 2009 αποτελεί και το ποσοστό των ερωτηθέντων που βρήκε μια άλλη εργασία: 18,4% το 2009, ενώ μόλις 2,5% το 2010.

## 1.2 Τα κίνητρα της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης

Ένα από τα πιο κρίσιμα ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων είναι η εξέταση των κινήτρων που ωθούν στην ανάληψη επιχειρηματικής δράσης. Στην έρευνα του GEM χρησιμοποιούνται δύο βασικές κατηγορίες κινήτρων:

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 συρρίκνωση<sup>7</sup>.

Το 2010 στην Ελλάδα, το ποσοστό του πληθυσμού 18-64 ετών που δηλώνει ως βασικό κίνητρο για την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας την ανάγκη περιορίζεται στο 1,5%, έναντι 2,3% το 2009. Ο δείκτης αυτός καταγράφει για τρίτη χρονιά πτώση, μιας και το 2008 έφτανε το 3%. Η συρρίκνωση όλων των δεικτών που σχετίζονται/εκπορεύονται από το δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων μπορεί να θεωρηθεί αναμενόμενη, λόγω της σημαντικής πτώσης του γενικότερου ποσοστού του πληθυσμού που εμπλέκεται σε επιχειρηματικές

---

<sup>7</sup> 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».

δραστηριότητες. Ταυτόχρονα όμως, η επιχειρηματικότητα ανάγκης συνήθως τονώνεται σε περιόδους κρίσης. Έτσι, θα μπορούσε να υποστηριχθεί πως η συρρίκνωση της επιχειρηματικότητας ανάγκης ως ποσοστό του συνολικού πληθυσμού έλκεται σε ένα βαθμό και από επαγγελματικές ευκαιρίες που έχει αποκαλύψει η κρίση.

**Πίνακας 1.5**  
Κίνητρα έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά χώρα, 2010

	<b>Επιχ/κότητα ανάγκης</b> (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)	<b>Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας</b> <b>με στόχο την αύξηση</b> <b>εισοδήματος ή/και</b> <b>μεγαλύτερη ανεξαρτησία</b> (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)
<b>Χώρες Α</b>	<b>33,8</b>	<b>38,2</b>
<b>Χώρες Β</b>	<b>30,9</b>	<b>42,3</b>
Αυστραλία	18,5	58,7
Βέλγιο	9,9	53,5
Δανία	8,0	53,8
Φινλανδία	18,1	54,3
Γαλλία	25,2	56,0
Γερμανία	25,7	48,5
<b>Ελλάδα</b>	<b>27,4</b>	<b>38,6</b>
Ισλανδία	6,8	68,3
Ιρλανδία	30,8	33,1
Ισραήλ	28,8	54,0
Ιταλία	13,4	54,6
Ιαπωνία	36,4	46,9
Κορέα	38,9	49,0
Ολλανδία	8,4	63,9
Νορβηγία	15,4	73,5
Πορτογαλία	21,8	51,8
Σλοβενία	16,2	53,8
Ισπανία	25,4	42,1
Σουηδία	13,4	71,6
Ελβετία	14,1	60,1
Ην. Βασίλειο	10,6	43,1
ΗΠΑ	28,5	51,5
<b>Χώρες Γ</b>	<b>20,1</b>	<b>53,7</b>
<b>Μ.Ο. GEM</b>	<b>29,5</b>	<b>46,0</b>

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Επιπλέον, η πορεία του δείκτη θα μπορούσε να αποδοθεί στο ότι η «γενικά» εξασφαλισμένη εργασία δεν οδηγούσε τα άτομα αυτά στο να σπεύσουν να αξιοποιήσουν μια ευκαιρία μέχρι σήμερα, με την τάση αυτή να αλλάζει στο νέο δυσμενέστερο οικονομικό περιβάλλον και την αύξηση του ποσοστού της ανεργίας. Θα μπορούσε, όμως, να υποστηριχθεί ότι η συρρίκνωση του δείκτη οφείλεται και στον τρόπο με τον οποίο ερμηνεύουν πλέον οι Έλληνες την έννοια της «ευκαιρίας». Όπως αναλύεται διεξοδικά στο Κεφάλαιο 3, η αύξηση της ανεργίας και οι δυσοίωνες προβλέψεις για τις οικονομικές εξελίξεις ενδεχομένως έχουν *μετακινήσει το όριο μεταξύ «ανάγκης» και «ευκαιρίας»*.

Όσον αφορά στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, το ποσοστό αυτών που κινητοποιήθηκαν κυρίως από ανάγκη αυξάνεται συγκριτικά με το 2009, αλλά όχι σε σημαντικό βαθμό (27,4% έναντι 26%). Συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες καινοτομίας, η Ελλάδα βρίσκεται στις υψηλότερες θέσεις στο δείκτη αυτό, με πρωτοστατούσα την Κορέα (Πίνακας 1.5), ενώ η Ιρλανδία καταγράφει το υψηλότερο ποσοστό στις ευρωπαϊκές χώρες (30,8%).

Εξετάζοντας τα χαρακτηριστικά των εγχειρημάτων που δημιουργήθηκαν λόγω ανάγκης, παρατηρεί κανείς πως μόλις το 17% δηλώνει πως εισέρχεται σε νέα αγορά, ενώ έντονη εξωστρέφεια διακρίνει μόλις το 7% περίπου. Σχεδόν τα μισά από αυτά τα εγχειρήματα δραστηριοποιούνται στο λιανικό εμπόριο και την εστίαση & τα ξενοδοχεία, γεγονός που συνάδει με την κλαδική κατηγοριοποίηση των εγχώριων επιχειρήσεων, όπως θα αναλυθεί πιο διεξοδικά στη συνέχεια του Κεφαλαίου.

Από την άλλη πλευρά, η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας μειώνεται για άλλη μια χρονιά, ως ποσοστό στο σύνολο του πληθυσμού (3,8% έναντι 6,4% το 2009 και 6,8% το 2008). Εντούτοις, ως ποσοστό επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων ο δείκτης σαφώς συρρικνώνεται, αν και δε μεταβάλλεται έντονα, και επιστρέφει στα επίπεδα του 2008.

Η πιο ενδιαφέρουσα όμως εξέλιξη αναφορικά με την εκμετάλλευση ευκαιρίας ως επιχειρηματικό κίνητρο σχετίζεται με το γεγονός ότι το 2010, για πρώτη φορά, η ανεξαρτησία κινητοποιεί μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων με κίνητρο την ευκαιρία (20,2%), ενώ η αύξηση του εισοδήματος που αποτελούσε, παραδοσιακά τον κινητήριο μοχλό αυτών των επιχειρηματιών στην Ελλάδα αφορά στο 18,6% (έναντι 26,8% το 2009). Φαίνεται, λοιπόν, πως ενισχύεται ο αριθμός των επιχειρηματιών που επιλέγουν την επιχειρηματική δραστηριοποίηση όχι απλώς για να βελτιώσουν τις χρηματικές τους απολαβές, αλλά για να λειτουργούν με μεγαλύτερη αυτονομία. Δεδομένης της υφιστάμενης κρίσης, θα μπορούσε να υποστηριχθεί πως η αυτονομία αποτελεί ενδεχομένως την απάντηση αυτών των ατόμων στην αβεβαιότητα και τις δυσχέρειες που επικρατούν στην αγορά εργασίας.

### **1.3. Χαρακτηριστικά νέων εγχειρημάτων**

Όπως έχει επισημανθεί και σε παλαιότερες εκθέσεις του IOBE, η ποσοτική αύξηση της

επιχειρηματικότητας δεν είναι πάντα ταυτόσημη της οικονομικής ανάπτυξης. Αντιθέτως, είναι περισσότερο επιθυμητή η ενίσχυση εκείνης της επιχειρηματικότητας που μπορεί να είναι βιώσιμη ακόμα και σε περιόδους πιστωτικής στενότητας και ύφεσης.

**Πίνακας 1.6**

Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων  
στις χώρες καινοτομίας κατά τομέα, 2010

	<i>Πρωτογενής τομέας</i>	<i>Βιομηχανική δραστηριότητα</i>	<i>Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις</i>	<i>Προϊόντα / υπηρεσίες προς καταναλωτές</i>
<b>Χώρες Α</b>	<b>11,8</b>	<b>20,5</b>	<b>6,1</b>	<b>61,6</b>
<b>Χώρες Β</b>	<b>10,0</b>	<b>21,1</b>	<b>9,8</b>	<b>59,2</b>
ΗΠΑ	3,8	17,4	33,9	44,8
<b>Ελλάδα</b>	<b>1,9</b>	<b>23,7</b>	<b>28,1</b>	<b>46,2</b>
Ολλανδία	3,6	12,5	46,6	37,3
Βέλγιο	12,3	13,8	33,5	40,4
Γαλλία	2,8	23,1	28,3	45,7
Ισπανία	4,3	21,4	25,7	48,6
Ιταλία	2,2	19,7	37,0	41,1
Ελβετία	9,3	8,0	39,9	42,8
Ην. Βασίλειο	2,0	22,9	29,5	45,5
Δανία	2,2	22,1	37,7	38,0
Σουηδία	3,1	8,2	43,3	45,4
Νορβηγία	7,0	15,3	39,7	38,0
Γερμανία	0,5	17,3	34,1	48,0
Αυστραλία	2,6	19,4	39,9	38,2
Ιαπωνία	5,5	19,1	27,4	48,0
Κορέα	0,0	20,6	15,6	63,9
Πορτογαλία	4,0	26,4	15,5	54,0
Ιρλανδία	5,4	27,9	30,7	36,0
Ισλανδία	5,7	30,4	33,3	30,6
Φινλανδία	10,6	20,3	28,3	40,8
Σλοβενία	1,7	25,3	41,6	31,4
Ισραήλ	0,9	20,3	26,9	51,9
<b>Χώρες Γ</b>	<b>4,2</b>	<b>19,8</b>	<b>32,6</b>	<b>43,5</b>
<b>Μ.Ο. GEM</b>	<b>6,7</b>	<b>20,3</b>	<b>19,1</b>	<b>53,8</b>

Πηγή: IOBE Επεξεργασία στοιχείων GEM

Η ανάγκη ανάπτυξης αυτού του είδους επιχειρηματικότητας εντείνεται από την τρέχουσα δυσχερή ατραπό στην οποία βρίσκεται η Ελλάδα. Θεωρείται, δηλαδή, εξαιρετικά σημαντική για την αναζωπύρωση της εγχώριας οικονομίας η προώθηση εκείνων των επιχειρήσεων που είναι καινοτόμες, επενδύουν στη γνώση και μπορούν να είναι διεθνώς ανταγωνιστικές, να συνεισφέρουν πιο δραστικά στην απασχόληση με νέες θέσεις εργασίας και τελικά να υπηρετήσουν τις ανάγκες μιας οικονομίας, βελτιώνοντας την ανταγωνιστικότητά της.

Για το λόγο αυτό, η έρευνα του GEM καταγράφει κάθε χρόνο, εκτός από τους γενικούς δείκτες της επιχειρηματικότητας ή τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία, και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των νέων εγχειρημάτων που εντοπίζονται, ώστε να εκτιμηθεί η «ποιότητά» τους.

### 1.3.1. Κλαδικά χαρακτηριστικά των νέων εγχειρημάτων

Όσον αφορά στη διάρθρωση των νέων εγχειρημάτων ανά κλάδο το 2010 (Πίνακας 1.5), διατηρούνται οι τάσεις παλαιότερων ετών: ο πρωτογενής τομέας και τα προϊόντα/υπηρεσίες προς καταναλωτές κυμαίνονται στα ίδια επίπεδα με το 2009 (1,9% και 46,2% αντιστοίχως). Έτσι, ακόμα και αν τα προϊόντα/ υπηρεσίες προς καταναλωτές απορροφούν, ως συνήθως, το υψηλότερο μερίδιο νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα, το ποσοστό αυτό έχει μειωθεί σημαντικά σε σύγκριση με προηγούμενα έτη (58,0% το 2008, 63,0% το 2006)<sup>8</sup>.

Επιπλέον, διατηρείται η αυξητική τάση του ποσοστού των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών προς άλλες επιχειρήσεις (28,1% από 15,2%). Η εξέλιξη αυτή κρίνεται ενθαρρυντική, μιας και αυτές οι 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. Εντούτοις, μιας και μέχρι το 2009 το ποσοστό αυτών των επιχειρήσεων έβαινε μειούμενο, θα πρέπει να επιβεβαιωθεί αυτή η νέα τάση σε επόμενες μετρήσεις.

**Πίνακας 1.7**

Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων κατά τομέα, Ελλάδα 2006-2010

	<i><b>Πρωτογενής τομέας</b></i>	<i><b>Βιομηχανική δραστηριότητα</b></i>	<i><b>Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις</b></i>	<i><b>Προϊόντα / υπηρεσίες προς καταναλωτές</b></i>
2006	0,8	23,0	12,7	63,5
2007	0,5	24,7	23,5	51,3
2008	3,0	23,2	15,3	58,5
2009	1,8	36,5	15,2	46,5
<b>2010</b>	<b>1,9</b>	<b>23,7</b>	<b>28,1</b>	<b>46,3</b>

Πηγή: IOBE Επεξεργασία στοιχείων GEM

Από την άλλη πλευρά, οι μεταποιητικές επιχειρήσεις φαίνεται να συρρικνώνονται ως

<sup>8</sup> Όπως συμβαίνει κάθε χρόνο, τα περισσότερα από αυτά τα εγχειρήματα είναι καταστήματα λιανικού εμπορίου, εστίασης, γυμναστήρια, κομμωτήρια και λογιστικά γραφεία. Μάλιστα, το 36,6% των επιχειρήσεων είναι ξενοδοχεία-εστιατόρια-catering (*horeca*) και λιανικού εμπορίου.

ποσοστό του συνόλου των επιχειρήσεων αρχικών σταδίων (23,7% έναντι 36,5% το 2009), επιστρέφοντας ουσιαστικά στα επίπεδα του 2008 (Πίνακας 1.7). Η αυξομείωση του σχετικού ποσοστού δεν επιτρέπει στην εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων όσον αφορά στο βαθμό που οι νέες επιχειρήσεις στην Ελλάδα εστιάζουν και σε άλλους κρίκους της «αλυσίδας αξίας» πέραν του τελικού προϊόντος, όπως συμβαίνει σταθερά τα τελευταία χρόνια. Βασικό στοιχείο της ανάλυσης των τάσεων θα πρέπει να αποτελεί, βέβαια, και η έντονη κρίση χρέους που αντιμετωπίζει η χώρα, οι αρνητικές επιδράσεις της οποίας στην «πραγματική οικονομία» είναι αδιαμφισβήτητες. Επίσης, θα πρέπει να σημειωθεί το αυξημένο ποσοστό του πρωτογενούς τομέα που φτάνει στο υψηλότερο ποσοστό της τελευταίας πενταετίας. Ενδιαφέρον αναμένεται να έχει η πορεία του εν λόγω δείκτη στις επόμενες μετρήσεις, λόγω της παρατηρούμενης «επιστροφής στη φύση» το τελευταίο έτος στην Ελλάδα, δηλαδή τη διεύρυνση του ενδιαφέροντος για ανάπτυξη επιχειρηματικών δράσεων στο πλαίσιο του πρωτογενούς τομέα.

### 1.3.2 Ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων

Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων συνιστούν αυτό που η έρευνα του GEM χαρακτηρίζει ως «προσδοκίες» (aspiration). Οι σχετικές ερωτήσεις της έρευνας ουσιαστικά αξιολογούν τις εντυπώσεις /θεωρήσεις των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων αναφορικά με τα αναπτυξιακά χαρακτηριστικά των εγχειρημάτων τους. Αν και οι απαντήσεις στα ερωτήματα αυτά μπορούν να θεωρηθούν ως υποκειμενικές αξιολογήσεις ή/και προσδοκίες των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, η διαχρονική καταγραφή αυτών των χαρακτηριστικών έχει αποδειχθεί χρήσιμη για την ανάδειξη της τυπολογίας των νέων εγχειρημάτων και των πλεονεκτημάτων / υστερήσεων που αυτά παρουσιάζουν.

Τα βασικά ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας τα οποία διερευνώνται στο πλαίσιο του GEM αφορούν:

- Στην καινοτομία των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων
- Στο επίπεδο της τεχνολογίας και των διεργασιών που θα χρησιμοποιηθούν στο συγκεκριμένο εγχείρημα
- Στην ένταση του ανταγωνισμού που οι ίδιοι οι επιχειρηματίες εκτιμούν ότι θα αντιμετωπίσουν
- Στο βαθμό εξωστρέφειας της συγκεκριμένης επιχειρηματικής πρωτοβουλίας (δηλαδή την ένταση στον εξαγωγικό της προσανατολισμό)
- Στις προοπτικές δημιουργίας νέας απασχόλησης στο εγχείρημα, όπως αυτές

προβλέπονται από τον επιχειρηματία, σε βάθος πενταετίας<sup>9</sup>.

Εξετάζοντας την εξέλιξη αυτών των δεικτών κατά τις τρεις τελευταίες έρευνες (2008, 2009 και 2010), παρατηρεί κανείς το διαφορετικό βαθμό επίπτωσης που φαίνεται να έχει η οικονομική κρίση σε κάθε χώρα που βασίζεται στην καινοτομία, παρά το γεγονός ότι οι χώρες αυτές βασίζονται στο ίδιο «μέσο» οικονομικής ανάπτυξης.

Αναλυτικότερα:

### ***1: προοπτικές δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας***

Η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας αποτελεί ένα από τα κυριότερα κριτήρια αξιολόγησης μιας επιχείρησης, όσον αφορά στη συμβολή της στη γενικότερη οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Έτσι, η έρευνα του GEM καταγράφει όχι μόνο τον τρέχοντα αριθμό εργαζομένων στις επιχειρήσεις, αλλά κυρίως εξετάζει τις προσδοκίες των επιχειρηματιών για δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Στο πλαίσιο αυτό, οι επιχειρήσεις καλούνται να αξιολογήσουν τη δυναμική του εγχειρήματός τους για τη δημιουργία τουλάχιστον 5, 6 έως 19 ή τουλάχιστον 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 αποκαλούνται στο πλαίσιο του GEM 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.

Είναι ενθαρρυντικό το γεγονός πως, παρά την κρίση χρέους που είχε οδηγήσει στην υπογραφή του Μνημονίου Ι με την Τρόικα ένα μόλις μήνα πριν τη διεξαγωγή της έρευνας του GEM, 4,4% των εγχώριων επιχειρήσεων αρχικών σταδίων προσδοκούν να αυξήσουν τις θέσεις εργασίας τους τουλάχιστον κατά 20, ενώ το 2009 καμία επιχείρηση δεν έκανε τέτοιου είδους προβλέψεις (Πίνακας 1.8). Στις υπόλοιπες κατηγορίες, επτά στις δέκα εγχώριες επιχειρήσεις αρχικών σταδίων προέβλεπαν τη δημιουργία έως πέντε νέων θέσεων εργασίας, και το 13,3% δήλωσε πως αναμένει 6-19 νέες θέσεις.

Πέρα από την ανάλυση των ετήσιων στοιχείων και με στόχο την αποτύπωση των επιδράσεων της κρίσης στους διάφορους δείκτες που περιγράφουν την επιχειρηματικότητα σε κάθε χώρα, το GEM εξέτασε την πορεία κάποιων ποιοτικών δεικτών κατά την τελευταία τριετία, οπότε και ξέσπασε η δίνη της -χρηματοπιστωτικής αρχικά, πλέον δημοσιονομικής-

---

<sup>9</sup> Προφανώς αυτά τα ποιοτικά χαρακτηριστικά δε συνιστούν τα μόνα κριτήρια «ποιοτικής» επιχειρηματικότητας, αλλά αυτά που μετρώνται στη συγκεκριμένη έρευνα.

κρίσης.

**Πίνακας 1.8**

Προοπτικές απασχόλησης στα νέα εγχειρήματα την επόμενη 5ετία, Ελλάδα  
(% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)

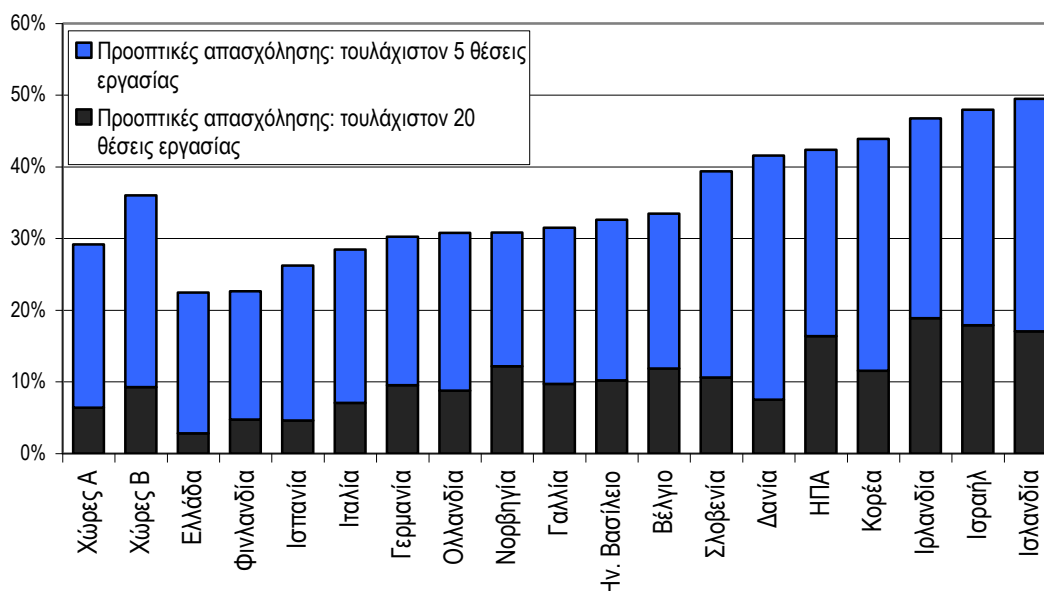
	Προοπτικές απασχόλησης: τουλάχιστον 20 θέσεις εργασίας	Προοπτικές απασχόλησης: 6 έως 19 θέσεις εργασίας
2007	2,9	19,9
2008	9,9	13,8
2009	0,0	7,4
<b>2010</b>	<b>4,4</b>	<b>13,3</b>

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Στο πλαίσιο αυτό, ο Πίνακας 1.9 και το Διάγραμμα 1.3 απεικονίζουν τις επιδόσεις των χωρών του GEM την περίοδο 2008-2010 όσον αφορά στις «γαζέλες». Γίνεται σαφές πως οι ελληνικές επιχειρήσεις αρχικών σταδίων καταγράφουν κατά μέσο όρο τις πλέον ισχνές προσδοκίες αναφορικά με τη δημιουργία τουλάχιστον 20 νέων θέσεων εργασίας (2,8%). Τούτο σημαίνει, πως οι ελληνικές επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από πολύ συγκρατημένες εκτιμήσεις αναφορικά με τη δημιουργία σημαντικού αριθμού νέων θέσεων εργασίας (και άρα ανάπτυξης) κατά την προηγούμενη τριετία, συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες καινοτομίας.

**Διάγραμμα 1.3**

Προοπτικές απασχόλησης στα νέα εγχειρήματα, 2008-2010



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

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

**Πίνακας 1.9**

Προοπτικές απασχόλησης στα νέα εγχειρήματα (μέσος όρος περιόδου 2008-2010)  
(% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)

Χώρες	Προοπτικές απασχόλησης: τουλάχιστον 20 θέσεις εργασίας	Προοπτικές απασχόλησης: 5 έως 19 θέσεις εργασίας
<b>Χώρες Α</b>	<b>6,4</b>	<b>22,8</b>
<b>Χώρες Β</b>	<b>9,2</b>	<b>26,8</b>
<b>Ελλάδα</b>	<b>2,8</b>	<b>19,6</b>
Φινλανδία	4,8	17,9
Ισπανία	4,6	21,6
Ιταλία	7,1	21,4
Γερμανία	9,5	20,7
Ολλανδία	8,8	22,0
Νορβηγία	12,2	18,6
Γαλλία	9,7	21,8
Ην. Βασίλειο	10,2	22,4
Βέλγιο	11,9	21,6
Σλοβενία	10,6	28,8
Δανία	7,5	34,0
ΗΠΑ	16,4	26,0
Κορέα	11,6	32,3
Ιρλανδία	18,9	27,9
Ισραήλ	17,9	30,1
Ισλανδία	17,1	32,4
<b>Χώρες Γ</b>	<b>10,7</b>	<b>24,7</b>
<b>Μ.Ο. GEM</b>	<b>8,8</b>	<b>24,9</b>

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

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM Global Report 2010

Στην ερμηνεία αυτού του αποτελέσματος δε θα πρέπει, βέβαια, να παραληφθεί το γεγονός πως η πλειοψηφία των επιχειρήσεων στην Ελλάδα εξακολουθεί και απασχολεί πολύ μικρό αριθμό εργαζομένων (έως 5 θέσεις εργασίας στο 71,4% των επιχειρήσεων που προσεγγίστηκαν) και επομένως είναι αναμενόμενο, σε ένα βαθμό, να μην αναμένεται ραγδαία διόγκωσή τους σε όρους απασχόλησης, ακόμα και σε περιόδους οικονομικής ανάπτυξης.

## **2: βαθμός καινοτομίας προϊόντος**

Η καινοτομία θεωρείται μια έννοια στενά συνδεδεμένη με την επιχειρηματικότητα, τόσο από σημαντικούς θεωρητικούς του πεδίου όπως ο Joseph Schumpeter, όσο και από σύγχρονους ερευνητές, επιχειρηματίες και διαμορφωτές πολιτικής. Υπό αυτό το πρίσμα, διαχρονικά και σε όλες τις έρευνες του GEM υπογραμμίζεται το γεγονός ότι κεντρικό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας δε διαδραματίζει η επιχειρηματικότητα γενικά, αλλά ειδικότερα εκείνο το είδος επιχειρηματικότητας που μπορεί να ωθήσει τον ανταγωνισμό, την

καινοτομία και την απασχόληση.

Το 2010, όπως κάθε χρόνο, η έρευνα του GEM εξετάζει και τη νεωτερικότητα των προϊόντων/ υπηρεσιών που προσφέρουν ή αναμένεται να προσφέρουν οι νέες επιχειρήσεις, παράγοντας αποτίμησης της καινοτομικότητας των επιχειρήσεων. Το σχετικό ερώτημα εξετάζει το ποσοστό των πελατών που, σύμφωνα πάντα με τις εκτιμήσεις των επιχειρηματιών, αναμένεται να θεωρήσουν το προϊόν/την υπηρεσία νέο/α.

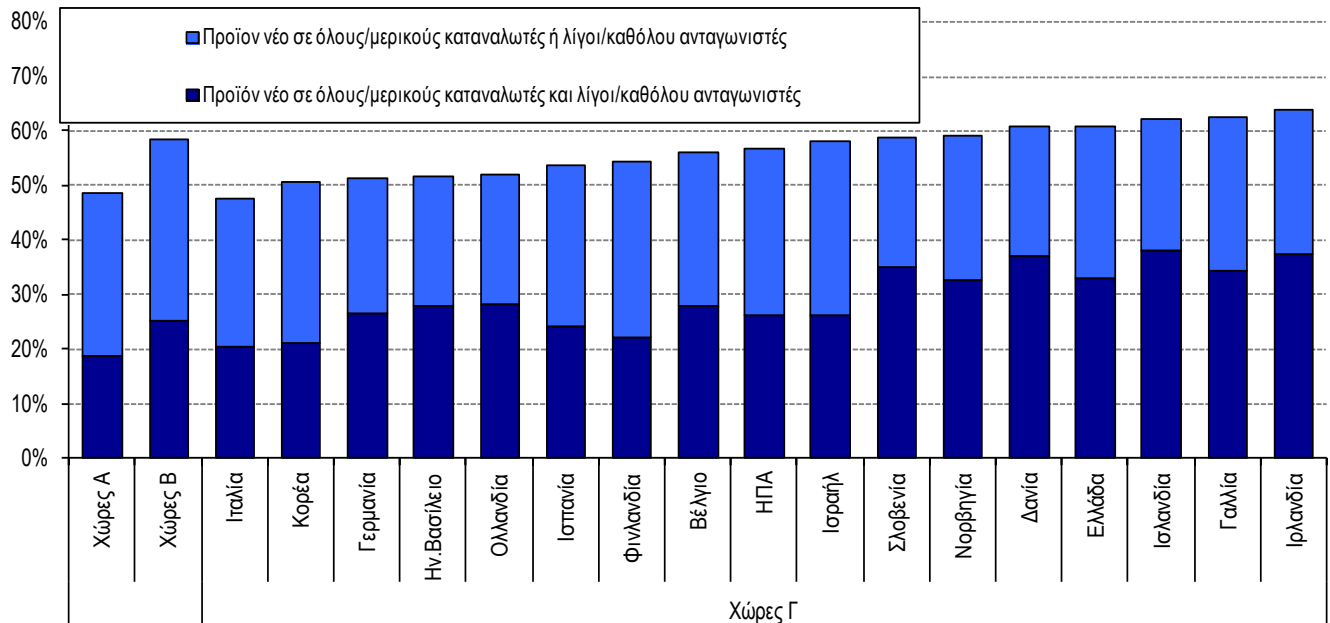
Δυστυχώς, τα σχετικά αποτελέσματα παραμένουν στα επίπεδα του 2009: Μόλις το 13% περίπου των επιχειρήσεων αρχικών σταδίων κρίνουν πως τα προϊόντα / υπηρεσίες που (θα) προσφέρουν είναι εντελώς νέα για όλους τους πελάτες στους οποίους (θα) απευθύνονται, ενώ σχεδόν δύο στις τρεις επιχειρήσεις θεωρούν πως τα προϊόντα/οι υπηρεσίες τους δε θα αποτελέσουν καινοτομία/πρωτοτυπία για κανέναν πελάτη. Η Ελλάδα υστερεί σε σχέση με τις χώρες καινοτομίας και τις χώρες του GEM κατά μέσο όρο, όσον αφορά στις επιχειρήσεις με εντελώς καινοτόμα προϊόντα. Ταυτόχρονα όμως, στην Ελλάδα καταγράφεται μικρότερο ποσοστό επιχειρήσεων με προϊόντα/υπηρεσίες χωρίς καμία καινοτομία/πρωτοτυπία από ό,τι στις χώρες αυτές.

### ***3: ένταση ανταγωνισμού***

Συμπληρωματικό της νεωτερικότητας του προϊόντος είναι και το ερώτημα της έρευνας του GEM που αφορά στο κατά πόσο οι επιχειρηματίες θεωρούν ότι εισέρχονται σε μία πραγματικά νέα αγορά όπου δεν υπάρχει κανένας άλλος ανταγωνιστής. Μία στις δέκα εγχώριες επιχειρήσεις αρχικών σταδίων θεωρούν πως έχουν δημιουργήσει/θα δημιουργήσουν μια νέα νησίδα αγοράς. Αν και το ποσοστό αυτό είναι διευρυμένο συγκριτικά με το 2009 (7,2%), η επίδοση κατατάσσει την Ελλάδα στην τρίτη χαμηλότερη θέση ανάμεσα στις καινοτόμες οικονομίες. Αντιθέτως, πάνω από το 55% των επιχειρήσεων εισέρχεται ή λειτουργεί ήδη σε μια αγορά με πολλούς ανταγωνιστές όπου τα εμπόδια εισόδου είναι προφανώς χαμηλά.

Εντούτοις, ελπιδοφόρα είναι η επίδοση της χώρας στο συνδυαστικό δείκτη που εξετάζει το GEM και απεικονίζεται στο Διάγραμμα 1.4: ως μέτρο της νεωτερικότητας μιας επιχείρησης χρησιμοποιείται ο συγκερασμός της αποδοχής του προϊόντος/υπηρεσίας από τους πελάτες ως καινοτόμο/α, *και* η έναρξη/λειτουργία της επιχείρησης πραγματοποιείται σε μια νέα αγορά. Παρ' όλο που οι επιδόσεις των Σκανδιναβικών χωρών και της Ιρλανδίας για την περίοδο 2008-2010 είναι κατά μέσο όρο ευνοϊκότερες, η Ελλάδα βρίσκεται στην 5<sup>η</sup> θέση ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας, γεγονός εξαιρετικά ενθαρρυντικό.

**Διάγραμμα 1.4**  
**Καινοτομία στην Επιχειρηματικότητα Αρχικών Σταδίων (2008-2010)**



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

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

#### 4: βαθμός εξωστρέφειας

Η έντονη εξωστρέφεια θεωρείται ένα από τα σημαντικότερα γνωρίσματα των καινοτόμων ή/και ταχέως αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων. Το 2010, καταγράφεται ύφεση στην ένταση του εξαγωγικού προσανατολισμού των εγχώριων επιχειρήσεων. Σχεδόν οι μισές επιχειρήσεις συναλλάσσονται μόνο με εγχώριους πελάτες, ενώ μόλις δύο στις πέντε διατηρούν το πολύ το ¼ του πελατολογίου τους εκτός συνόρων. Ισχυρή εξαγωγική δραστηριότητα εμφανίζει το 4,8% των επιχειρήσεων αυτών, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό του 2009 δεν ξεπερνούσε το 6,6%. Επιπλέον και συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες που βασίζονται στην καινοτομία, η Ελλάδα απέχει παρασάγγας από χώρες όπως η Νορβηγία, η Ισλανδία και η Σλοβενία που καταγράφουν τις υψηλότερες σχετικές επιδόσεις (Πίνακας 1.10). Ενδιαφέρον αναμένεται να έχουν τα αποτελέσματα του 2011, μιας και οι εξαγωγές των ελληνικών επιχειρήσεων έχουν καταγράψει σημαντική άνοδο, όπως σημειώνεται και σε σχετικές μελέτες του IOBE<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> IOBE, Η Ελληνική Οικονομία, Σεπτέμβριος 2011

Πίνακας 1.10

Εξαγωγικός προσανατολισμός (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων), 2010

Χώρες	Μόνο εγχώριοι πελάτες	<25% των πελατών βρίσκονται στο εξωτερικό	26-75% των πελατών βρίσκονται στο εξωτερικό	76-100% των πελατών βρίσκονται στο εξωτερικό
<b>Χώρες Α</b>	<b>71,5</b>	<b>18,5</b>	<b>7,3</b>	<b>2,7</b>
<b>Χώρες Β</b>	<b>56,2</b>	<b>29,4</b>	<b>9,6</b>	<b>4,8</b>
ΗΠΑ	19,2	68,6	6,0	6,3
<b>Ελλάδα</b>	<b>49,3</b>	<b>40,7</b>	<b>5,2</b>	<b>4,8</b>
Ολλανδία	50,1	34,8	9,7	5,4
Βέλγιο	28,2	46,5	14,4	10,8
Γαλλία	42,0	44,6	8,9	4,6
Ισπανία	72,9	21,2	3,4	2,4
Ιταλία	50,0	36,9	11,0	2,1
Ελβετία	23,8	50,7	16,4	9,1
Ην. Βασίλειο	56,3	21,0	17,5	5,2
Δανία	70,9	17,8	6,8	4,5
Σουηδία	16,2	73,4	6,9	3,5
Νορβηγία	29,5	51,9	6,3	12,3
Γερμανία	35,4	50,8	6,3	7,5
Αυστραλία	35,9	54,1	5,3	4,7
Ιαπωνία	79,2	15,2	4,2	1,3
Κορέα	55,3	31,4	10,7	2,6
Πορτογαλία	37,6	50,6	2,3	9,5
Ιρλανδία	36,2	41,2	12,6	10,0
Ισλανδία	19,5	50,4	14,2	16,0
Φινλανδία	65,7	20,0	5,2	9,0
Σλοβενία	38,3	39,2	8,7	13,7
Ισραήλ	42,1	40,4	8,2	9,3
<b>Χώρες Γ</b>	<b>43,3</b>	<b>41,0</b>	<b>8,6</b>	<b>7,0</b>
<b>Μ.Ο. GEM</b>	<b>54,7</b>	<b>31,4</b>	<b>8,7</b>	<b>5,2</b>

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

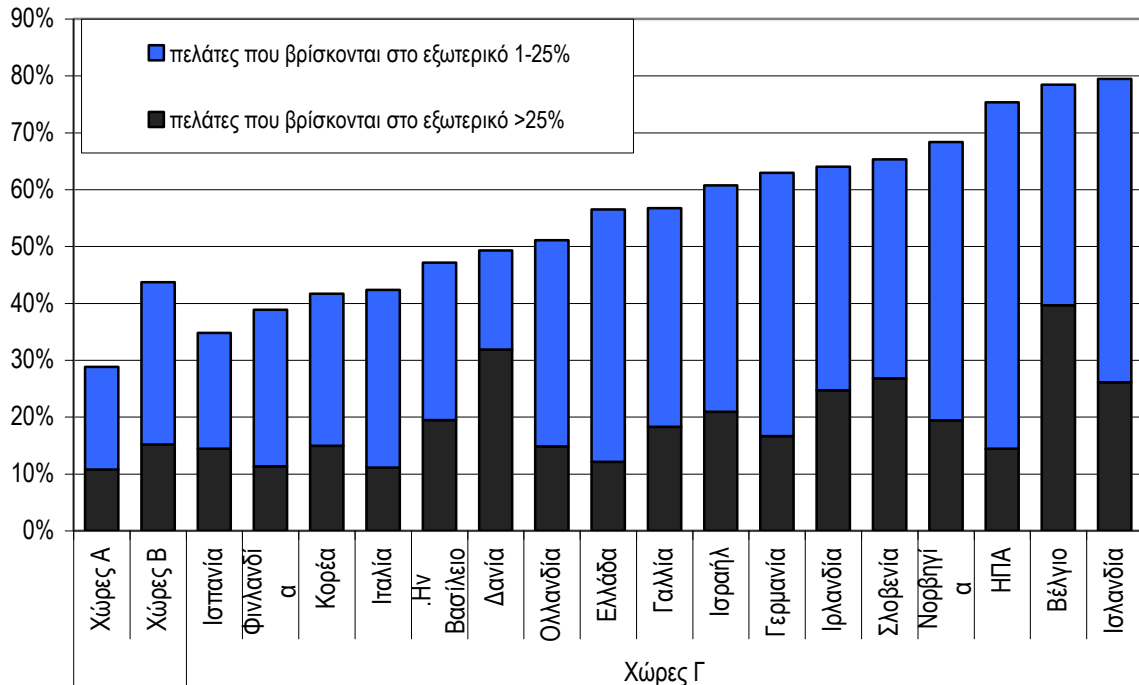
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Το Διάγραμμα 1.5 απεικονίζει το μέσο όρο για την περίοδο 2008-2010 του ποσοστού των επιχειρήσεων ανά χώρα καινοτομίας, (καθώς και τους μέσους όρους για τις άλλες δύο κατηγορίες οικονομιών), όσον αφορά στις επιχειρήσεις που έχουν λιγότερο από ¼ των πελατών τους στο εξωτερικό και αυτών που υπερβαίνουν το όριο του 25%. Τα υψηλότερα ποσοστά στις χώρες καινοτομίας καταγράφονται για το Βέλγιο και την Ισλανδία, γεγονός που υπογραμμίζει πως η ένταση του διεθνούς εμπορίου μιας χώρας διευκολύνεται από τη γεωγραφική της θέση, αλλά και επιβάλλεται κατά κάποιον τρόπο, εάν αυτή βρίσκεται σε σχετική γεωγραφική απομόνωση. Οι επιδόσεις της Ελλάδας απέχουν σημαντικά από τις πρωτοπόρες χώρες, με τις αιτίες να αφορούν ποικίλες πτυχές του τρόπου οργάνωσης της οικονομίας, της διοίκησης, της σχετικής νομοθεσίας, ακόμα και της νοοτροπίας με την οποία εμφορείται μέρος του επιχειρηματικού κόσμου. Σαφώς, επιβαρυντικός παράγοντας είναι το

μικρό μέγεθος της συντριπτικής πλειοψηφίας των ελληνικών επιχειρήσεων που ελλείπει σχετικής οργάνωσης/συνεταιρισμού στρέφονται αποκλειστικά στην ικανοποίηση της εγχώριας ζήτησης.

**Διάγραμμα 1.5**

Ποσοστό επιχειρηματιών αρχικών σταδίων με εξαγωγικό προσανατολισμό, 2008-2010



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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

### 5: επίπεδο της τεχνολογίας.

Η χρήση νέων τεχνολογιών/ διαδικασιών στις επιχειρήσεις αρχικών σταδίων θεωρείται ένα ακόμα σημαντικό κριτήριο αξιολόγησης της «ποιότητας» της επιχειρηματικότητας σε μια χώρα. Επιπλέον, δεδομένης της διαπερατότητας της τεχνολογικής προόδου σε όλους τους οικονομικούς τομείς, οι επιδόσεις των εγχώριων επιχειρήσεων θα πρέπει να λαμβάνονται υπ' όψη στη διαμόρφωση των σχετικών στρατηγικών, έτσι ώστε να διευκολύνεται και να ωθείται η επικαιροποίηση του υλικοτεχνικού εξοπλισμού, η δικτύωση των επιχειρήσεων κτλ.

Οι σχετικές επιδόσεις των επιχειρήσεων αρχικών σταδίων στην Ελλάδα είναι εντυπωσιακές: πάνω από το 1/3 αυτών δηλώνει πως χρησιμοποιεί τεχνολογίες που είναι διαθέσιμες στην αγορά λιγότερο από ένα έτος (Πίνακας 1.11α), όταν το αντίστοιχο ποσοστό το 2009 μόλις που ξεπερνούσε το 10% το 2009 και το 22% το 2008. Αντιστοίχως, η μεταστροφή αυτή αντικατοπτρίζεται μερικώς και στο ποσοστό αυτών που αρκούνται στη χρήση παλαιάς τεχνολογίας (54,7%, έναντι 58,1% το 2009 και 59,4% το 2008).

Θα πρέπει να υπογραμμισθεί επίσης, πως οι επιχειρήσεις αρχικών σταδίων που δήλωσαν

το 2010 πως χρησιμοποιούν εντελώς νέες τεχνολογίες δραστηριοποιούνται κυρίως στο λιανικό εμπόριο/ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις και στους τομείς υγείας/εκπαίδευσης/κοινωνικών υπηρεσιών. Τούτο μπορεί να αποδοθεί στην, ούτως ή άλλως, σημαντική παρουσία των κλάδων αυτών στην ελληνική οικονομία, αλλά ενδεχομένως υπογραμμίζει και τον εκσυγχρονισμό σημαντικού μέρους των εγχώριων επιχειρήσεων, εξέλιξη που μόνο θετικά μπορεί να εκληφθεί.

**Πίνακας 1.11α**

Ποσοστό νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που χρησιμοποιεί νέες τεχνολογίες / διαδικασίες (2010)

Χώρες	Εντελώς νέες τεχνολογίες	Νέες τεχνολογίες	Παλαιότερες
<b>Χώρες Α</b>	<b>17,3</b>	<b>18,4</b>	<b>64,3</b>
<b>Χώρες Β</b>	<b>13,9</b>	<b>17,1</b>	<b>69,0</b>
ΗΠΑ	7,4	23,2	69,4
<b>Ελλάδα</b>	<b>34,7</b>	<b>10,6</b>	<b>54,7</b>
Ολλανδία	7,6	16,9	75,5
Βέλγιο	12,1	16,2	71,7
Γαλλία	18,3	18,8	62,9
Ισπανία	7,5	16,8	75,7
Ιταλία	11,3	16,3	72,4
Ελβετία	7,2	12,6	80,2
Ην. Βασίλειο	6,0	21,5	72,5
Δανία	4,9	18,5	76,6
Σουηδία	7,4	17,7	74,9
Νορβηγία	10,3	16,7	73,0
Γερμανία	5,8	13,2	81,0
Αυστραλία	7,8	14,6	77,6
Ιαπωνία	6,7	18,8	74,5
Κορέα	2,7	15,2	82,1
Πορτογαλία	11,8	20,1	68,0
Ιρλανδία	6,6	13,0	80,4
Ισλανδία	13,7	19,8	66,5
Φινλανδία	11,5	8,5	79,9
Σλοβενία	10,8	19,6	69,5
Ισραήλ	21,8	10,0	68,2
<b>Χώρες Γ</b>	<b>10,6</b>	<b>16,3</b>	<b>73,1</b>
<b>Μ.Ο. GEM</b>	<b>13,4</b>	<b>17,1</b>	<b>69,6</b>

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

**Πίνακας 1.11β**

Ποσοστό νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που χρησιμοποιεί νέες τεχνολογίες / διαδικασίες Ελλάδα (2007-2010)

	<b>Εντελώς νέες τεχνολογίες</b>	<b>Νέες τεχνολογίες</b>	<b>Παλαιότερες</b>
2007	8,3	13,8	77,9
2008	22,7	17,9	55,4
2009	10,3	31,6	58,1
<b>2010</b>	<b>34,7</b>	<b>10,6</b>	<b>54,7</b>

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Παρατηρώντας τα στοιχεία του Πίνακα 1.11β, μπορεί να υποστηριχθεί πως σταδιακά, συρρικνώνεται το ποσοστό των επιχειρήσεων που βασίζονται σε παλαιές τεχνολογίες/τεχνολογικούς εξοπλισμούς και οι ελληνικές επιχειρήσεις απορροφούν ολοένα και περισσότερο τις τρέχουσες τεχνολογικές κατακτήσεις. Ταυτόχρονα, όσον αφορά στις επιδόσεις του 2010, αν και ενθαρρυντικές, θα πρέπει να επαναληφθούν και στις επόμενες μετρήσεις για να θεωρηθούν ως εναρκτήριες μιας νέας τάσης, παρά ένα συγκυριακό γεγονός.

#### **1.4 Χρηματοδότηση νέων εγχειρημάτων**

Ο τρόπος χρηματοδότησης των νέων εγχειρημάτων συνιστά ένα διαχρονικό πεδίο ανάλυσης για το σχεδιασμό επιχειρηματικών πολιτικών, μιας και η πρόσβαση σε χρηματοδότηση αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα ζητήματα στην εκδήλωση επιχειρηματικότητας. Ειδικότερα σε μια χρονική περίοδο όπου ο τραπεζικός δανεισμός προς τις επιχειρήσεις περιορίζεται ακόμα περισσότερο, οι εναλλακτικοί τυπικοί και άτυποι μηχανισμοί που αναπτύσσονται (εφόσον αναπτύσσονται) έχουν εξαιρετικό ενδιαφέρον.

Το ποσοστό των άτυπων επενδυτών<sup>11</sup> στην Ελλάδα το 2010 αποτυπώνει πλήρως το πρόβλημα ρευστότητας και άντλησης τραπεζικού δανεισμού που άρχισε να διαφαίνεται

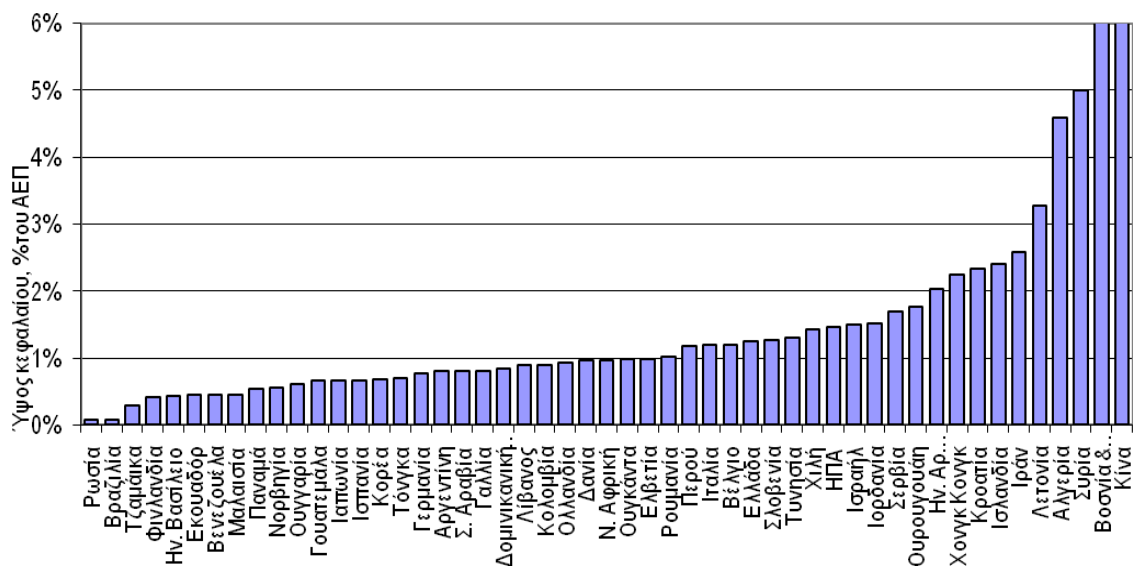
<sup>11</sup> Υπενθυμίζεται εδώ πως, σύμφωνα με τη μεθοδολογία του GEM, «άτυπος επενδυτής» θεωρείται το άτομο το οποίο δηλώνει ότι έχει χρηματοδοτήσει κατά την τελευταία τριετία με προσωπικά κεφάλαια την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας από κάποιον άλλον, χωρίς δηλαδή ο ίδιος να γίνεται ιδιοκτήτης μεριδίου ή να ασκεί διευθυντικά καθήκοντα στο νέο εγχείρημα. Ουσιαστικά, πρόκειται για την απόδοση στα ελληνικά του όρου "informal investor". Σε αυτού του τύπου τη χρηματοδότηση δεν περιλαμβάνονται ενέργειες όπως η πιθανή αγορά μετοχών μιας επιχείρησης ή αμοιβαίων κεφαλαίων.

ξεκάθαρα το 2010. Το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 που δηλώνει πως έχει χρηματοδοτήσει κατά την τελευταία τριετία με προσωπικά κεφάλαια ένα νέο εγχείρημα που ξεκίνησε κάποιος άλλος φτάνει το 5,3%, που αποτελεί *ιστορικό υψηλό* για τον εν λόγω δείκτη, μιας και το 2009 το ποσοστό έφτανε το 2,3% και το 2008 μόλις το 1,8%.

Αναλλοίωτη παραμένει η σύνδεση ανάμεσα στα μέλη του συγγενικού περιβάλλοντος: Διαχρονικά στην Ελλάδα, οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων αντλούν αρχικό κεφάλαιο από συγγενικά τους πρόσωπα, φαινόμενο που μάλλον εντείνεται καθώς βαθαίνει η οικονομική κρίση και συρρικνώνεται η ένταση και η συχνότητα του τραπεζικού δανεισμού. Έτσι, σχεδόν ένας στους δύο άτυπους επενδυτές ανήκε στην οικογένεια του επιχειρηματία (40% το 2009), ενώ το 27% χαρακτηρίζεται ως φίλος ή γείτονας. Το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών των άτυπων επενδυτών δηλώνει πως δεν αναμένει κέρδος από την επένδυσή του αυτή, γεγονός που ερμηνεύεται από την οικογενειακή σχέση μεταξύ των δύο μερών. Επομένως, κοινωνικά παρά αμιγώς οικονομικά κίνητρα βρίσκονται πίσω από τέτοιες επενδύσεις.

### Διάγραμμα 1.6

Ύψος κεφαλαίου από «άτυπους επενδυτές» ως % του ΑΕΠ, (2010)



Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2****ΤΟ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ****2.1 Εισαγωγή**

Η αποκρυστάλλωση του προφίλ του μέσου επιχειρηματία αρχικών σταδίων είναι πάντοτε ιδιαίτερα σημαντική, μιας και μπορεί να αναδείξει εκείνες τις ομάδες πληθυσμού που είναι περισσότερο ή λιγότερο ενεργές στην επιχειρηματικότητα, λειτουργώντας με αυτόν τον τρόπο επικουρικά προς το σχεδιασμό καταλληλότερων πολιτικών.

Εκτός, από την παρουσίαση του δημογραφικού προφίλ του επιχειρηματία αρχικών σταδίων στην Ελλάδα, στο παρόν κεφάλαιο εξετάζονται και οι απόψεις των πολιτών αναφορικά με την επιχειρηματικότητα, υπό το πρίσμα τόσο προσωπικών τους χαρακτηριστικών, όσο και ευρύτερων πολιτισμικών χαρακτηριστικών.

Τα προσωπικά χαρακτηριστικά που εξετάζονται αφορούν: α) στην εξοικείωση του ατόμου με πρότυπα επιχειρηματικής δραστηριότητας, την ύπαρξη δηλαδή κάποιου προσώπου στο άμεσο συγγενικό / φιλικό περιβάλλον του που ξεκίνησε πρόσφατα μία επιχείρηση, β) στο επίπεδο αυτοπεποίθησής του, είτε σε επίπεδο γνώσεων / ικανοτήτων για την έναρξη μιας επιχείρησης, είτε γ) σε επίπεδο φόβου αποτυχίας, ως αποτρεπτικού παράγοντα για την εκδήλωση επιχειρηματικής συμπεριφοράς και τέλος δ) στην ύπαρξη πιθανών επιχειρηματικών ευκαιριών στο κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον στο οποίο κινείται, την άποψή του δηλαδή για την τρέχουσα επιχειρηματική συγκυρία. Η εμπειρική έρευνα έχει δείξει ότι, ο ρόλος αυτών των προσωπικών χαρακτηριστικών είναι εξαιρετικά σημαντικός και μπορεί να επηρεάσει το βαθμό εκδήλωσης επιχειρηματικότητας σε μία χώρα<sup>12</sup>. Θεωρείται, για παράδειγμα, ότι όταν τα άτομα συναναστρέφονται άλλους (επιτυχημένους) επιχειρηματίες αντλούν ιδέες και συμβουλές από τους τελευταίους, με αποτέλεσμα να ενισχύεται η αυτοπεποίθησή τους για τις ικανότητές τους, χωρίς προφανώς να έχουν μεταβληθεί οι πραγματικές τους δεξιότητες. Η τάση αυτή ισχυροποιείται, μάλιστα, όταν το οικονομικό κλίμα είναι ευνοϊκό.

Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με την εξέταση κάποιων πολιτισμικών χαρακτηριστικών, τα οποία θεωρούνται αντιπροσωπευτικά των κοινωνικών αντιλήψεων αναφορικά με την επιχειρηματικότητα που επικρατούν σε κάθε χώρα. Μιας και η ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι αποτέλεσμα σκέψης και σχεδιασμού, οι κοινωνικές νόρμες και αντιλήψεις

<sup>12</sup> Σχετική οικονομετρική εργασία έχει παρουσιαστεί άλλωστε και σε προηγούμενη έκθεση του IOBE (βλ. Ιωαννίδης & Τσακανίκας, 2006).

για την επιχειρηματικότητα στο ευρύτερο περιβάλλον που κινείται ο επίδοξος/ νέος επιχειρηματίας κρίνονται ως καθοριστικές για την εμφάνιση και άνθηση της επιχειρηματικότητας. Μάλιστα, η επίδραση των κοινωνικών αντιλήψεων και νοοτροπιών στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας έχει υποστηριχθεί και αποδειχθεί εμπειρικά από σημαντικούς εκπροσώπους της σχετικής βιβλιογραφίας, όπως ο Geert Hofstede<sup>13</sup>.

## 2.2 Η εξέλιξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας

Παραδοσιακά, οι άντρες είναι περισσότερο ενεργοί επιχειρηματικά από ό,τι οι γυναίκες, φαινόμενο που απαντάται στη συντριπτική πλειοψηφία των χωρών του GEM, ειδικότερα στις χώρες που δίνουν έμφαση στην καινοτομία. Η αντίστροφη εικόνα αφορά χώρες, οι οικονομίες των οποίων βασίζονται στους χαμηλού κόστους παραγωγικούς συντελεστές και ιδιαίτερα στην Λατινική Αμερική.

**Πίνακας 2.1**

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

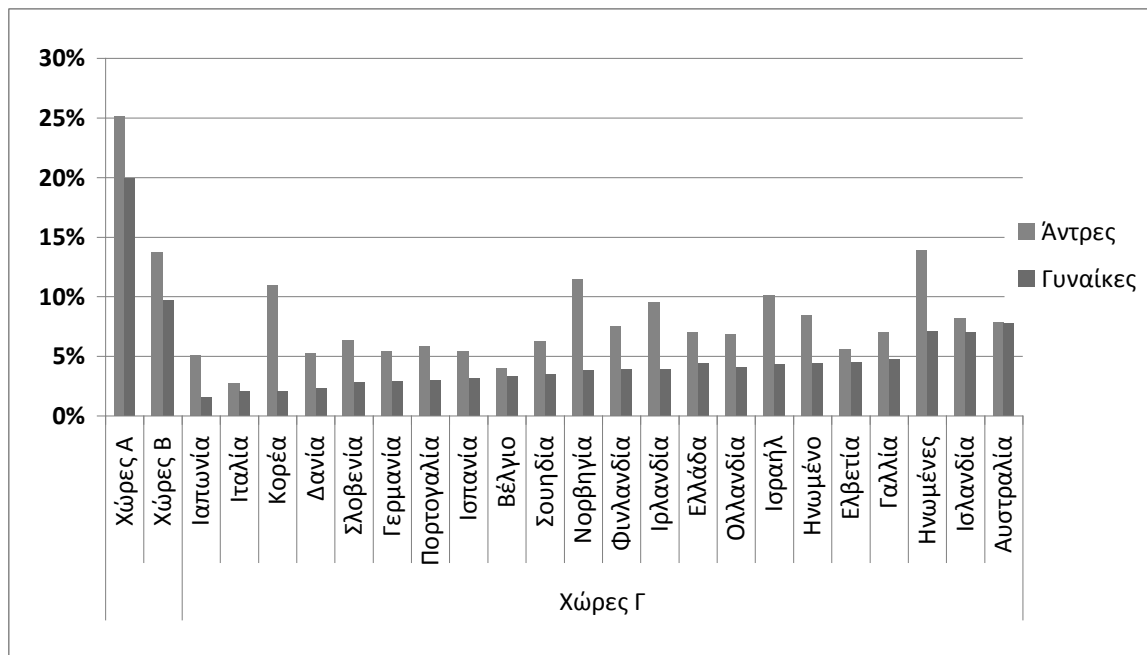
	<b>Γυναικεία επιχειρηματικότητα</b>
2006	4,7
2007	3,5
2008	7,7
2009	6,0
<b>2010</b>	<b>3,7</b>
<b>Μέσος όρος</b>	<b>5,1</b>

Πηγή: GEM, Επεξεργασία στοιχείων IOBE

Στην Ελλάδα, το 2010, το 3,7% του πληθυσμού 18-64 ετών ήταν γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων (Πίνακας 2.1). Το εν λόγω ποσοστό κατατάσσει την Ελλάδα στην 8<sup>η</sup> θέση ανάμεσα στις χώρες που βασίζονται στην καινοτομία. Εντούτοις, είναι ενθαρρυντικό το γεγονός ότι το μερίδιο της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως ποσοστό του συνολικού δείκτη επιχειρηματιών αρχικών σταδίων αυξήθηκε οριακά συγκριτικά με το 2009 (34,9% έναντι 34% το 2009 και 39% το 2008), παρά τις επιπτώσεις της κρίσης χρέους στην πραγματική οικονομία.

<sup>13</sup> McGrath et al. (1992)

**Διάγραμμα 2.1**  
Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων με βάση το φύλο  
(% ατόμων ηλικίας 18-64 ετών, 2010)



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

Η αποκρυστάλλωση του προφίλ της γυναίκας επιχειρηματία αρχικών σταδίων στην Ελλάδα το 2010 διαμορφώνεται μέσω της σύγκρισης με τα αντίστοιχα χαρακτηριστικά του άνδρα επιχειρηματία. Η ανδρική επιχειρηματικότητα χρησιμοποιείται ως πρότυπο σύγκρισης (benchmark) λόγω του ότι η επιχειρηματικότητα υπήρξε ιστορικά ανδροκρατούμενη.

Το κίνητρο για την είσοδο στον επιχειρηματικό στίβο αποτελεί διαχρονικά και σε όλα τα στάδια οικονομικής ανάπτυξης τον παράγοντα που διαφοροποιεί σημαντικά τη γυναικεία από την ανδρική επιχειρηματικότητα: οι γυναίκες δηλώνουν σε μεγαλύτερο ποσοστό ως κίνητρό τους την ανάγκη, σε αντίθεση με τους άνδρες, οι περισσότεροι των οποίων φαίνεται να αναγνωρίζουν και να εκμεταλλεύονται επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Εντούτοις, τα αποτελέσματα της έρευνας του 2010 (Πίνακας 2.2 και Διάγραμμα 2.2) υπογραμμίζουν σημαντικές αποκλίσεις ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας, αναφορικά με το κύριο κίνητρο ανδρών και γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων. Πιο συγκεκριμένα, στο 1/2 των χωρών αυτών η επιχειρηματικότητα ανάγκης των ανδρών, ως ποσοστό της ανδρικής επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, είναι εντονότερη από ό,τι η αντίστοιχη για τις γυναίκες. Οι μεγαλύτερες διαφορές μεταξύ των δύο ποσοστών απαντώνται στην Κορέα και την Γαλλία.

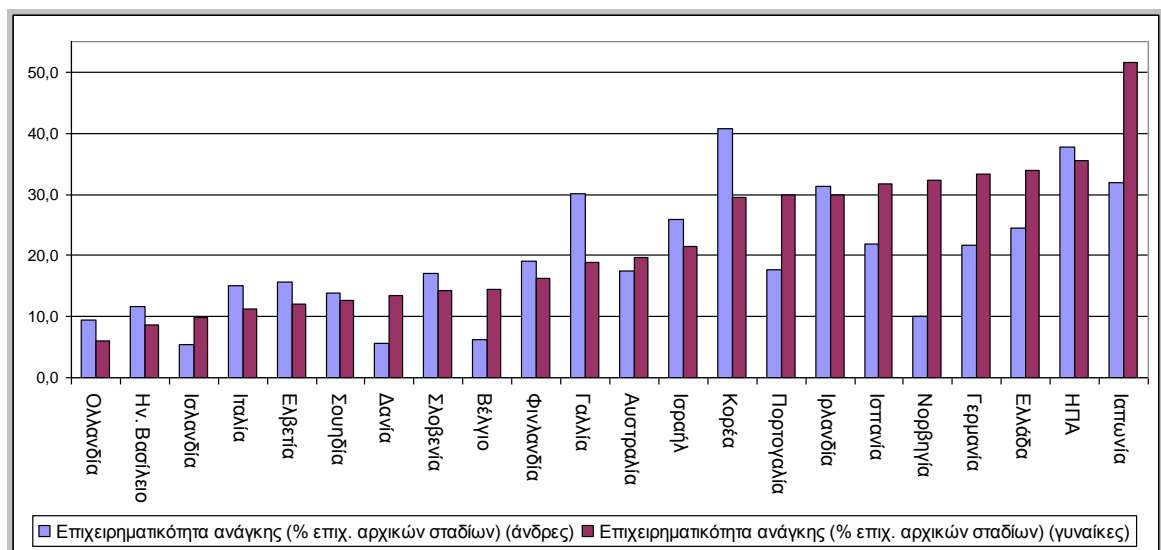
Η Ελλάδα δεν ανήκει σε αυτή την κατηγορία. Η ανάγκη ως κίνητρο για τις γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων όχι μόνο είναι πιο έντονη, αλλά το σχετικό ποσοστό είναι το δεύτερο μεγαλύτερο ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας, με πρώτη την Ιαπωνία. Παρ' όλ' αυτά, η

ανάγκη φαίνεται να κινητοποιήσει το 2010 πάνω από το 30% των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων και στην Πορτογαλία και την Ισπανία, όπου η οικονομική κρίση είχε ήδη δυσμενείς επιπτώσεις στην πραγματική οικονομία. Παρ' όλ' αυτά, θα πρέπει να σημειωθεί πως σημαντικά ποσοστά επιχειρηματικότητας ανάγκης για τις γυναίκες καταγράφονται και σε χώρες που δεν αντιμετωπίζουν οικονομικές/δημοσιονομικές προκλήσεις, όπως στην Γερμανία και την Νορβηγία, με την τελευταία να καταγράφει το ευρύτερο χάσμα μεταξύ του ποσοστού ανδρών και αυτού των γυναικών που κινητοποιούνται από ανάγκη (περίπου 10% των ανδρών έναντι 32% των γυναικών).

Παρά αυτή τη δυσάρεστη «διάκριση» της Ελλάδας, η επίδοση του 2010 μπορεί να θεωρηθεί μη αναμενόμενη: δεδομένου ότι τα προηγούμενα έτη το ποσοστό των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που κινητοποιούνταν από την ανάγκη ήταν ακόμα υψηλότερο (34% το 2009 και 39% το 2008), θα περίμενε κανείς ότι οι επιπτώσεις της κρίσης θα διόγκωναν περαιτέρω το εν λόγω ποσοστό.

### Διάγραμμα 2.2

*Επιχειρηματικότητα ανάγκης ανά φύλο, στις χώρες που χαρακτηρίζονται από καινοτομία, 2010  
(% της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων γυναικών και ανδρών)*



Πηγή: GEM 2010 Women's Report

Στην ίδια λογική, οι άντρες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων με κύριο κίνητρο την ανάγκη διευρύνονται μεν το 2010 (24,6%) ως ποσοστό της συνολικής ανδρικής επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, αλλά όχι σημαντικά έναντι του 23,5% το 2009-μάλιστα, το συγκεκριμένο ποσοστό το 2008 έφτανε το 35,0%.

**Πίνακας 2.2**  
Ποσοστό επιχειρηματικότητας ανάγκης  
στη συνολική επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά φύλο (2010)

<b>Χώρες</b>	<b>Επιχειρηματικότητα ανάγκης στους άνδρες</b> (ως % της ανδρικής επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)	<b>Επιχειρηματικότητα ανάγκης στις γυναίκες</b> (ως % της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)
<b>Χώρες Α</b>	<b>31,0</b>	<b>34,4</b>
<b>Χώρες Β</b>	<b>29,1</b>	<b>34,6</b>
ΗΠΑ	30,2	26,5
<b>Ελλάδα</b>	<b>24,6</b>	<b>33,7</b>
Ολλανδία	9,5	6,0
Βέλγιο	6,3	14,3
Γαλλία	30,1	18,7
Ισπανία	22,0	31,5
Ιταλία	15,1	11,2
Ελβετία	15,7	12,1
Ην. Βασίλειο	11,7	8,6
Δανία	5,6	13,4
Σουηδία	13,8	12,5
Νορβηγία	10,1	32,1
Γερμανία	21,8	33,1
Αυστραλία	17,5	19,6
Ιαπωνία	32,0	51,3
Κορέα	40,8	25,8
Πορτογαλία	18,0	31,0
Ιρλανδία	31,3	29,7
Ισλανδία	5,4	9,9
Φινλανδία	19,1	16,1
Σλοβενία	17,1	14,2
Ισραήλ	26,0	21,2
<b>Χώρες Γ</b>	<b>19,2</b>	<b>21,5</b>
<b>Μ.Ο. GEM</b>	<b>27,4</b>	<b>32,5</b>

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

Οι παραπάνω παρατηρήσεις μπορούν να οδηγήσουν στο συμπέρασμα ότι, αν και σε περιόδους κρίσης η επιχειρηματικότητα αποτελεί «καταφύγιο» για μεγαλύτερο ποσοστό του ενεργού πληθυσμού από ό,τι σε περιόδους ανάπτυξης και άρα η ανάγκη ως κίνητρο διογκώνεται, στην περίπτωση της Ελλάδας η ίδια η κρίση μετέβαλλε την έννοια της «ευκαιρίας» και της «ανάγκης»: Με άλλα λόγια, οι επιπτώσεις της κρίσης κυρίως στην απασχόληση ελαστικοποίησαν ενδεχομένως το πώς ιδώθηκαν οι επιχειρηματικές επιλογές από τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων<sup>14</sup>, όπως υπογραμμίσθηκε και στο Κεφάλαιο 1.

Συγκρίνοντας τα δύο φύλα υπό το πρίσμα των υπόλοιπων δημογραφικών χαρακτηριστικών, καταλήγει κανείς στα παρακάτω ευρήματα:

- *Ηλικία:* Διαχρονικά, οι γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων ενεργοποιούνται επιχειρηματικά σε μεταγενέστερο ηλικιακό στάδιο από ό,τι οι άνδρες. Έτσι, η ηλικιακή ομάδα με την εντονότερη γυναικεία επιχειρηματική δραστηριότητα ήταν αυτή των 35-44 ετών, ενώ, στις προηγούμενες έρευνες, οι περισσότεροι άνδρες δεν ξεπερνούσαν τα 34 έτη. Η απόκλιση αυτή που καταγράφεται συνήθως και αφορά στις περισσότερες χώρες του GEM αποδιδόταν ως ένα βαθμό στην ευθύνη της ανατροφής των παιδιών. Το 2010 όμως καταγράφεται μετακύληση της πλειονότητας των γυναικών στην επόμενη ηλικιακή ομάδα, δηλαδή 45-54 ετών (38,9% των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων). Αντίστοιχη «γήρανση» καταγράφεται και για τους άνδρες, μιας και σχεδόν 33% ανήκει στην ομάδα 45-54 ετών, ενώ πάνω από ένας στους τρεις δηλώνει ότι είναι 35 έως 44 ετών. Έτσι, η μέση ηλικία για τα δύο φύλα συγκλίνει σημαντικά (40,6 ετών για τις γυναίκες και 41,1 για τους άνδρες). Η εξέλιξη αυτή μπορεί να οφείλεται στις επιπτώσεις της κρίσης χρέους στην εγχώρια αγορά εργασίας και αναλύεται διεξοδικότερα στο Κεφάλαιο 3.
- *Επίπεδο εκπαίδευσης:* Όπως και στην περυσινή έρευνα, τα ευρήματα δείχνουν πως οι γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων αποκλίνουν ελάχιστα από τους άνδρες. Μάλιστα, εξαιρετικά ενθαρρυντικό είναι το γεγονός πως πάνω από τις μισές (52,6%) δηλώνουν πως έχουν ολοκληρώσει τουλάχιστον μετα-λυκειακές σπουδές, όταν οι αντίστοιχοι άνδρες δεν ξεπερνούν το 37%. Θα πρέπει, όμως, να υπογραμμισθεί το εξαιρετικά χαμηλό ποσοστό αποφοίτων μεταπτυχιακών σπουδών και στα δύο φύλα (5,9% στους άνδρες και 2,6% στις γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων).
- Για άλλη μια χρονιά, οι γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων φαίνεται να είναι

---

<sup>14</sup> Βαθύτερη ανάλυση επί τούτου πραγματοποιείται στο Κεφάλαιο 3.

λιγότερο δικτυωμένες με άλλους επιχειρηματίες από ό,τι οι άνδρες (43,2% έναντι 68,1%), έχουν χαμηλότερη αυτοπεποίθηση σχετικά με τα προσόντα και τις ικανότητες που απαιτούνται για την έναρξη και διαχείριση μιας επιχείρησης (64,9% έναντι 84,1% για τους άνδρες) με αποτέλεσμα να είναι περισσότερο επιρρεπείς στο φόβο αποτυχίας του εγχειρήματός τους (65,7%) συγκριτικά με τους άνδρες (49,3%). Εντούτοις, δηλώνουν πως αναγνωρίζουν επιχειρηματικές ευκαιρίες στον τόπο εργασίας τους κατά το επόμενο εξάμηνο σε λίγο μεγαλύτερο ποσοστό από τους αντίστοιχους άνδρες (24,2% έναντι 23,8% των ανδρών).

- Ένα ακόμα ενδιαφέρον εύρημα της έρευνας του 2010 αφορά στο εισοδηματικό κλιμάκιο που ανήκουν οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων: ενώ οι άνδρες δηλώνουν πως προέρχονται από το χαμηλότερο και το μεσαίο στρώμα κατά το ίδιο ποσοστό (40,7% έκαστο), η πλειονότητα των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων στην Ελλάδα φαίνεται να είναι περισσότερο οικονομικά εύρωστες (47,2%).
- Όσον αφορά στα χαρακτηριστικά της επιχείρησης, οι γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων το 2010 δηλώνουν λιγότερο αισιόδοξες για την εξέλιξη του εγχειρήματός τους σε όρους απασχόλησης απ' ό,τι οι άνδρες. Η συντριπτική πλειοψηφία (86,2%) αναμένει τη δημιουργία μίας έως πέντε θέσεων εργασίας στην επιχείρησή της κατά την επόμενη πενταετία, αλλά καμία γυναίκα επιχειρηματίας αρχικών σταδίων δεν προσβλέπει στη δημιουργία τουλάχιστον 20 θέσεων εργασίας (δηλαδή, δε θεωρεί την επιχείρησή της μελλοντική «γαζέλα»), σε αντίθεση με το 7,7% των ανδρών. Ταυτόχρονα, οι επιχειρήσεις που έχουν δημιουργηθεί/διαχειρίζονται από γυναίκες φαίνεται να απασχολούν λιγότερους εργαζόμενους το 2010, από ό,τι οι αντίστοιχες επιχειρήσεις ανδρών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, μιας και το 82% των γυναικών δηλώνει πως προσφέρει το πολύ 5 θέσεις εργασίας, ενώ δεν καταγράφεται καμία «γαζέλα» (2,2%).
- Οι επιχειρήσεις αρχικών σταδίων που έχουν δημιουργηθεί από άνδρες είναι περισσότερο εξωστρεφείς, με σχεδόν 6% να διατηρεί πάνω από τα  $\frac{3}{4}$  του πελατολογίου στο εξωτερικό. Τουναντίον, η αντίστοιχη επίδοση για τις γυναίκες φτάνει το 2,8%. Εντούτοις, οι γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων φαίνεται να επενδύουν εντονότερα στην τεχνολογία που χρησιμοποιούν στην επιχείρησή τους από ό,τι οι άνδρες, μιας και το 51,4% των γυναικών αυτών δηλώνουν πως χρησιμοποιούν τεχνολογία που έγινε διαθέσιμη στην αγορά λιγότερο από ένα χρόνο πριν, ενώ το ίδιο ισχύει μόνο για το  $\frac{1}{4}$  των ανδρών.

- Επίσης ενθαρρυντικό είναι το γεγονός ότι 5,4% των γυναικών επιχειρηματιών που εντόπισε η έρευνα δηλώνει πως δραστηριοποιείται σε κλάδους μεσαίας και υψηλής τεχνολογίας (έναντι 4,3% των ανδρών), ενώ το 2009 καμία γυναίκα δεν είχε δηλώσει πως δραστηριοποιείται σε τέτοιο κλάδο. Εντούτοις, διογκώνεται για άλλη μια φορά το ποσοστό των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, των οποίων τα εγχειρήματα αφορούν σε προϊόντα / υπηρεσίες με άμεσο αποδέκτη τον καταναλωτή (π.χ. λιανεμπόριο) (65% των γυναικών, 36,2% των ανδρών).
- Εξετάζοντας την καινοτομικότητα των επιχειρήσεων αρχικών σταδίων που έχουν ιδρύσει ή/και διαχειρίζονται γυναίκες, τα ευρήματα υπογραμμίζουν τη δυναμική αυτών των εγχειρημάτων: το 16,2% δηλώνει πως το προϊόν/η υπηρεσία που (θα) διαθέτουν θα αναγνωριστεί ως εντελώς νέο από όλους τους πελάτες (κάτι τέτοιο ισχύει για το 11,6% των ανδρών), ενώ σχεδόν οι μισές γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων δηλώνουν πως η αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται ή προτίθενται να εισέλθουν είναι εντελώς νέα, δηλαδή δεν υπάρχουν ανταγωνιστές (42,0% των ανδρών).

### 2.3 Άλλα Δημογραφικά χαρακτηριστικά των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών

Τα αποτελέσματα της έρευνας του 2010 διαμορφώνουν το προφίλ του μέσου επιχειρηματία αρχικών σταδίων στην Ελλάδα ως εξής: Ο επιχειρηματίας αυτός είναι άντρας, 41 ετών και είναι απόφοιτος τουλάχιστον μετα-λυκειακής εκπαίδευσης. Φαίνεται, επομένως, πως σε σύγκριση με το 2009, η ηλικία του μέσου επιχειρηματία αρχικών σταδίων έχει αυξηθεί, όπως υπογραμμίσθηκε και προηγουμένως. Σχεδόν οι μισοί έχουν ολοκληρώσει την τριτοβάθμια εκπαίδευση (υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο από το 2009), ενώ και τα τρία εισοδηματικά κλιμάκια<sup>15</sup> αντιπροσωπεύονται σχεδόν εξίσου (Πίνακας 2.4). Όσον αφορά στην εκτίναξη των αποφοίτων τουλάχιστον μετα-λυκειακής εκπαίδευσης, δη τριτοβάθμιας, μπορεί να αποδοθεί στην απότομη και έντονη επίπτωση στην απασχόληση που επέφερε η διευρυνόμενη κρίση στον ιδιωτικό τομέα και ειδικότερα σε στελέχη με αξιόλογα προσόντα.

---

<sup>15</sup> Το GEM, λόγω των διαφορετικών οικονομικών συνθηκών των χωρών που συμμετέχουν στην έρευνα, έχει υιοθετήσει μια διάκριση σε τρία κλιμάκια: κατώτερο 1/3 της κατανομής εισοδημάτων του πληθυσμού, μεσαίο και ανώτερο αντίστοιχα επίπεδο εισοδήματος.

**Πίνακας 2.3**

Ποσοστιαία διάρθρωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων  
ως προς το εκπαιδευτικό κλιμάκιο, Ελλάδα (2010)

Εκπαιδευτικό επίπεδο	2009	2010
Μερική Δευτεροβάθμια	3,8	14,3
Δευτεροβάθμια	57,3	33,3
Τριτοβάθμια	19,3	47,6
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	19,6	4,8
<b>Σύνολο</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Πηγή: IOBE επεξεργασία στοιχείων GEM

Εξετάζοντας πιο ενδελεχώς το προφίλ του επιχειρηματία αρχικών σταδίων που είναι απόφοιτος/η τριτοβάθμιας εκπαίδευσης καταγράφονται τα εξής ενδιαφέροντα ευρήματα:

- Σχεδόν το 85% αυτών είναι άνδρες.
- Ένας στους τρεις ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 35-44 ετών, ενώ υπάρχει και ένα 15,2% που ανήκει στην ομάδα 55-64 ετών. Πρέπει να υπογραμμισθεί πως η κινητικότητα αυτών των ηλικιακών ομάδων είναι ηπιότερη όταν εξετάζεται το σύνολο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, ασχέτως δηλαδή επιπέδου εκπαίδευσης. Μάλιστα, στο σύνολο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, μόλις το 8% είναι 55-64 ετών.
- Πολύ σημαντικό είναι το γεγονός ότι όλοι οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων που είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης δηλώνουν πως κινητοποιήθηκαν από μια επιχειρηματική ευκαιρία. Θα μπορούσε να συνάγει κανείς ότι το επίπεδο εκπαίδευσης ή η εξειδίκευσή τους συνδέεται θετικά με την αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών, θέση που υποστηρίζεται από σημαντικό τμήμα της σχετικής παγκόσμιας βιβλιογραφίας.

Εξίσου σημαντικές παρατηρήσεις καταγράφονται από την εξέταση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών για τους κατόχους μεταπτυχιακού/διδακτορικού τίτλου:

- ένας στους δύο είναι άντρες, δηλαδή η παρουσία των γυναικών είναι εντονότερη σε αυτό το εκπαιδευτικό κλιμάκιο από ό,τι στην τριτοβάθμια εκπαίδευση.
- Δύο στους πέντε προέρχονται από το μεσαίο εισοδηματικό κλιμάκιο.
- Ενώ τέσσερις στους πέντε κινητοποιήθηκαν από την εκμετάλλευση κάποιας επιχειρηματικής ευκαιρίας, μόλις το 6,3% των εγχειρημάτων είναι έντονα

εξωστρεφές, αλλά δεν καταγράφεται καμία «γαζέλα» και καμία επιχείρηση δε δραστηριοποιείται σε κλάδο υψηλής τεχνολογίας. Εντούτοις, τρεις στους πέντε θεωρούν πως το προϊόν/υπηρεσία που προσφέρουν είναι καινοτόμο/α τουλάχιστον για κάποιους από τους πελάτες τους.

Σχετικά με το επίπεδο εισοδήματος του επιχειρηματία αρχικών σταδίων, υπενθυμίζεται πως σε προηγούμενες μελέτες του IOBE έχει αποδειχθεί η ύπαρξη ισχυρής συσχέτισης μεταξύ του ύψους του εισοδήματος ενός νέου/ επίδοξου επιχειρηματία και της ανάληψης επιχειρηματικής δράσης από τον τελευταίο<sup>16</sup>. Η σχέση αυτή έλκει τη σημασία της από το γεγονός ότι, το μεγαλύτερο μέρος της χρηματοδότησης που απαιτείται για την εκκίνηση ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος καλύπτεται στην Ελλάδα από τον ίδιο τον επιχειρηματία, μέσω κυρίως προσωπικής αποταμίευσης ή της οικονομικής συνεισφοράς ατόμων από το στενό οικογενειακό περιβάλλον.

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, καταγράφεται ενεργοποίηση της επιχειρηματικότητας και από τα τρία εισοδηματικά κλιμάκια εξίσου. Θα μπορούσε να υποστηριχθεί πως, η εξέλιξη αυτή σε συνδυασμό με την πορεία του δείκτη για το επίπεδο της εκπαίδευσης αναδεικνύει τις *διαστρωματικές επιπτώσεις της κρίσης*.

**Πίνακας 2.4**

Ποσοστιαία διάθρωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων  
ανά εισοδηματικό κλιμάκιο, 2010

Εισοδηματικό κλιμάκιο	2009	2010
Χαμηλότερο 1/3	18,7	35,8
Μεσαίο 1/3	35,3	34,2
Ανώτερο 1/3	46,0	30,0
<b>Σύνολο</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

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

## 2.4 Προσωπικοί παράγοντες

Εκτός από την εξέταση ποσοτικών παραμέτρων σχετικά με την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, η έρευνα του GEM εξετάζει την αντίληψη των νέων/ επίδοξων επιχειρηματιών –αλλά και του συνόλου του πληθυσμού- αναφορικά με κάποιους παράγοντες

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

που έχει αποδειχθεί ότι επηρεάζουν την αντίληψη και την ψυχολογία των επιχειρηματιών και επομένως, διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην εκδήλωση ή όχι της επιχειρηματικότητας.

#### *2.4.1 Συναναστροφή με νέους επιχειρηματίες*

Ο πρώτος προσωπικός παράγοντας που εξετάζεται είναι η συναναστροφή με κάποιον που ξεκίνησε ένα εγχείρημα τα τελευταία δύο χρόνια. Η προσωπική γνωριμία με ένα νέο επιχειρηματία θεωρείται ότι επηρεάζει θετικά όποιον επιθυμεί να εισέλθει στον επιχειρηματικό στίβο, μιας και αυτός μπορεί να αποτελέσει σημείο αναφοράς, παρέχοντας γνώσεις από την εμπειρία του, δυνατότητα δικτύωσης με άλλους επιχειρηματίες ή σχετικούς με την επιχείρηση φορείς κτλ. Η γνωριμία και συναναστροφή με επιχειρηματία σχετίζεται και με πολιτισμικά χαρακτηριστικά της κάθε χώρας, όπως και με τον τρόπο που είναι δομημένα τα κοινωνικά δίκτυα.

Το σχετικό ποσοστό στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων στην Ελλάδα το 2010 κινείται περίπου στα ίδια επίπεδα των τελευταίων ετών (59,4%, ενώ 60% το 2009 και 56,1% το 2008), επίδοση εξαιρετικά υψηλή συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες καινοτομίας. Βέβαια, η υψηλή αυτή επίδοση είναι αναμενόμενη, λόγω του αντιστοίχως υψηλού ποσοστού αυτοαπασχόλησης στη χώρα.

#### *2.4.2. Αναγνώριση Επιχειρηματικών Ευκαιριών το επόμενο εξάμηνο*

Οι αντιλήψεις των ατόμων σχετικά με την ύπαρξη προοπτικής ανάπτυξης κάποιου εγχειρήματος στην περιοχή που ζουν τους προσεχείς έξι μήνες θεωρείται πρώιμος δείκτης της εμφάνισης νέας επιχειρηματικότητας. Οι έρευνες του GEM έχουν καταγράψει μια ανοδική πορεία του δείκτη αυτού από το 2001 και έπειτα, γεγονός που αποτυπώνει την αισιοδοξία με την οποία εμπορούνταν οι επίδοχοι επιχειρηματίες. Σαφώς, τα επίπεδα αισιοδοξίας διέφεραν αναλόγως με το επίπεδο ανάπτυξης μιας χώρας, με τις χώρες βασίζονται στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας (Χώρες Β) να σημειώνουν συνήθως καλύτερες επιδόσεις.

Μέχρι και το 2008, τα αποτελέσματα της έρευνας έδειχναν πως η επίδοση στο δείκτη αυτό είναι αντιστρόφως ανάλογη του επιπέδου ανάπτυξης μιας χώρας, μιας και οι οικονομίες που βασίζονται στην καινοτομία κατέγραφαν τα χαμηλότερα ποσοστά. Κι αυτό γιατί, υψηλά ποσοστά αναγνώρισης (και άρα ύπαρξης) επιχειρηματικών ευκαιριών) χαρακτηρίζουν χώρες όπου υπάρχουν ακόμα ανεκμετάλλευστα πεδία επιχειρηματικής δράσης. Οι πιο αναπτυγμένες οικονομίες είναι περισσότερο κορεσμένες επιχειρηματικά και έτσι ερμηνεύεται η διαχρονικά χαμηλή επίδοσή τους στον εν λόγω δείκτη.

Εντούτοις, το 2009 οι Σκανδιναβικές χώρες και τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα κατέγραφαν τα υψηλότερα ποσοστά διασαλεύοντας τη μέχρι τότε αναμενόμενη εξέλιξη του δείκτη. Το 2010, η εξέλιξη αυτή επιβεβαιώνεται, γεγονός που υπογραμμίζει πως ενδεχομένως,

δεν είναι το επίπεδο ανάπτυξης της χώρας ο ενδεικτικός παράγοντας για τις θετικές προβλέψεις των επιχειρηματιών, αλλά η οικονομική κατάσταση της χώρας και το γενικότερο κλίμα (απ)αισιοδοξίας που επικρατεί. Έτσι, αποτυπώνοντας πιθανώς τον αντίκτυπο της κρίσης χρέους στην Ευρώπη, η Ελλάδα βρίσκεται στην 3<sup>η</sup> χαμηλότερη θέση για τις χώρες καινοτομίας και στη χαμηλότερη, συγκριτικά με τις ευρωπαϊκές χώρες. Δεν είναι τυχαίο πως οι Ισπανία, Πορτογαλία, Ιρλανδία και Ιταλία συμπληρώνουν τις υπόλοιπες χαμηλότερες επιδόσεις (Πίνακας 2.5).

Επιπλέον, οι επιδόσεις του εν λόγω δείκτη καταγράφουν σημαντική συρρίκνωση στην Ελλάδα, εξέλιξη που κρίνεται ως αναμενόμενη, δεδομένης της αυξανόμενης αβεβαιότητας για την πορεία της χώρας. Έτσι, θετικές προβλέψεις εκφράζει μόλις το 15,9% του πληθυσμού 18-64 ετών (28% το 2009), και το 23,3% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (33,8% το 2009 και 28,1% το 2008). Φαίνεται λοιπόν, ότι ακόμα και όταν η οικονομική κρίση άρχισε να γίνεται αισθητή στην πραγματική οικονομία οι επιχειρηματίες αυτοί εμφορούνταν από εντονότερη αισιοδοξία συγκριτικά με τον υπόλοιπο πληθυσμό, αν και είναι εμφανείς οι αρνητικές επιπτώσεις της κρίσης στην ψυχολογία των επιχειρηματιών.

#### *2.4.3. Γνώσεις και Ικανότητες*

Ένας άλλος παράγοντας που εξετάζεται στο πλαίσιο της έρευνας του GEM είναι το επίπεδο αυτοπεποίθησης του πληθυσμού όσον αφορά στις γνώσεις, τα προσόντα και την απαιτούμενη εμπειρία του για την έναρξη μιας επιχείρησης. Παρ' όλο που ο παράγοντας αυτός θεωρείται πρόδρομος δείκτης της εμφάνισης επιχειρηματικότητας, δε θα πρέπει να αγνοείται το γεγονός ότι διαμορφώνεται με βάση την προσωπική εκτίμηση του ερωτώμενου και άρα δεν αποδίδει αναγκαστικά την αντικειμενική εικόνα του επιπέδου γνώσεων και ικανοτήτων.

Οι Έλληνες παραδοσιακά καταγράφουν πολύ υψηλά ποσοστά θετικών απαντήσεων στο συγκεκριμένο ερώτημα, συχνά μάλιστα, φτάνουν στη δεύτερη ή/και πρώτη θέση για το σύνολο των χωρών του GEM. Όπως απεικονίζεται στον Πίνακα 2.5, το 2010 το 52,2% των Ελλήνων θεωρούν πως έχουν τις επαρκείς γνώσεις και προσόντα για την έναρξη μιας επιχείρησης (58% το 2009). Το αντίστοιχο ποσοστό για τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων είναι ακόμα πιο υψηλό (77%), αν και χαμηλότερο του περυσινού (90%). Θα μπορούσε, επομένως, να υποστηριχθεί πως οι προϊούσες δυσχέρειες που αντιμετωπίζει το σύνολο του πληθυσμού και βέβαια, οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, αντικατοπτρίζονται στη συρρίκνωση του εν λόγω δείκτη.

#### *2.4.4. Φόβος Αποτυχίας*

Ο φόβος για ενδεχόμενη αποτυχία του εγχειρήματος έχει αποδειχθεί σημαντικό ψυχολογικό πρόσκομμα στην απόφαση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Στο πλαίσιο αυτό,

ο εν λόγω παράγοντας εξετάζεται από το GEM, αν και η άμβλυνση αυτού του φόβου δεν άπτεται μόνο πολύ συγκεκριμένων πολιτικών, αλλά κυρίως πολιτισμικών χαρακτηριστικών-δηλαδή, πόσο «αυστηρή» είναι μια κοινωνία με μια αποτυχία, πώς παρουσιάζονται οι επιχειρηματικές αποτυχίες από τα ΜΜΕ και κατ' επέκταση, πώς αντιμετωπίζονται από τον ευρύτερο περίγυρο, αλλά και τους χρηματοδότες, οι επιχειρηματίες που κάποιο εγχείρημά τους δε στέφθηκε με επιτυχία.

Το 2010 καταγράφεται για άλλη μια χρονιά το παράδοξο της αυτό-αξιολόγησης των Ελλήνων που αφορά σε υψηλότερα ποσοστά αυτοπεποίθησης για τις γνώσεις/τα προσόντα τους, και ταυτόχρονα την παραδοχή για έντονο φόβο αποτυχίας του εγχειρήματός τους, γεγονός που δρα ανασταλτικά στην έκφραση επιχειρηματικότητας. Έτσι, το 2010 οι Έλληνες βρίσκονται στην κορυφή της σχετικής κατάταξης (Πίνακας 2.5), μιας και λίγοι περισσότεροι από τους μισούς δηλώνουν την επίδραση του φόβου της αποτυχίας στις αποφάσεις τους. Όσον αφορά στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, που θεωρητικά αντιπροσωπεύουν το τμήμα του πληθυσμού που αποφάσισε να δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά, ο φόβος της αποτυχίας εδράζει τουλάχιστον στο 55% αυτών, όταν το αντίστοιχο ποσοστό το 2009 μόλις που ξεπερνούσε το 1/3.

## 2.5 Πολιτισμικοί παράγοντες

Οι προσωπικοί παράγοντες που μόλις αναλύθηκαν δεν είναι περιγραφικοί μόνο του συγκεκριμένου ατόμου που συμμετέχει στην έρευνα. Μέσω των απαντήσεων αποκρυσταλλώνονται χαρακτηριστικά της τοπικής κουλτούρας και των κοινωνικών αντιλήψεων μιας χώρας, δεδομένου ότι η είσοδος στον επιχειρηματικό στίβο και γενικότερα η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας σε κάθε εξεταζόμενη χώρα δε μένει ανεπηρέαστη -έστω και εμμέσως- από τέτοιους παράγοντες.

Η διερεύνηση τέτοιων πολιτισμικών παραγόντων λειτουργεί επικουρικά στην ερμηνεία των αποτελεσμάτων και μπορεί να υποδείξει εκείνες τις περιοχές ενδιαφέροντος που μπορούν να βελτιωθούν μέσω ανάληψης συγκεκριμένων πρωτοβουλιών και εφαρμογή πολιτικών φιλικών προς την επιχειρηματικότητα.

Όπως κάθε χρόνο, η έρευνα του GEM για το 2010 επικεντρώνεται σε τέσσερις παράγοντες, οι οποίοι καταγράφουν τις απόψεις του ερωτώμενου για το ευρύτερο περιβάλλον στο οποίο κινείται και τον τρόπο που θεωρεί ότι προσεγγίζονται οι διαστάσεις της επιχειρηματικότητας συνολικά από τον πληθυσμό. Πιο συγκεκριμένα, εξετάζονται: α) ο βαθμός στον οποίο αποδίδεται απαξία στις κοινωνικές / οικονομικές ανισότητες στη χώρα, β) ο βαθμός στον οποίο είναι αποδεκτή η επιχειρηματική σταδιοδρομία ως επαγγελματική επιλογή, καθώς και γ) κατά πόσο ο επιχειρηματίας τυγχάνει κοινωνικής αποδοχής και σεβασμού, αλλά και δ)

προβολής στα ΜΜΕ σε μία χώρα (Πίνακας 2.5).

**Πίνακας 2.5**

Προσωπικοί και Πολιτισμικοί Παράγοντες Προώθησης ή Παρεμπόδισης της Εμφάνισης Επιχειρηματικής Δραστηριότητας: % θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών, 2010

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
<b>Χώρες Α</b>	<b>61,8</b>	<b>71,5</b>	<b>28,9</b>	<b>75,3</b>	<b>80,9</b>	<b>65,3</b>
<b>Χώρες Β</b>	<b>42,9</b>	<b>55,9</b>	<b>31,7</b>	<b>72,8</b>	<b>69,8</b>	<b>62,5</b>
Αυστραλία	45,7	53,2	35,8	57,0	68,4	70,5
Βέλγιο	39,6	44,9	35,1	60,0	51,2	45,7
Δανία	46,4	40,7	31,5	-	-	-
Φινλανδία	51,1	39,5	28,6	46,1	86,5	71,4
Γαλλία	33,9	37,3	40,5	65,2	67,9	44,7
Γερμανία	28,5	41,6	33,7	53,1	77,1	49,0
<b>Ελλάδα</b>	<b>15,9</b>	<b>52,2</b>	<b>50,9</b>	<b>65,6</b>	<b>70,2</b>	<b>34,5</b>
Ισλανδία	48,7	49,0	33,7	51,2	60,9	66,6
Ιρλανδία	22,5	49,2	33,4	51,8	81,5	61,1
Ισραήλ	35,2	41,6	46,0	61,3	73,0	56,3
Ιταλία	24,7	42,4	36,8	69,1	69,3	37,7
Ιαπωνία	5,9	13,7	32,6	28,4	52,0	58,5
Κορέα	13,0	29,0	32,5	67,6	71,3	61,4
Ολλανδία	44,8	45,5	23,8	85,4	68,6	60,9
Νορβηγία	49,8	40,4	26,6	57,8	70,7	67,2
Πορτογαλία	20,3	52,1	29,7	67,5	70,5	52,6
Σλοβενία	26,8	56,3	27,5	53,2	73,7	56,2
Ισπανία	18,8	50,2	36,4	65,4	62,5	40,7
Σουηδία	66,1	42,4	28,9	56,9	71,6	60,8
Ελβετία	33,3	43,9	27,0	64,9	76,4	50,6
Ην.Βασίλειο	29,2	51,8	30,3	51,0	76,7	52,2
ΗΠΑ	34,8	59,5	26,7	65,4	75,9	67,8
<b>Χώρες Γ</b>	<b>33,4</b>	<b>44,4</b>	<b>33,1</b>	<b>59,2</b>	<b>70,3</b>	<b>55,5</b>
<b>Μ.Ο. GEM</b>	<b>42,9</b>	<b>54,6</b>	<b>35,0</b>	<b>67,7</b>	<b>71,9</b>	<b>60,2</b>

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



Ο πρώτος παράγοντας εξετάζει τον τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζεται η εξίσωση πλούτου ανάμεσα στα άτομα μιας κοινωνίας από την ίδια την κοινωνία. Έτσι, οι συμμετέχοντες ερωτώνται σχετικά με το ποσοστό των πολιτών της χώρας τους που θα επιθυμούσε το σύνολο του πληθυσμού να απολαμβάνει το ίδιο βιοτικό επίπεδο. Όπως μπορεί να γίνει αντιληπτό, ο παράγοντας αυτός επηρεάζει εμμέσως το βαθμό εκδήλωσης νέας επιχειρηματικότητας σε μία χώρα, δεδομένου ότι η «δαιμονοποίηση» του κέρδους/ πλούτου μπορεί να αποτελέσει τροχοπέδη στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Το ποσοστό του πληθυσμού που απαντά θετικά στο εν λόγω ερώτημα διατηρείται στα ίδια επίπεδα, τα τελευταία τέσσερα χρόνια

(63%). Αν και σχετικά υψηλή, η επίδοση αυτή συνεχίζει να είναι κατά πολύ χαμηλότερη άλλων κρατών και μάλιστα αυτών που ανήκουν στις χώρες καινοτομίας.

- ✚ Από την άλλη πλευρά, το 65,6% (66% το 2009) των Ελλήνων θεωρούν πως η ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτελεί μια καλή επιλογή καριέρας. Η φετινή επίδοση βρίσκεται στην 5η υψηλότερη θέση ανάμεσα σε όλες τις χώρες του GEM.
- ✚ Τούτο έρχεται σε αντίθεση με τον τρόπο που φαίνεται να εκλαμβάνει η ελληνική κοινωνία τους επιχειρηματίες: στο σχετικό ερώτημα, εφτά στους δέκα αναφέρουν πως οι επιχειρηματίες χαίρουν κοινωνικής καταξίωσης, ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά στις χώρες του GEM. Τα υψηλότερα ποσοστά καταγράφονται στην Φινλανδία και την Ιρλανδία, ενώ τα χαμηλότερα στο Βέλγιο και την Ιαπωνία.
- ✚ Θα μπορούσε κανείς να ισχυριστεί πως η ενδεχομένως στρεβλή εικόνα της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα οφείλεται σε ένα βαθμό και στην ανεπαρκή θετική προβολή της από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Έτσι, στον τέταρτο πολιτισμικό παράγοντα που εξετάζει τη συχνότητα προβολής των επιτυχημένων νέων επιχειρηματιών στα μέσα μαζικής ενημέρωσης της χώρας, μόλις το 35% περίπου θεωρεί πως η προβολή αυτή είναι επαρκής. Το εν λόγω ποσοστό είναι διαχρονικά χαμηλό στην Ελλάδα, και συχνά όπως και το 2010 φτάνει στη χαμηλότερη θέση ανάμεσα σε όλες τις χώρες του GEM. Το γεγονός αυτό εγείρει ερωτήματα για το σημαντικό εύρος δράσης που τα ελληνικά ΜΜΕ θα μπορούσαν να έχουν αναφορικά με την προώθηση της επιχειρηματικότητας μέσω επιτυχημένων παραδειγμάτων. Παρά την τελευταία θέση στη σχετική κατάταξη, η φετινή επίδοση είναι κατάτι βελτιωμένη συγκριτικά με το 2009 (ένας στους τρεις), αλλά και το 2008, όταν μόλις ένας στους πέντε θεωρούσε ότι εμφανίζονται συχνά στα ΜΜΕ ιστορίες επιτυχημένων νέων επιχειρηματιών.

## 2.6 Συνθήκες Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας – Αξιολόγηση της ποιότητας των θεσμών από Εθνικούς Εμπειρογνώμονες<sup>17</sup>

Έπειτα από την εξέταση του τρόπου θεώρησης και αυτοαξιολόγησης σε θέματα που άπτονται της επιχειρηματικότητας του συνόλου του πληθυσμού και πιο συγκεκριμένα των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, ενδιαφέρον έχει η ανάλυση σχετικών αξιολογήσεων από επιλεγμένους και εξειδικευμένους εμπειρογνώμονες. Για άλλη μια χρονιά, η έρευνα του GEM εξετάζει τις απόψεις εμπειρογνομώνων σε διάφορες θεματικές ενότητες που συνδέονται με την επιχειρηματικότητα, όσον αφορά στην αξιολόγηση των Συνθηκών Ανάπτυξης της Επιχειρηματικότητας (ΣΑΕ). Οι ΣΑΕ αντικατοπτρίζουν τα κύρια χαρακτηριστικά της κοινωνικό-οικονομικής

### Θεσμοί & Πλαίσιο Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας

#### Συνθήκη 1: Χρηματοοικονομική Στήριξη

Η διαθεσιμότητα οικονομικών πόρων, κεφαλαίου και άντλησης χρηματοδότησης για νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις.

#### Συνθήκη 2: Κυβερνητικές Πολιτικές

Ο βαθμός στον οποίο οι κυβερνητικές πολιτικές αναφορικά με τη φορολόγηση ή τις ρυθμίσεις ή την εφαρμογή αυτών ενθαρρύνουν νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις.

#### Συνθήκη 3: Κυβερνητικά Προγράμματα

Η ύπαρξη και η ποιότητα προγραμμάτων που βοηθούν νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις σε όλες τις βαθμίδες της δημόσιας διοίκησης (εθνικό, περιφερειακό, Δήμου).

#### Συνθήκη 4: Εκπαίδευση και Κατάρτιση

Ο βαθμός στον οποίο η κατάρτιση περί δημιουργίας ή διαχείρισης μικρών, νέων ή αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων είναι ενσωματωμένη στα συστήματα εκπαίδευσης και κατάρτισης όλων των επιπέδων. Εμπειρικές μελέτες έχουν υποδείξει δύο υποκατηγορίες αυτής της Συνθήκης: την επιχειρηματική εκπαίδευση στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση και την κατάρτιση και τη μετα-δευτεροβάθμια επιχειρηματική εκπαίδευση και κατάρτιση.

#### Συνθήκη 5: Έρευνα & Ανάπτυξη

Ο βαθμός στον οποίο η έρευνα & ανάπτυξη σε εθνικό επίπεδο θα οδηγήσει σε νέες εμπορικές ευκαιρίες και κατά πόσο αυτές είναι διαθέσιμες σε νέες, μικρές και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις.

<sup>17</sup> 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 επιχειρηματικότητας. Οι εμπειρογνώμονες, ειδικοί σε διάφορες διαστάσεις του φαινομένου της επιχειρηματικότητας, καλούνται να συνεισφέρουν και με τις δικές τους εκτιμήσεις στην πιο ολοκληρωμένη μελέτη ζητημάτων της επιχειρηματικότητας.

κατάστασης σε μια χώρα, τα οποία θεωρείται πως επιδρούν σημαντικά στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Σύμφωνα με τη θεώρηση του GEM, επικρατούν διαφορετικές Συνθήκες σε κάθε χώρα αναφορικά τόσο με την καθιερωμένη, όσο και την αρχικών σταδίων επιχειρηματικότητα.

**Συνθήκη 6: Εμπορική και Επαγγελματική Υποδομή** Η διάθεση υπηρεσιών λογιστικής παρακολούθησης, νομικών και άλλων συμβουλών που επιτρέπουν ή/και προωθούν την εμφάνιση νέων, μικρών ή αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων.

**Συνθήκη 7: Ανταγωνιστικότητα Εγχώριας Αγοράς- Διευκόλυνση Εισόδου**

Ο βαθμός στον οποίο οι εμπορικές ρυθμίσεις αλλάζουν συχνά καθώς ανταγωνίζονται νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις και αντικαθίστανται οι υπάρχοντες προμηθευτές, σύμβουλοι και υπερεργολάβοι. Σχετικές εμπειρικές αναλύσεις έχουν αποδείξει πως η εν λόγω Συνθήκη μπορεί να διακριθεί σε δύο υποκατηγορίες.

**Συνθήκη 8: Πρόσβαση σε Υλικές Υποδομές**

Ευκολία πρόσβασης σε υποδομές-επικοινωνία, μεταφορές κτλ.- σε τιμές που δεν αποκλείουν τις νέες, μικρές ή αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις.

**Συνθήκη 9: Κουλτούρα και Νοοτροπία**

Ο βαθμός στον οποίο υπάρχουσες κοινωνικές και πολιτιστικές δομές ενθαρρύνουν ή τουλάχιστον δεν αποθαρρύνουν ατομικές πράξεις που στόχο έχουν την εισαγωγή νέων μορφών και τρόπων επιχειρείν, και οι οποίες ενδεχομένως να οδηγήσουν σε μεγαλύτερη κατάτμηση του προσωπικού πλούτου και εισοδήματος.

Το νέο μοντέλο του GEM που σχηματοποιήθηκε το 2008, εισήγαγε Συνθήκες που σχετίζονται συγκεκριμένα με την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία. Εννέα Συνθήκες αναγνωρίστηκαν ως θεμελιώδους σημασίας από τους Εμπειρογνώμονες ανά χώρα (National Experts), οι οποίες αναλύονται στο σχετικό πλαίσιο.

Το 2010, 53 χώρες έλαβαν μέρος στην έρευνα Εμπειρογνωμόνων. Τα αποτελέσματα υπογραμμίζουν τη θετική αξιολόγηση των υλικών υποδομών από το σύνολο των χωρών Β και Γ. Αντιθέτως, σχεδόν καθολική είναι η αρνητική αξιολόγηση της επάρκειας της εκπαίδευσης/κατάρτισης (τρίτη χειρότερη επίδοση ανάμεσα στις Συνθήκες) και των κυβερνητικών πολιτικών (δεύτερη χειρότερη επίδοση), με μοναδική εξαίρεση την Φινλανδία.

Αναλύοντας τις απαντήσεις των Εμπειρογνωμόνων σε όλες τις χώρες του GEM, παρατηρεί

κανείς πως οι ΣΕΑ αποτιμώνται κατά βάση θετικότερα στις περισσότερο αναπτυγμένες οικονομικά χώρες. Τούτο συνάδει με το μοντέλο του GEM και την άποψη ότι οι ΣΕΑ διαδραματίζουν σημαντικότερο ρόλο στις οικονομικά αναπτυγμένες χώρες. Εντούτοις, οι επιδόσεις των τριών κατηγοριών χωρών δεν αποκλίνουν σημαντικά για όλες τις ΣΕΑ: η φάση οικονομικής ανάπτυξης κάθε χώρας φαίνεται να επηρεάζει κυρίως την έρευνα & ανάπτυξη, τα κυβερνητικά προγράμματα και τις υλικές υποδομές. Στον Πίνακα 3.6 απεικονίζονται οι 11 θεματικές υποενότητες επί των οποίων ρωτήθηκαν οι κατά χώρα Εμπειρογνώμονες. Όσον αφορά στην Ελλάδα, θετικά αξιολογούνται μόνο οι εμπορικές/υλικές υποδομές και η κουλτούρα/νοοτροπία, ως προς την ώθηση της επιχειρηματικότητας. Η αρνητική αξιολόγηση των υπόλοιπων υποενοτήτων και μάλιστα για ακόμα μία χρονιά, δεν ξαφνιάζουν. Οι κυβερνητικές ρυθμίσεις, η εκπαίδευση πρώτης και δεύτερης βαθμίδας, η Έρευνα & Ανάπτυξη αποτελούν πεδία με στρεβλώσεις, καθυστερήσεις στην υλοποίηση διορθωτικών κινήσεων/δράσεων, γεγονός που έχει οδηγήσει στην απαξίωσή τους από τους Εμπειρογνώμονες.

**Πίνακας 2.6**

Συνθήκες Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας που αξιολογούνται αρνητικά (-) ή θετικά (+), ανά χώρα, 2010

1: Οικον. συνθήκες/ Χρηματοδότηση 2A: Εθν. Πολιτική–Γενικές Πολιτικές 2B: Εθν. Πολιτική–Νομοθ. Ρυθμίσεις 3: Κυβερνητικά Προγράμματα 4A: Εκπαίδευση–Πρωτο-&amp;Δευτεροβάθμια

4B: Εκπ. Μεταδευτεροβάθμια 5: Έρευνα και Ανάπτυξη 6: Εμπορικές Υποδομές 7A: Εγχώρια Αγορά – Δυναμική 7B: Εγχώρια αγορά–Διευκόλυνση εισόδου 8: Υλικές Υποδομές 9: Κουλτούρα και Νοοτροπία

	1	2A	2B	3	4A	4B	5	6	7A	7B	8	9
<i>Χώρες Γ/καινοτομίας</i>												
Φινλανδία			+		-		-	+		-	+	
Γαλλία		+			-	+				-	+	-
Γερμανία			-	+	-			+			+	-
<b>Ελλάδα</b>	-	-	-					+			+	+
Ισλανδία	-				-				+	-	+	+
Ιρλανδία	-			+	-			+			+	
Ισραήλ		-	-		-			+			+	+
Ιταλία		-	-		-	+			+		+	
Ιαπωνία	-	+	-		-				+		+	

Κορέα	–	+			–			–	+		+	
Νορβηγία	+	–			–			+		–	+	
Πορτογαλία			–		–	+		+			+	–
Σλοβενία					–			+	+		+	–
Ισπανία	–		–		–			+	+		+	
Σουηδία			–		–		–	+	+		+	
Ελβετία				+	–			+	–	–	+	
Ην. Βασίλειο	–				–		–	+	+		+	
Η.Π.Α.	–		–		–			+			+	+

Πηγή: GEM Global Report 2011

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3****Η «ΜΙΚΡΗ» ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΟ ΚΡΙΣΗΣ****3.1 Εισαγωγή**

Η Ελλάδα βρίσκεται σήμερα στην άβυσσο μιας κρίσης χωρίς προηγούμενο, τουλάχιστον στη μεταπολεμική περίοδο. Η κρίση είναι βεβαίως παγκόσμια, αλλά γνωρίζουμε πλέον πολύ καλά το δίαυλο μέσω του οποίου εκδηλώθηκε στη χώρα μας, δηλαδή τον εκτροχιασμό των δημοσίων οικονομικών. Είναι λοιπόν φανερό σε όλους ότι η έξοδος από την κρίση δε μπορεί παρά να ξεκινήσει από την αντιστροφή του βασικού προβλήματος, τη δημοσιονομική δηλαδή σταθεροποίηση. Αναπόφευκτα, η δημοσιονομική σταθεροποίηση οδηγεί την πραγματική οικονομία σε ύφεση, η οποία στην Ελλάδα έχει αποδειχθεί μέχρι στιγμής βαθύτερη και πιο μακροχρόνια από ό,τι αναμενόταν. Επομένως, σε αυτή τη συγκυρία, το αίτημα της επανεκκίνησης της ανάπτυξης αποκτά κεντρική σημασία.

Στη δημόσια συζήτηση κυριαρχεί, και δικαίως, το ζήτημα της αποκατάστασης της «εμπιστοσύνης» στις προοπτικές της ελληνικής οικονομίας, ως βασική προϋπόθεση για την ανάκαμψη. Είναι δε φανερό ότι η εμπιστοσύνη αφορά μια σειρά από διαφορετικά, αλλά και αλληλεξαρτώμενα ζητήματα: εμπιστοσύνη προς τους κυβερνώντες ότι θα κατορθώσουν να τιθασεύσουν τα δημόσια οικονομικά, εμπιστοσύνη προς τη δημόσια διοίκηση ότι θα κατορθώσει να προωθήσει τις υπερώριμες πλέον μεταρρυθμίσεις που πρέπει να γίνουν – μεταρρυθμιζόμενη και η ίδια στην πορεία- εμπιστοσύνη προς την κοινωνία ότι θα κατανοήσει και άρα ότι θα αποδεχθεί την ανάγκη μεταρρύθμισης.

Ωστόσο, αν η αποκατάσταση κλίματος εμπιστοσύνης συνιστά βασική προϋπόθεση για την εκκίνηση της ανάκαμψης, οι μοχλοί μέσω των οποίων η διαδικασία αυτή μπορεί να τεθεί σε κίνηση παραμένει αντικείμενο συζήτησης. Βεβαίως η προσέλκυση ξένων επενδύσεων αποτελεί ένα βασικό μοχλό. Το ίδιο και η άμεση ενεργοποίηση του ΕΣΠΑ, του βασικού δηλαδή όπλου – ίσως του μοναδικού- που έχει στη διάθεσή του το κράτος για την άμεση ενίσχυση αναπτυξιακών προγραμμάτων και πρωτοβουλιών. Αλλά η τεράστια σημασία τέτοιων μοχλών δεν πρέπει να οδηγεί στην υποτίμηση της αναπτυξιακής δυναμικής της «μικρής» επιχειρηματικότητας, της γένεσης δηλαδή μικρών επιχειρηματικών εγχειρημάτων, φαινόμενο το οποίο αποτελεί και το βασικό ερευνητικό αντικείμενο του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα (GEM). Άλλωστε, σε μια χώρα όπως η Ελλάδα όπου το 98% των υπαρχουσών επιχειρήσεων δεν απασχολεί περισσότερα από δέκα άτομα, είναι φανερό ότι ο

ρόλος των μικρών επιχειρήσεων στην πραγματική οικονομία είναι εξαιρετικά σημαντικός.

Με βάση τα παραπάνω, το παρόν Κεφάλαιο αποτελείται από δύο Ενότητες. Η πρώτη αφορά τον τρόπο με τον οποίο οι ίδιοι οι επίδοξοι και νέοι επιχειρηματίες που εντόπισε η έρευνα του IOBE εκτιμούν ότι η κρίση επηρεάζει τις επιχειρηματικές προοπτικές. Ενδιαφέρει εδώ να αναδειχθούν οι εκτιμήσεις των ίδιων των επιχειρηματιών, να διερευνηθεί η διαχρονική τους εξέλιξη και να συγκριθούν με τις αντίστοιχες γνώμες που εξέφρασαν οι επίδοξοι και νέοι επιχειρηματίες σε άλλες χώρες που έλαβαν μέρος στην έρευνα του GEM. Η δεύτερη Ενότητα επιχειρεί να συνοψίσει κάποια από τα ευρήματα που παρουσιάστηκαν στα προηγούμενα Κεφάλαια, έτσι ώστε να αποκαλυφθεί το πώς έχουν επηρεαστεί από την κρίση. Θα διαφανούν εδώ ενδιαφέρουσες τάσεις, καθώς θα αποκαλυφθεί ότι παράλληλα με τον αρνητικό χαρακτήρα πολλών ευρημάτων σχετικά με την πορεία της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα –κάτι άλλωστε αναμενόμενο με βάση τη σοβαρότητα της κρίσης– διαφαίνονται και κάποια στοιχεία αισιοδοξίας για τις μελλοντικές προοπτικές.

### **3.2 Κρίση και επιχειρηματικές προοπτικές**

Για δεύτερη συνεχή χρονιά το GEM έθεσε ευθέως το ερώτημα σε όλους τους επιχειρηματίες που εντόπισε η έρευνα –επίδοξους, νέους και καθιερωμένους– σχετικά με το πώς η κρίση έχει επηρεάσει τις επιχειρηματικές τους προοπτικές. Πιο συγκεκριμένα, οι επιχειρηματίες κλήθηκαν να απαντήσουν α) αν οι δυσκολίες ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης είναι περισσότερες ή λιγότερες σε σχέση με το προηγούμενο έτος, β) αν οι δυσκολίες ανάπτυξης μιας επιχείρησης είναι λιγότερες ή περισσότερες και γ) αν η κρίση έχει επηρεάσει τον αριθμό των επιχειρηματικών ευκαιριών.

Όπως θα φανεί αναλυτικά στη συνέχεια, όλα τα ευρήματα αποκαλύπτουν σοβαρή επιδείνωση της κατάστασης στην Ελλάδα συγκριτικά με το προηγούμενο έτος, εξέλιξη που είναι βεβαίως αναμενόμενη, με δεδομένη την επιδείνωση της ύφεσης. Ωστόσο, αξίζει να διερευνηθεί αναλυτικότερα αν η επιδείνωση αφορά εξίσου όλες τις κατηγορίες επιχειρηματιών, καθώς και η συγκριτική θέση της χώρας μας ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας και ιδιαίτερα βέβαια τις ευρωπαϊκές.

## 3.2.1 Κρίση και δυσκολίες ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης

Ως προς το πρώτο ερώτημα, το κατά πόσο δηλαδή η κρίση δυσκολεύει την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης, τα ευρήματα αποκαλύπτουν σαφή επιδείνωση το 2010 σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Σε όλες τις χώρες που έλαβαν μέρος στην έρευνα του GEM το 2010 –όπως και το 2009- τα άτομα που δήλωσαν ότι είχαν κάποιου τύπου επιχειρηματική δραστηριότητα ερωτήθηκαν αν οι δυσκολίες ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης ήταν περισσότερες ή λιγότερες σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο. Ο Πίνακας 3.1 που ακολουθεί παρουσιάζει τα σχετικά ευρήματα για την Ελλάδα για το 2009 και το 2010.

**Πίνακας 3.1**

Απόψεις των Ελλήνων επιχειρηματιών σχετικά με τη δυσκολία ίδρυσης μιας επιχείρησης το 2010 (συγκριτικά με το 2009) και το 2009 (συγκριτικά με το 2008)  
(% θετικών απαντήσεων)

	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες		Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων	
	2009	2010	2009	2010
Πιο δύσκολη	65,9	78,2	53,1	60,4
Σχετικά πιο δύσκολη	9,1	8,4	15,9	15,2
Αμετάβλητος βαθμός δυσκολίας	14,5	9,3	20,7	17,6
Σχετικά λιγότερο δύσκολη	6,0	3,1	5,8	2,5
Λιγότερο δύσκολη	4,5	1,0	4,5	4,2
ΣΥΝΟΛΟ	100	100	100	100

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Τα ευρήματα αυτά είναι αποκαλυπτικά για δύο λόγους. Πρώτον, αποδεικνύουν με σαφήνεια την επιδείνωση του επιχειρηματικού κλίματος ανάμεσα στα δύο έτη. Το 2010 τρεις στους τέσσερις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων στην Ελλάδα θεωρούσαν ότι οι δυσκολίες ίδρυσης μια νέας επιχείρησης είχαν αυξηθεί<sup>18</sup> σε σύγκριση με το 2009, ενώ το προηγούμενο έτος εκείνοι που απαντούσαν με τον ίδιο τρόπο ήταν επτά στους δέκα. Αξίζει δε να επισημανθεί η έντονη επίδραση αυτών των δεδομένων, καθώς η επιδείνωση είναι σαφής από τις απαντήσεις σε κάθε επιμέρους υποερώτημα σχετικά με τις δυσκολίες. Δεύτερον,

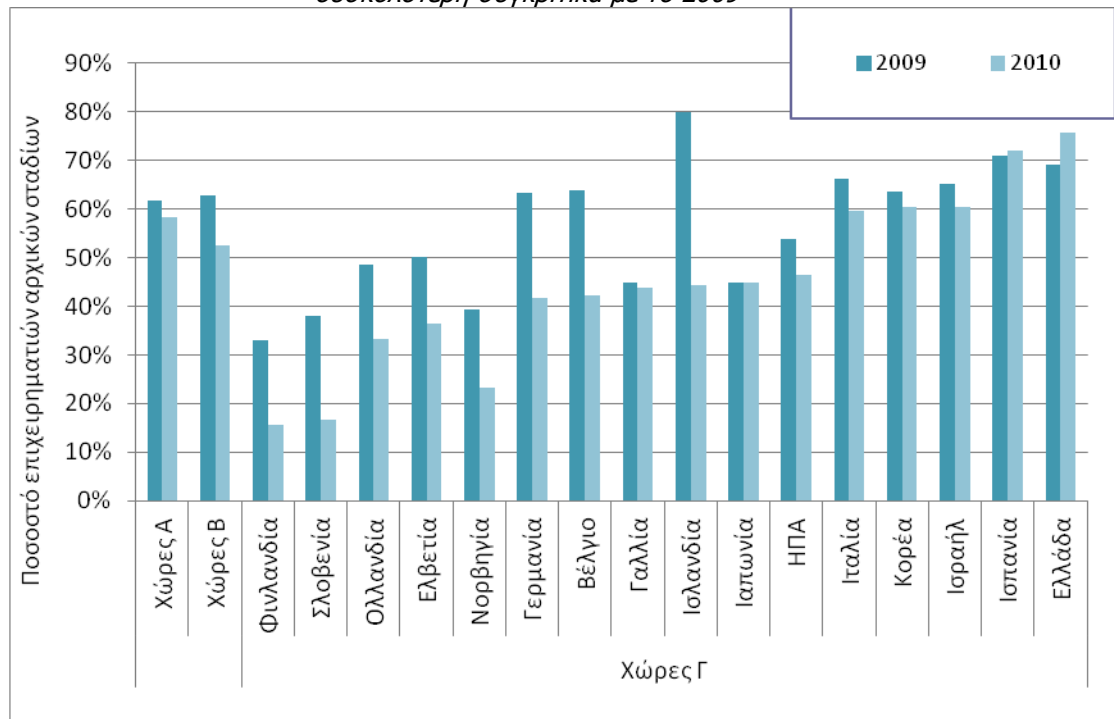
<sup>18</sup> Εξετάζονται το άθροισμα των δύο πιο αρνητικών απαντήσεων («πιο δύσκολη» και «σχετικά πιο δύσκολη») και αυτό των δύο πιο θετικών απαντήσεων («λιγότερο δύσκολη» και «σχετικά λιγότερο δύσκολη»). Με τον ίδιο τρόπο πραγματοποιείται η ανάλυση και στις υπόλοιπες ερωτήσεις περί κρίσης.

παρατηρείται και πάλι –όπως δηλαδή και στην έρευνα του προηγούμενου έτους- ότι οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες είναι σαφώς πιο απαισιόδοξοι από τους νέους. Το 2010, σχεδόν εννέα στους δέκα των καθιερωμένων επιχειρηματιών εκτιμούν ότι οι δυσκολίες ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης ήταν περισσότερες από το προηγούμενο έτος (76% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων), ενώ το 2009 το ίδιο πίστευαν μόνο τρεις στους τέσσερις (69% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων). Αυτή η διαφορά ανάμεσα στις εκτιμήσεις καθιερωμένων και νέων επιχειρηματιών είναι εύρημα σημαντικό, καθώς επαναλαμβάνεται για δεύτερο συνεχές έτος και μάλιστα, όπως θα φανεί στη συνέχεια, προκύπτει και στα υπόλοιπα ερωτήματα που αφορούν την κρίση. Όσον αφορά στις γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, φαίνεται να είναι περισσότερο απαισιόδοξες για τις επικρατούσες συνθήκες από ό,τι οι αντίστοιχοι άνδρες, μιας και καμία γυναίκα δε θεωρεί πως η ίδρυση επιχείρησης είναι λιγότερο δύσκολη, σε αντίθεση με το 6% των ανδρών.

Πώς τοποθετείται η Ελλάδα με βάση αυτές τις επιδόσεις ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας που έλαβαν μέρος στην έρευνα του GEM το 2009 και το 2010; Το Διάγραμμα 3.1 παρουσιάζει τη σχετική εικόνα για τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων.

**Διάγραμμα 3.1**

*Ποσοστό επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που θεωρούν την ίδρυση επιχείρησης το 2010 δυσκολότερη συγκριτικά με το 2009*



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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Οι Έλληνες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων ήταν το 2010 οι περισσότερο απαισιόδοξοι σχετικά με τις δυσκολίες ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης ανάμεσα σε όλες τις χώρες καινοτομίας, αλλά, όπως φαίνεται στο διάγραμμα, ανάμεσα και σε όλες τις χώρες του GEM. Ακολουθεί δε με μικρή μόνο διαφορά η Ισπανία. Ωστόσο, το πιο ενδιαφέρον στοιχείο που προκύπτει από το ανωτέρω Διάγραμμα είναι ότι η Ελλάδα είναι η μόνη χώρα από όλες που πήραν μέρος στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM το 2010, η οποία παρουσιάζει σαφή επιδείνωση αυτού του δείκτη ανάμεσα στο 2010 και στο 2009 –το ίδιο ισχύει και για την Ισπανία αλλά μόνον οριακά. Με άλλα λόγια, *ενώ η βελτίωση του δείκτη σε όλες τις χώρες ανάμεσα στα δύο έτη μπορεί να θεωρηθεί ως ένδειξη εξόδου από την ύφεση και επιστροφής στην ανάπτυξη (χαρακτηριστικό παράδειγμα η Ισλανδία), στην Ελλάδα συμβαίνει ακριβώς το αντίθετο.*

### 3.2.2 Κρίση και δυσκολίες ανάπτυξης των επιχειρήσεων

Το δεύτερο ερώτημα που διερευνήθηκε αφορά τις δυσκολίες ανάπτυξης των επιχειρήσεων το 2010, σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Εδώ η έμφαση μεταφέρεται από τις δυσκολίες στην ίδρυση μιας νέας επιχείρησης, στις δυσκολίες επιβίωσης και ανάπτυξης επιχειρήσεων που ήδη λειτουργούν. Ο Πίνακας 3.2 που ακολουθεί παρουσιάζει τα σχετικά ευρήματα για τα δύο έτη τόσο για τους καθιερωμένους επιχειρηματίες, όσο και για τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων.

**Πίνακας 3.2**

Απόψεις των Ελλήνων επιχειρηματιών διαφορετικών σταδίων σχετικά με τη δυσκολία ανάπτυξης μιας επιχείρησης το 2010 (συγκριτικά με το 2009) και το 2009 (συγκριτικά με το 2008) (% θετικών απαντήσεων)

	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες		Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων	
	2009	2010	2009	2010
Πιο δύσκολη	44,9	55,8	35,8	47,2
Σχετικά πιο δύσκολη	17,3	14,2	11,9	13,8
Αμετάβλητος βαθμός δυσκολίας	23,5	20,1	34,8	23,9
Σχετικά λιγότερο δύσκολη	9,4	3,1	10,5	3,3
Λιγότερο δύσκολη	4,9	6,7	6,9	11,8
ΣΥΝΟΛΟ	100	100	100	100

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

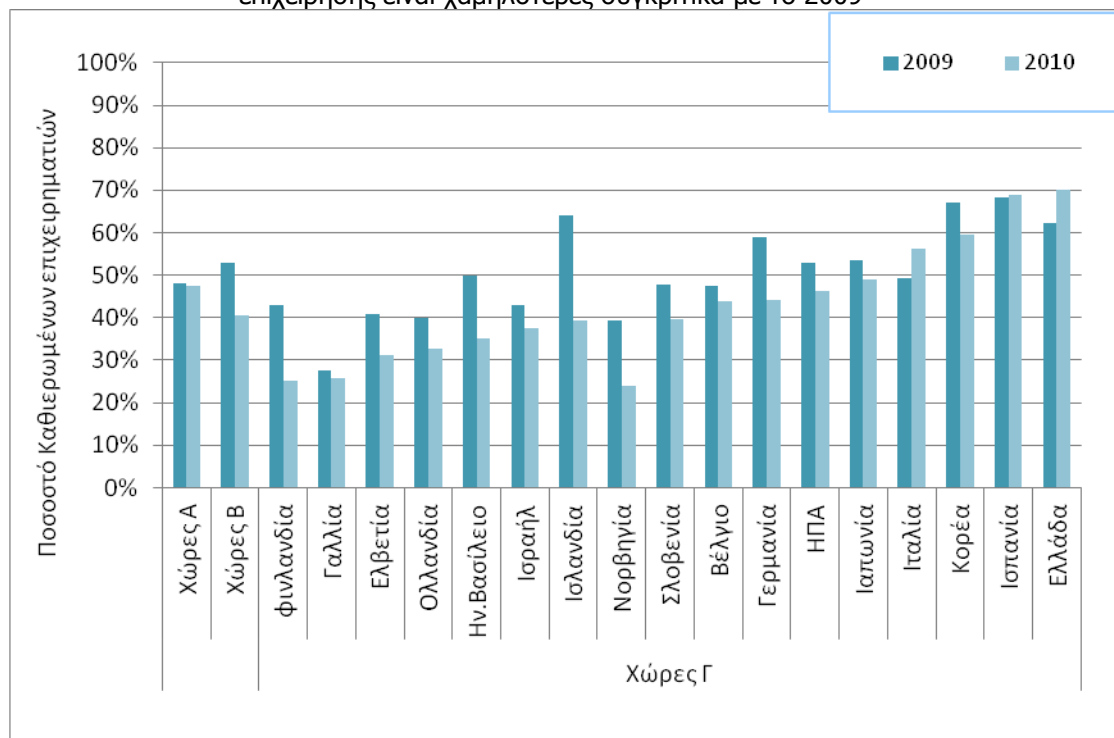
Η γενική εικόνα της επιδείνωσης είναι σαφής και εδώ. Τρεις στους πέντε επιχειρηματίες αρχικών σταδίων εκτιμούν ότι οι δυσκολίες ανάπτυξης μιας επιχείρησης ήταν μεγαλύτερες το 2010 σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Την ίδια εκτίμηση το 2009 εξέφραζαν λιγότεροι από τους μισούς- πρόκειται λοιπόν για σαφή επιδείνωση. Και πάλι, οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες είναι περισσότερο απαισιόδοξοι από τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων και τα δύο έτη, ενώ και σε αυτούς παρατηρείται αύξηση της απαισιοδοξίας το 2010 σε σχέση με το 2009. Ομοίως, οι γυναίκες επιχειρηματίες καταγράφουν εντονότερη απαισιοδοξία από τους άνδρες.

Ωστόσο, πρέπει να επισημανθεί εδώ η ιδιαίτερη σημασία αυτού του δείκτη. Σε αντίθεση με τον προηγούμενο, που αφορούσε τις δυσκολίες ίδρυσης νέων επιχειρήσεων, αυτός αφορά όλες τις λειτουργούσες επιχειρήσεις στην ελληνική οικονομία. Άρα, η εκτίμηση για αυξανόμενες δυσκολίες στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων δε μπορεί παρά να έχει άμεση και αρνητική επίπτωση στην απασχόληση και γενικότερα στις προοπτικές για το μέλλον που διαπιστώνουν οι ίδιοι οι επιχειρηματίες.

Για το λόγο αυτό, κρίνεται σημαντική η διεθνής σύγκριση του εν λόγω δείκτη για τους καθιερωμένους επιχειρηματίες. Τα σχετικά δεδομένα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 3.2.

**Διάγραμμα 3.2**

Ποσοστό καθιερωμένων επιχειρηματιών των οποίων οι προσδοκίες ανάπτυξης της επιχείρησης είναι χαμηλότερες συγκριτικά με το 2009



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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Και εδώ λοιπόν, οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες στην Ελλάδα καταγράφουν τα υψηλότερα ποσοστά απαισιοδοξίας ανάμεσα σε όλες τις χώρες του GEM σχετικά με τις δυσκολίες ανάπτυξης των επιχειρήσεων. Και μάλιστα, οι εκτιμήσεις τους επιδεινώνονται το 2010 σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Μόνο στην Ιταλία καταγράφεται κάτι αντίστοιχο. Η Ελλάδα και η Ιταλία ήταν το 2010 οι μόνες χώρες από αυτές που πήραν μέρος στην έρευνα του GEM που ο εν λόγω δείκτης κινείται αντίθετα από ό,τι στις υπόλοιπες χώρες. Με άλλα λόγια, ενώ η μείωση του δείκτη σε όλες τις άλλες χώρες μπορεί να θεωρηθεί πως υποδηλώνει ανάκαμψη των οικονομιών τους, η αύξησή του στην Ελλάδα σημαίνει ότι η οικονομία συνεχίζει να συρρικνώνεται, κάτι που αντανακλάται στις εκτιμήσεις των επιχειρηματιών για τις προοπτικές ανάπτυξης των επιχειρήσεών τους.

### 3.2.3 Η επίδραση της κρίσης στην αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών

Το τρίτο ερώτημα που διερευνά το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM αφορά την επίπτωση της κρίσης στις εκτιμήσεις των επιχειρηματιών για τις επιχειρηματικές ευκαιρίες που υπάρχουν στην οικονομία. Εδώ τα ευρήματα για την Ελλάδα είναι εξαιρετικά ενδιαφέροντα, όπως αποκαλύπτει ο Πίνακας 3.3.

**Πίνακας 3.3**

Αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών το 2010 (συγκριτικά με το 2009) και το 2009 (συγκριτικά με το 2008), Ελλάδα (% θετικών απαντήσεων)

	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες		Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων	
	2009	2010	2009	2010
Περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	3,9	3,5	3,0	12,6
Σχετικά περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	6,7	3,9	6,9	11,3
Περίπου ίσες επιχειρηματικές ευκαιρίες	19,3	11,2	33,9	12,7
Σχετικά λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	21,3	18,0	16,5	27,0
Λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	48,9	63,3	39,8	36,4
ΣΥΝΟΛΟ	100	100	100	100

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Η πρώτη παρατήρηση που προκύπτει από αυτά τα δεδομένα είναι ότι επαναλαμβάνεται

αυτό που έχει διαπιστωθεί σε σχέση με όλα τα προηγούμενα ευρήματα, η εντονότερη δηλαδή απαισιοδοξία των καθιερωμένων επιχειρηματιών σε σύγκριση με εκείνους που βρίσκονται στα πρώτα στάδια επιχειρηματικής δραστηριοποίησης, κάτι που θα σχολιαστεί στη συνέχεια. Και στα δύο λοιπόν έτη (2009 και 2010) οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες αναγνωρίζουν λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες στην οικονομία σε σύγκριση με τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων. Ωστόσο, το εντυπωσιακό είναι ότι η τάση μεταξύ των δύο ετών είναι αντίθετη για τις δύο ομάδες επιχειρηματιών: Ενώ η απαισιοδοξία των καθιερωμένων επιδεινώνεται το 2010 σε σχέση με το προηγούμενο έτος, οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων εμφανίζονται πιο αισιόδοξοι. Στην περίπτωση των τελευταίων, περίπου ένας στους τέσσερις αναγνωρίζει περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες από το 2009, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το προηγούμενο έτος ήταν μόλις ένας στους δέκα.

Επίσης ενδιαφέρον έχει το γεγονός ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες, παρ' όλο που αξιολογούν με πιο μελανά χρώματα από τους άνδρες την ευχέρεια ίδρυσης και ανάπτυξης μιας επιχείρησης, αναγνωρίζουν περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες: 27% των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων θεωρούν πως το 2010 υπήρχαν τουλάχιστον σχετικά περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες, έναντι 22% των αντίστοιχων ανδρών.

Οι απαντήσεις των Ελλήνων επιχειρηματιών στα ερωτήματα σχετικά με τον τρόπο που η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει τις επιχειρηματικές προοπτικές εγείρουν δύο ζητήματα τα οποία πρέπει να συζητηθούν αναλυτικότερα. Το πρώτο αφορά στη μεγαλύτερη απαισιοδοξία των καθιερωμένων επιχειρηματιών σε σύγκριση με τους αρχικών σταδίων, που καταγράφεται συστηματικά σε όλα τα ευρήματα που παρουσιάστηκαν παραπάνω. Μία πιθανή εξήγηση –η οποία είχε προταθεί και στην προηγούμενη Έκθεση του IOBE για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα- είναι η μεγαλύτερη εμπειρία, η τριβή με τα καθημερινά προβλήματα και η βαθύτερη αντίληψη των απαιτήσεων για τη λειτουργία μιας επιχείρησης των καθιερωμένων επιχειρηματιών. Οι παράγοντες αυτοί, μπορεί να υποτεθεί ότι εισάγουν έναν εντονότερο ρεαλισμό στον τρόπο που οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν τα πράγματα, άρα και μια πιο ρεαλιστική κατανόηση των δυσκολιών που δημιουργεί η κρίση.

Ωστόσο, υπάρχει και μια δεύτερη υπόθεση που ενδεχομένως συμβάλλει στην καλύτερη εξήγηση της διαφοράς μεταξύ καθιερωμένων και επιχειρηματιών αρχικών σταδίων. Οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν τις προοπτικές που διαμορφώνει η συγκυρία της ύφεσης για τη συγκεκριμένη επιχείρηση που έχουν αναπτύξει και διοικούν. Με άλλα λόγια, είναι κατά κάποιο τρόπο «παγιδευμένοι» σε μια πολύ συγκεκριμένη οπτική γωνία υπό την οποία παρατηρούν τις διαγραφόμενες προοπτικές. Αντίθετα, οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων –και κυρίως εκείνοι που εισέρχονται στον επιχειρηματικό στίβο για την εκμετάλλευση μιας ευκαιρίας- δεν εξαρτώνται από οποιαδήποτε πρότερη κατάσταση. Είναι άρα σε θέση να

επιλέξουν ένα σχέδιο δράσης με μεγαλύτερη ευελιξία, απαλλαγμένο από οποιαδήποτε «βαρίδια» του παρελθόντος. Ακόμα λοιπόν και αν υποτεθεί ότι η αισιοδοξία τους είναι αβάσιμη και ότι προέρχεται από άγνοια των πραγματικών δυσκολιών του περιβάλλοντος μέσα στο οποίο πρόκειται να δραστηριοποιηθούν, το γεγονός ότι είναι σε θέση να επιλέξουν με προσοχή τον τομέα στον οποίο θα δραστηριοποιηθούν τούς επιτρέπει να κατευθυνθούν προς τα εκεί που διαβλέπουν τις καλύτερες ευκαιρίες, ελεύθεροι από οποιαδήποτε «κληρονομιά» του παρελθόντος.

Το δεύτερο ζήτημα είναι η αύξηση της αισιοδοξίας των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων ανάμεσα στο 2010 και το 2009, η οποία, αν μάλιστα λάβει κανείς υπ' όψη την επιδείνωση της ύφεσης κατά το τελευταίο έτος, φαίνεται να είναι θεαματική. Πρόκειται για εξαιρετικά αποκαλυπτικό εύρημα, καθώς παρέχει μια εμπειρική επιβεβαίωση της συχνά επαναλαμβανόμενης υπόθεσης ότι *η κρίση δημιουργεί ευκαιρίες*. Συνδυάζοντας τα δύο συμπεράσματα θα μπορούσε να υποστηρίξει κανείς πως οι επιχειρηματίες αυτοί είναι σε θέση να αξιολογούν ευκαιρίες επιχειρηματικής δραστηριοποίησης απαλλαγμένοι από οποιαδήποτε «βαρίδια» του παρελθόντος, γεγονός που τους επιτρέπει να αντιμετωπίζουν το μέλλον με μεγαλύτερη αισιοδοξία, όχι κατ' ανάγκην μη ρεαλιστική. Άρα, παρ' όλο το μικρό κατά κανόνα μέγεθος των εγχειρημάτων που ξεκινούν, η επίδρασή τους στη μεγέθυνση της ελληνικής οικονομίας μπορεί να είναι αξιόλογη. Άλλωστε, με δεδομένο το χαμηλό επίπεδο οικονομικών προσδοκιών στην Ελλάδα σήμερα, η ύπαρξη νησίδων, έστω και μικρών, που πηγαίνουν αντίθετα στη γενική τάση έχει μια ιδιαίτερη αξία.

### **3.3 Η «μικρή» επιχειρηματικότητα στην εποχή της κρίσης: Αναζητώντας ψήγματα αισιοδοξίας**

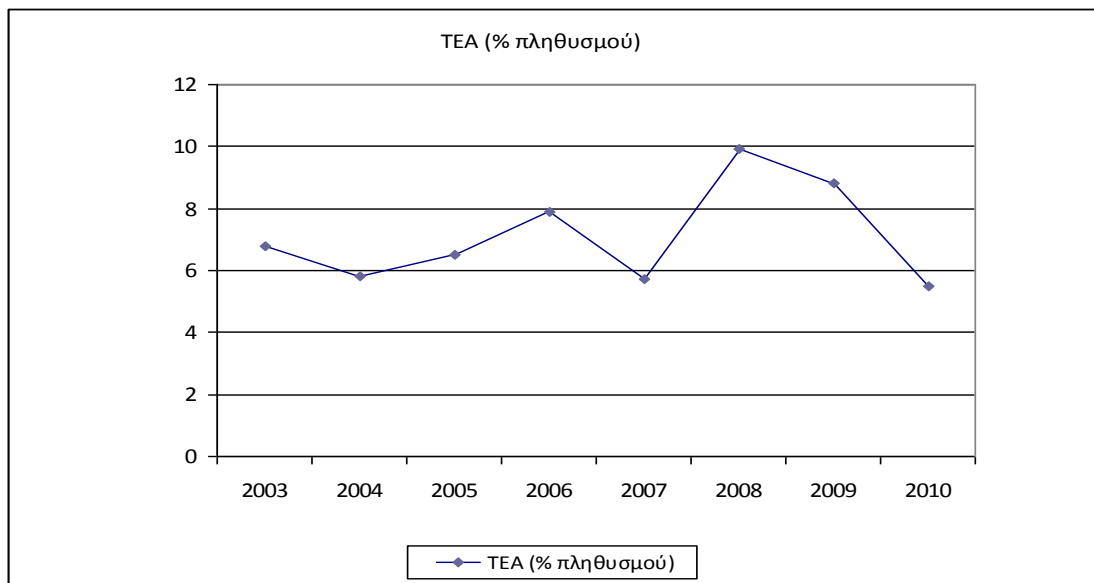
Πέρα από τις σχετικά ευνοϊκές παραπάνω διαπιστώσεις, είναι φανερό από τα Κεφάλαια που προηγήθηκαν ότι η γενική εικόνα της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα το 2010 ήταν αρνητική, κάτι βεβαίως απόλυτα αναμενόμενο με δεδομένο ότι η ελληνική οικονομία βρισκόταν ήδη σε κατάσταση επιδεινούμενης ύφεσης το χρονικό διάστημα διεξαγωγής της έρευνας. Ωστόσο, τα ευρήματα του GEM αποκαλύπτουν επίσης και αξιοσημείωτες μετατοπίσεις σε σχέση με το παρελθόν, κάποιες από οποίες αποκαλύπτουν ενδεχομένως εστίες δυναμικών προοπτικών της νέας επιχειρηματικότητας στη χώρα.

Πριν όμως από αυτές τις επισημάνσεις, είναι χρήσιμο να παρουσιαστεί η γενική εικόνα της εξέλιξης του δείκτη Επιχειρηματικότητας Αρχικών Σταδίων κατά την τελευταία οκταετία, από το πρώτο δηλαδή έτος ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM (2003)

μέχρι και σήμερα. Όπως φαίνεται καθαρά στο Διάγραμμα 3.3, ο δείκτης κινείται σε ένα σχετικά μικρό εύρος διακύμανσης τα πρώτα πέντε χρόνια, ανάμεσα στο ανώτατο 7,9% (το 2006), έως στο κατώτατο 5,7% (το 2007). Αλλά η διακύμανση αυξάνει έντονα την επόμενη τριετία, την περίοδο δηλαδή της κρίσης. Τότε είναι που ο δείκτης εμφανίζει την υψηλότερη τιμή ολόκληρης της οκταετίας (9,9% το 2009), αλλά και τη χαμηλότερη (5,3% το 2010). Μάλιστα, τα πρώτα στοιχεία από την έρευνα του 2011 δείχνουν ότι ο δείκτης και πάλι εκτινάσσεται στο 8%.

### Διάγραμμα 3.3

Εξέλιξη του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων (TEA) στην Ελλάδα, 2003-2010



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Πώς μπορεί να εξηγηθεί αυτή η έντονη διακύμανση; Φαίνεται ότι με την εμφάνιση της κρίσης –έστω και αν το 2008 δεν είχε επηρεάσει ακόμα άμεσα ή έντονα τη ζωή των Ελλήνων– οι τελευταίοι αντέδρασαν κάνοντας αυτό που ξέρουν να κάνουν καλύτερα: ιδρύοντας περισσότερες μικρές επιχειρήσεις και καταφεύγοντας στην αυτοαπασχόληση. Το γεγονός ότι η κίνηση αυτή ήταν σε μεγάλο βαθμό βεβαιωμένη, εξηγεί γιατί ο δείκτης κατακρημνίζεται μετά το 2008, καθώς οι επιχειρηματικές ευκαιρίες μειώνονται με την ύφεση. Αλλά το ίδιο το γεγονός ότι η κρίση συνεχίζεται –και η ύφεση βαθαιίνει περαιτέρω– οδηγεί στην εκ νέου ενίσχυση της μικρής επιχειρηματικότητας, καθώς οι προοπτικές απασχόλησης επιδεινώνονται.

Όπως υπογράμμισε και η περσινή Έκθεση του IOBE για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, αυτή η αντίδραση στην κρίση παρατηρείται κυρίως σε χώρες χαμηλού επιπέδου ανάπτυξης, και σίγουρα όχι στις σχετικά πλούσιες χώρες. Ωστόσο, το γεγονός ότι οι ποιοτικοί δείκτες της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων επιδεινώνονται μεν, όχι δραστικά δε,

υποδηλώνει ότι το αναπτυξιακό δυναμικό της μικρής επιχειρηματικότητας παραμένει υπολογίσιμο, ακόμα και μέσα στην κρίση. Οι σκέψεις αυτές οδηγούν στο συμπέρασμα ότι, στο ελληνικό πλαίσιο, η «μικρή» επιχειρηματικότητα και η αυτοαπασχόληση ίσως αποδειχθεί ότι εμπεριέχουν μεγαλύτερη αναπτυξιακή δυναμική, από ό,τι σε άλλες ανεπτυγμένες χώρες. Είναι ακριβώς αυτοί οι συλλογισμοί που δικαιολογούν την περαιτέρω ανάλυση των ευρημάτων της φετινής έρευνας του GEM και την αναζήτηση χαρακτηριστικών της «μικρής» επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα που να μπορεί να θεωρηθούν «ψήγματα αισιοδοξίας», όπως αναφέρεται στον τίτλο αυτού του Μέρους.

### 3.3.1 Το παράδοξο της επιχειρηματικότητας ανάγκης

Ένα πρώτο χαρακτηριστικό που αξίζει να σημειωθεί είναι το γεγονός ότι, αν και η οικονομία βρίσκεται σε κατάσταση ύφεσης, η επιχειρηματικότητα ανάγκης ως ποσοστό του συνολικού πληθυσμού μειώνεται το 2010, και μάλιστα για τρίτο συνεχόμενο έτος. Επιπλέον, δεδομένης της προϊούσας κρίσης που το χρονικό διάστημα διεξαγωγής της έρευνας είχε ήδη σημαντικές επιπτώσεις στην οικονομία, η επιχειρηματικότητα ανάγκης ανάμεσα στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων αυξήθηκε ελάχιστα. Έτσι, το φαινόμενο της σταθερής μείωσης του δείκτη της επιχειρηματικότητας ανάγκης ως ποσοστό του συνολικού πληθυσμού εν μέσω της κρίσης γεννά εύθετα ερωτηματικά. Πώς μπορεί λοιπόν να εξηγηθεί αυτό το εύρημα;

Μια εύλογη υπόθεση είναι ότι η κρίση *έχει μεταβάλει ριζικά τον τρόπο με τον οποίο οι ίδιοι οι νέοι επιχειρηματίες αντιλαμβάνονται τις έννοιες της επιχειρηματικότητας ανάγκης και της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας*. Μια δραστηριότητα η οποία πριν μερικά χρόνια θα ήταν ελκυστική μόνο για λόγους ανάγκης, σήμερα ενδεχομένως να γίνεται αντιληπτή ως καλή επιχειρηματική ευκαιρία, ή τουλάχιστον να μη θεωρείται ως υποδεέστερη επιλογή όπως θα συνέβαινε παλαιότερα. Η αιτία αυτής της εξέλιξης σχετίζεται με τη διαφοροποίηση της αντίληψης του νέου επιχειρηματία για το σημείο εκκίνησης, το σημείο δηλαδή στο οποίο βρίσκεται τη στιγμή που προβληματίζεται για τον αν θα εισέλθει στον επιχειρηματικό στίβο ή όχι. Αν η ύπαρξη μισθωτής απασχόλησης μπορούσε να θεωρηθεί μέχρι πρόσφατα ως μέσο εξασφάλισης ενός σταθερού και ικανοποιητικού επιπέδου ζωής, η ύφεση αυξάνει δραστικά την επισφάλεια αυτού του σημείου εκκίνησης. Σε αυτό το πλαίσιο, η επιχειρηματική δραστηριοποίηση ενδεχομένως κατανοείται ως μια περισσότερο ασφαλής επιλογή, και έτσι ο νέος επιχειρηματίας μπορεί να μην την αντιλαμβάνεται ως επιλογή ανάγκης.

Μία ένδειξη για το βάσιμο αυτής της εξήγησης παρέχει ένα άλλο εύρημα που συζητήθηκε στο Κεφάλαιο 1, το γεγονός δηλαδή ότι το 2010 καταγράφεται αύξηση των επιχειρηματιών ευκαιρίας που δηλώνουν ότι εισέρχονται στον επιχειρηματικό στίβο

επιδιώκοντας την εργασιακή τους ανεξαρτησία, ενώ μειώνεται το ποσοστό εκείνων που δηλώνουν ότι το κάνουν για να εξασφαλίσουν υψηλότερο εισόδημα. Είναι εύλογο να υποθέσει κανείς ότι μέσα στην ύφεση η επιδίωξη ανεξαρτησίας δε μπορεί να εξηγηθεί από το γνωστό ρητό που θεωρείται ότι περιγράφει την προδιάθεση του Έλληνα να «μη θέλει κανένα πάνω απ' το κεφάλι του», αλλά μάλλον από την αίσθηση της αυξανόμενης ανασφάλειας για την παρούσα θέση εργασίας.

Αν έτσι έχουν τα πράγματα, αυτό δε μπορεί παρά να αντανακλάται σε κάποια χαρακτηριστικά του προφίλ των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που δηλώνουν ως κίνητρο την ανάγκη. Πράγματι, προκύπτουν εδώ ενδιαφέροντα ευρήματα, ιδιαίτερα σχετικά με την εξέλιξη του εκπαιδευτικού επιπέδου των επιδοξων επιχειρηματιών που δήλωσαν ως κίνητρο την ανάγκη. Ο Πίνακας 3.4 παρουσιάζει τα σχετικά δεδομένα.

**Πίνακας 3.4**

Επίπεδο εκπαίδευσης Επιδοξων Επιχειρηματιών με κύριο κίνητρο την ανάγκη, Ελλάδα (2008-2010)

%	Καμία εκπαίδευση	Μερική δευτεροβάθμια	Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση	Μετα-δευτεροβάθμια εκπαίδευση	Μεταπτυχιακός τίτλος
<b>2008</b>	0,0	8,5	70,1	21,1	0,0
<b>2009</b>	0,0	10,7	59,3	30,0	0,0
<b>2010</b>	18,4	10,4	15,3	50,1	5,8

Πηγή: GEM, Επεξεργασία στοιχείων IOBE

Ενώ λοιπόν το 2008 ένας στους πέντε επιχειρηματίες που ξεκινούσαν τη δραστηριότητά τους είχε ολοκληρώσει μετα-δευτεροβάθμια εκπαίδευση (ανώτερη/ανώτατη), το 2010 το ίδιο ίσχυε για έναν στους δύο. Επιπλέον, το 2010 καταγράφεται ένα ποσοστό της τάξης του 5,8% κατόχων μεταπτυχιακού τίτλου, ενώ στις προηγούμενες έρευνες δεν είχαν εντοπιστεί επιδοξοι επιχειρηματίες αυτού του εκπαιδευτικού επιπέδου. Πρόκειται για εύρημα με εξαιρετική σημασία, καθότι υποδηλώνει ότι η δεξαμενή από την οποία προέρχονται οι επιδοξοι επιχειρηματίες, έστω και εκείνοι που δηλώνουν την ανάγκη ως βασικό κίνητρο της δραστηριοποίησής τους, είναι ποιοτικά πολύ ανώτερη από το παρελθόν. Φαίνεται λοιπόν ότι η ύφεση έχει δημιουργήσει μια κατάσταση, λόγω κυρίως των δυσκολιών εύρεσης εργασίας, όπου η επιχειρηματική επιλογή γίνεται πολύ ελκυστικότερη από το παρελθόν. Ακόμα λοιπόν και αν το κίνητρο αυτών των ανθρώπων στην εκκίνηση της σταδιοδρομίας τους είναι η ανάγκη, διαθέτουν προσόντα τα οποία είναι δυνατό να τους επιτρέψουν μια καλύτερη πορεία στο μέλλον. Να λοιπόν ένα πρώτο ψήγμα αισιοδοξίας.

## 3.3.2 Δραστηριοποίηση μεγαλύτερων ηλικιών

Το δεύτερο χαρακτηριστικό που αξίζει να συζητηθεί είναι η σχετική «γήρανση» των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που παρατηρείται στην Ελλάδα το 2010. Όπως αποκαλύφθηκε στο Κεφάλαιο 2, ενώ το ηλικιακό κλιμάκιο που εμφάνιζε συνήθως το υψηλότερο ποσοστό επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά το παρελθόν ήταν εκείνο μεταξύ 25 και 34, το 2010 το κλιμάκιο που φαίνεται να κυριαρχεί είναι εκείνο μεταξύ 45 και 54 ετών. Αυτό δε, παρατηρείται τόσο για τις γυναίκες, όσο και για τους άνδρες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων. Με άλλα λόγια, *μεγαλύτερες ηλικίες ωθούνται προς την επιχειρηματική δραστηριοποίηση σε σύγκριση με το παρελθόν*. Ο Πίνακας 3.5 παρουσιάζει τα ηλικιακά δεδομένα.

**Πίνακας 3.5**

Ποσοστό επιχειρηματιών αρχικών σταδίων ανά ηλικιακή ομάδα, Ελλάδα

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	ΣΥΝΟΛΟ
<b>2007</b>	12,7	23,6	24,0	21,4	18,3	100
<b>2008</b>	9,3	41,2	21,6	17,0	10,8	100
<b>2009</b>	12,5	35,2	30,7	13,1	8,5	100
<b>2010</b>	6,7	22,9	26,7	35,2	8,6	100

Πηγή: GEM, Επεξεργασία στοιχείων IOBE

Με δεδομένη τη βαθιά ύφεση στην οποία βρίσκεται η ελληνική οικονομία, το εύρημα αυτό δεν είναι δύσκολο να εξηγηθεί. Η ανεργία πλήττει μεν όλες τις ηλικίες, αλλά οι δυσχέρειες εύρεσης νέας απασχόλησης είναι συνήθως εντονότερες προϊούσης της ηλικίας. Αυτό δε σημαίνει ότι όλοι όσοι ξεκινούν επιχειρηματική δραστηριότητα σε μεγαλύτερη ηλικία έχουν ήδη χάσει τη δουλειά τους, αλλά και μόνο ο φόβος για αυτό το ενδεχόμενο μπορεί να λειτουργεί ως σημαντικό κίνητρο. Σημαντικό παράγοντα ενδεχομένως να αποτελούν και οι αλλαγές στο ασφαλιστικό σύστημα, καθώς η παράταση του εργασιακού βίου –ιδίως βεβαίως για τις γυναίκες– που εισήγαγε η πρόσφατη μεταρρύθμιση, αλλά και οι μειώσεις στις συντάξεις κατά την τελευταία διετία, έχουν επηρεάσει αρνητικά τις εισοδηματικές προοπτικές των μεγαλύτερων ηλικιών. Από την άλλη πλευρά, τα άτομα των μεγαλύτερων ηλικιών μπορεί να έχουν κάποιες αποταμιεύσεις που τους δίνουν την οικονομική δυνατότητα να ξεκινήσουν ένα νέο επιχειρηματικό εγχείρημα με σχετικά μεγαλύτερη ευκολία από ό,τι οι νεότεροι.

Η μικρή συμμετοχή των νεότερων ηλικιών στον επιχειρηματικό στόβο θεωρείται γενικώς ως φαινόμενο αρνητικό στη διεθνή βιβλιογραφία, καθώς υποτίθεται ότι στερεί από μια οικονομία το δυναμισμό των νέων. Ωστόσο, αυτό δε σημαίνει αναγκαστικά ότι η εντονότερη δραστηριοποίηση των μεγαλύτερων ηλικιών έχει μικρότερη αναπτυξιακή επίπτωση στην

οικονομία. Τα μεγαλύτερα σε ηλικία άτομα, και ιδίως εκείνα που έχουν πίσω τους μια μακρόχρονη σταδιοδρομία στο χώρο της αγοράς, έχουν μεγαλύτερη εμπειρία στη διάγνωση της πραγματικής κατάστασης και την αντίληψη ευκαιριών που πιστεύουν βάσιμα ότι μπορούν να γίνουν αντικείμενο εκμετάλλευσης. Από την άλλη πλευρά, η μακρά επαγγελματική εμπειρία τους οδηγεί ίσως σε πιο προσεκτική εκτίμηση των πραγματικών προοπτικών των ευκαιριών που αντιλαμβάνονται. Και είναι φανερό ότι κάποιος βαθμός «συντηρητισμού» δεν είναι απαραίτητα κακή βάση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση, καθώς μπορεί να προφυλάξει από επιχειρηματικές επιπολαιότητες. Ενδεχομένως λοιπόν, υπάρχει εδώ ένα δεύτερο ψήγμα αισιοδοξίας.

### 3.3.3 Η κλαδική διαφοροποίηση

Μέσω της ανάλυσης της κλαδικής διάστασης της νέας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα εμφανίζεται ένα τρίτο χαρακτηριστικό που αξίζει να συζητηθεί, δεδομένου ότι φαίνεται πως η κρίση μεταβάλλει σημαντικά τη μέχρι τώρα εικόνα.

Πριν από την κρίση, η Ελλάδα κατέγραφε ένα από τα υψηλότερα ποσοστά ανάμεσα στις χώρες του GEM –κάποια έτη ήταν το υψηλότερο- νέων εγχειρημάτων που προσφέρουν αγαθά και υπηρεσίες στον τελικό καταναλωτή. Στις Εκθέσεις του IOBE αυτό αντιμετωπιζόταν ως αρνητικό χαρακτηριστικό, καθώς αποκάλυπτε ότι οι νέοι επιχειρηματίες αποφάσιζαν τη δραστηριότητα με την οποία θα ασχοληθούν σκεπτόμενοι και οι ίδιοι ως καταναλωτές, κρίνοντας δηλαδή με βάση τα αγαθά και τις υπηρεσίες που οι ίδιοι θεωρούν ότι θα ζητηθούν για τελική κατανάλωση. Με άλλα λόγια, το μεγαλύτερο ποσοστό των νέων εγχειρημάτων τοποθετούνταν στον τελευταίο κρίκο της αλυσίδας αξίας της οικονομίας, χωρίς να είναι σε θέση να αυξήσουν την προστιθέμενη αξία ολόκληρης της αλυσίδας, όπως θα συνέβαινε αν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες εκδηλώνονταν καθ' όλο το μήκος της. Αυτό χαρακτηριζόταν από το IOBE ως αρνητικό ποιοτικό χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, καθώς μείωνε τις αναπτυξιακές επιπτώσεις που θα μπορούσε να έχει στην εγχώρια οικονομία.

Φαίνεται λοιπόν ότι η κρίση ανατρέπει αυτή την εικόνα. Όπως αποκαλύπτει ο Πίνακας 1.6 στο Κεφάλαιο 1, το ποσοστό των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που πρόκειται να απευθυνθούν στον τελικό καταναλωτή μειώνεται σταθερά από το υψηλό 63,5% το 2006, στο 46,2% το 2010. Πρόκειται ουσιαστικά για το φαινόμενο των *κλειστών μαγαζιών*, που κάθε Έλληνας αντιλαμβάνεται ως αποτέλεσμα της κρίσης στον άμεσο κοινωνικό του περίγυρο. Τα ευρήματα του GEM επιβεβαιώνουν λοιπόν το φαινόμενο αυτό, καθώς αποδεικνύουν ότι οι νέοι επιχειρηματίες αντιλαμβάνονται πως μειώνεται δραστικά σε σχέση με το παρελθόν η δυνατότητα κερδοφόρας πρόσβασης στον τελικό καταναλωτή.

Η μείωση αναπληρώνεται από αύξηση του ποσοστού των νέων επιχειρημάτων που εκδηλώνονται είτε στον κλάδο της μεταποίησης (2009), είτε στον κλάδο των υπηρεσιών προς επιχειρήσεις (2010). Σε οποιαδήποτε περίπτωση πάντως, φαίνεται ότι η κρίση ανατρέπει το ποιοτικά αρνητικό χαρακτηριστικό που καταγραφόταν στις προηγούμενες έρευνες, καθώς τα νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα φαίνεται πλέον ότι εκδηλώνονται και στα αρχικά στάδια της αλυσίδας αξίας, σε μεγαλύτερο βαθμό σε σύγκριση με το παρελθόν. Είναι βέβαιο λοιπόν ότι πρόκειται για ποιοτική αναβάθμιση της νέας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, ιδίως μάλιστα αν συνδυαστεί με τα πρώτα δύο χαρακτηριστικά που συζητήθηκαν παραπάνω. *Το γεγονός ότι η νέα επιχειρηματικότητα εκδηλώνεται πλέον και σε υψηλότερα κλιμάκια της αλυσίδας αξίας, από άτομα με ανώτερα εκπαιδευτικά προσόντα και με μεγαλύτερη επαγγελματική εμπειρία σε σύγκριση με το παρελθόν, αυξάνει τις πιθανότητες επιτυχίας αυτών των εγχειρημάτων, αλλά και τις αναπτυξιακές τους προοπτικές.*

#### 3.3.4 Το παράδοξο της χρηματοδότησης

Στο Κεφάλαιο 1 παρουσιάστηκαν αναλυτικά και συζητήθηκαν τα ευρήματα της έρευνας του GEM σχετικά με τους λόγους που οδηγούν στη διακοπή ή αναστολή της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια. Τα σχετικά δεδομένα παρουσιάζονται στον Πίνακα 1.4β. Εδώ προκύπτει ένα τέταρτο ενδιαφέρον χαρακτηριστικό της νέας επιχειρηματικότητας.

Το 2010, επτά στους δέκα επιχειρηματίες που διέκοψαν τη δραστηριότητά τους δήλωσαν ότι το έκαναν επειδή η επιχείρησή τους δεν ήταν κερδοφόρα. Πρόκειται για επίδοση διπλάσια από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας, αλλά και όλων των χωρών που έλαβαν μέρος στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Αντίθετα, είναι ελάχιστοι –μόλις ένας στους είκοσι– όσοι δήλωσαν ως βασικό λόγο της διακοπής προβλήματα χρηματοδότησης. Είναι λοιπόν εντυπωσιακό ότι, εν μέσω μιας κρίσης με βασικό χαρακτηριστικό τη δραστική συρρίκνωση της ρευστότητας, η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα δε φαίνεται να επηρεάζεται αποφασιστικά από αυτή την εξέλιξη.

Πώς μπορεί να εξηγηθεί αυτό το παράδοξο; Μία απάντηση προκύπτει από τη διερεύνηση των πηγών χρηματοδότησης που επίσης παρουσιάστηκε στο Κεφάλαιο 1. Κατά την τελευταία τριετία παρατηρείται εντυπωσιακή αύξηση του ποσοστού του πληθυσμού που λειτουργούν ως άτυποι επενδυτές, χρηματοδοτούν δηλαδή την ίδρυση επιχειρήσεων από άλλους. Μάλιστα, όπως επίσης διαπιστώθηκε στο Κεφάλαιο 1, οι χρηματοδοτήσεις αυτές κατευθύνθηκαν κυρίως σε άτομα της στενής οικογένειας του άτυπου επενδυτή, παρατήρηση που ισχύει διαχρονικά στην Ελλάδα. Με δεδομένο δε ότι η πλειονότητα των επιχειρήσεων που

καταγράφει η έρευνα του GEM είναι μικρού μεγέθους, τα ευρήματα αυτά ενδεχομένως υποδηλώνουν ότι η οικογένεια ανέλαβε στην Ελλάδα να καλύψει τα κενά στη χρηματοδότηση που δημιουργήσε στη φάση της κρίσης η συρρίκνωση της ρευστότητας του τραπεζικού συστήματος.

Σε προηγούμενες Εκθέσεις του IOBE για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, η υπερβολική εξάρτηση από την οικογενειακή χρηματοδότηση αντιμετωπιζόταν ως ένα ποιοτικά αρνητικό χαρακτηριστικό της χώρας. Η κρίση αυτή βασιζόταν στην υπόθεση ότι, στην περίπτωση που ο βασικός χρηματοδότης ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος είναι η στενή οικογένεια του επιχειρηματία, ενδεχομένως η απόφαση δεν βασίζεται σε ορθολογικά οικονομικά κριτήρια, με αποτέλεσμα να μη γίνεται η αποτελεσματικότερη δυνατή χρήση των οικογενειακών πόρων. Ωστόσο, σε κατάσταση κρίσης και ιδιαίτερα σε κατάσταση μεγάλων περιορισμών στον τραπεζικό δανεισμό, η ύπαρξη της δυνατότητας χρηματοδότησης από την οικογένεια –έστω και περιορισμένης δεδομένης της ύφεσης και των επιπτώσεών της στα εισοδήματα και στις αποταμιεύσεις- είναι σημαντική. Ενδεχομένως λοιπόν, από ποιοτικά αρνητικό χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα τα προηγούμενα χρόνια, η σχετική σταθερότητα που προσφέρει η οικογενειακή χρηματοδότηση στην περίοδο της κρίσης μπορεί να αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την επανεκκίνηση της ανάκαμψης.

## **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.

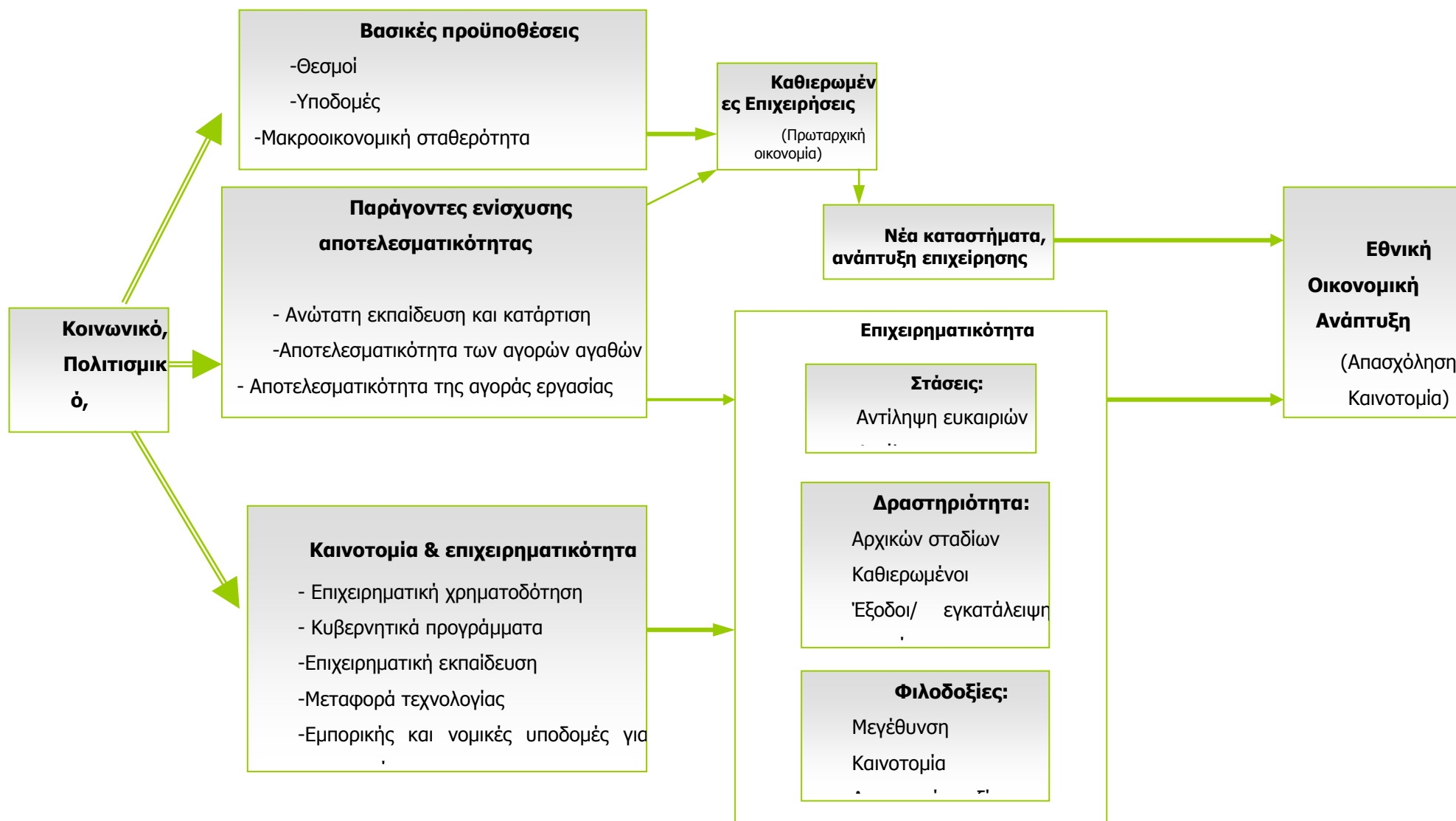
Ωστόσο, η σημασία των Διαστάσεων του Επιχειρηματικού Πλαισίου διαφέρει ανάλογα με το επίπεδο ανάπτυξης κάθε χώρας. Για παράδειγμα, υπάρχουν κάποιες βασικές συνθήκες ή προϋποθέσεις –όπως κάποιοι βασικοί θεσμοί, βασικές υποδομές, καθώς τα επίπεδα υγείας και παιδείας- οι οποίες επηρεάζουν άμεσα το πλαίσιο 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 επιχειρηματικότητας που συζητήθηκαν προηγουμένως: τις επιχειρηματικές στάσεις και αντιλήψεις, την επιχειρηματική δραστηριότητα και τις επιχειρηματικές φιλοδοξίες. Από την άλλη πλευρά, όπως έχει επίσης συζητηθεί, οι τρεις πλευρές έχουν διαφορετική σημασία στον κάθε τύπο οικονομικής ανάπτυξης.

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



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

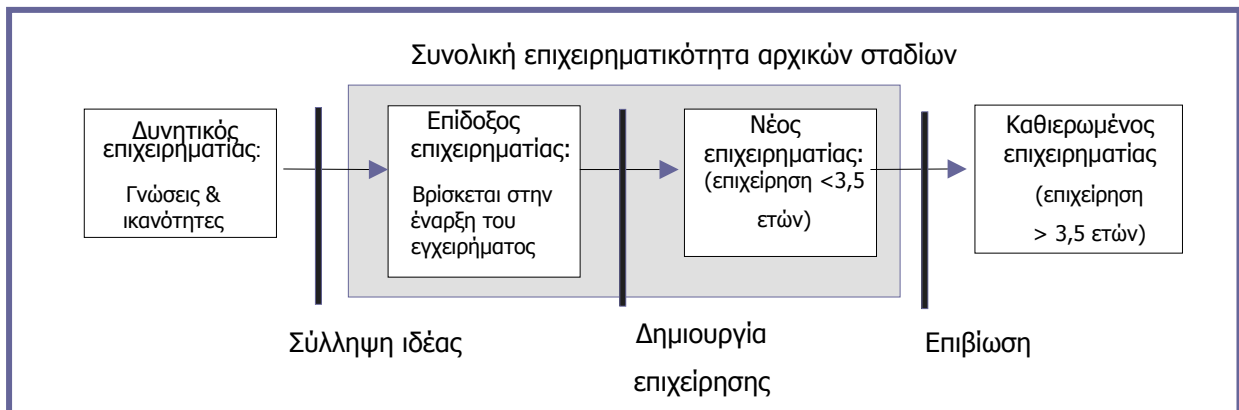
Η έρευνα αναγνωρίζει και τη σημασία των διαδικασιών, των συμπεριφορών και των συγκυριών που οδήγησαν ένα άτομο στην ανάληψη επιχειρηματικής δράσης (μιας και η επιχειρηματικότητα είναι μια διαδικασία που αρχίζει αρκετά προτού μια εταιρία γίνει λειτουργική), ενώ δεν αμελείται και η εξέταση των παραγόντων 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 προκαταρκτικές ενέργειες προετοιμασίας της επένδυσής του, β) για τα άτομα που είναι που έχουν ξεκινήσει μόλις τη λειτουργία του εγχειρήματός τους και γ) για τα άτομα που είναι ιδιοκτήτες / διοικούν μια καθιερωμένη επιχείρηση.

Στο Σχήμα 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**

<b>Επίδοξοι Επιχειρηματίες</b> (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που – κατά το τελευταίο 12-μηνο από τη στιγμή της έρευνας - είχαν ξεκινήσει κάποιες προκαταρκτικές ενέργειες στην κατεύθυνση έναρξης ενός νέου εγχειρήματος (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης), στο οποίο θα είναι ιδιοκτήτες είτε του συνόλου, ή κάποιου μέρους του («συνεταίρος»). Οι ενέργειες αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν από τη συγκέντρωση κεφαλαίου και την αναζήτηση χώρων εγκατάστασης και απαραίτητου εξοπλισμού, έως τη σύνταξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου για αναζήτηση χρηματοδότη, κ.α. Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται ωστόσο και όσοι/όσες έχουν προχωρήσει πράγματι στην έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης και έχουν ήδη πληρώσει μισθούς ή έχουν έναν κύκλο εργασιών από αυτή τη δραστηριότητα, όχι όμως για διάστημα μεγαλύτερο των τελευταίων τριών μηνών. Επιπροσθέτως, αυτή η ενέργεια ενδεχομένως να εντάσσεται στην υπάρχουσα εργασία του ατόμου και να πραγματοποιείται για λογαριασμό του εργοδότη, με τη συμμετοχή του ερωτώμενου να αφορά έτσι έναν διοικητικό / διευθυντικό ρόλο και όχι απαραίτητα ιδιοκτησία.
<b>Νέοι Επιχειρηματίες</b> (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που τη στιγμή της έρευνας ήταν ιδιοκτήτες – συμμετείχαν στην ιδιοκτησία ενός νέου εγχειρήματος / δραστηριότητας για το οποίο έχουν ήδη πληρώσει μισθούς και έχουν καταγράψει ένα κύκλο εργασιών για τουλάχιστον τρεις, αλλά όχι περισσότερους από 42 μήνες
<b>Επιχειρηματίες Αρχικών Σταδίων</b> (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα που εντάσσονται στις δύο παραπάνω κατηγορίες σύμφωνα με του αντίστοιχους ορισμούς
<b>Καθιερωμένοι Επιχειρηματίες</b> (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που κατά τη στιγμή της έρευνας ήταν ιδιοκτήτες – συμμετείχαν στην ιδιοκτησία μιας καθιερωμένης επιχείρησης, δηλαδή μιας επιχείρησης που έχει πραγματοποιήσει αμοιβές, πληρωμές ή οποιεσδήποτε άλλες πληρωμές στους ιδιοκτήτες για περισσότερους από 42 μήνες.
<b>Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα</b> (% του πληθυσμού 18-64 ετών)	Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που είτε εμπλέκονται σε επιχειρηματική δραστηριότητα αρχικών σταδίων είτε είναι καθιερωμένοι επιχειρηματίες (βλ. παραπάνω)
<b>Επιχειρηματική Δραστηριότητα Αρχικών Σταδίων Υψηλών</b>	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

<b>Προσδοκιών Μεγέθυνσης (% του πληθυσμού 18-64 ετών)</b>	
<b>Ποσοστό Αναστολής Επιχειρηματικής δραστηριότητας (% του πληθυσμού 18-64 ετών)</b>	Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που κατά τους τελευταίους 12 μήνες από τη στιγμή της έρευνας ανέστειλαν τη λειτουργία μιας επιχείρησης, εξαγόρασαν το μερίδιό τους και παραιτήθηκαν, πούλησαν την επιχείρηση εγχείρημα ή/ και γενικά έπαψαν να συμμετέχουν στη λειτουργία της ανεξάρτητα από το αν αυτή συνέχισε ή όχι τη λειτουργία της.
<b>Χαρακτηριστικά της Επιχειρηματικής Δραστηριότητας Αρχικών Σταδίων</b>	
<b>Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας</b>	Ποσοστό αυτών που εμπλέκονται σε επιχειρηματική δραστηριότητα αρχικών σταδίων (όπως αυτή ορίστηκε παραπάνω) οι οποίοι: (α) δηλώνουν ότι ασχολήθηκαν επιχειρηματικά με κίνητρο την αξιοποίηση μιας ευκαιρίας και όχι από την έλλειψη εναλλακτικών επιλογών απασχόλησης και (β) δηλώνουν ότι βασική αιτία για να αξιοποιήσουν αυτή την ευκαιρία είναι η διάθεση εργασιακής ανεξαρτησίας ή η αύξηση του εισοδήματός τους και όχι απλώς η συντήρηση του εισοδήματός τους στα ίδια επίπεδα
<b>Επιχειρηματικότητα Αρχικών Σταδίων με Υψηλές Προσδοκίες Μεγέθυνσης</b>	Ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (όπως ορίστηκαν παραπάνω) που αναμένουν να απασχολήσουν τουλάχιστον 20 απασχολούμενους στα επόμενα πέντε χρόνια.
<b>Επιχειρηματική Δραστηριότητα Αρχικών Σταδίων, με Προσανατολισμό Νέα Προϊόντα-Υπηρεσίες</b>	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.
<b>Επιχειρηματική Δραστηριότητα Αρχικών Σταδίων, με Εξωστρεφή Προσανατολισμό</b>	Ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (όπως ορίστηκαν παραπάνω) που εκτιμούν ότι τουλάχιστον 25% της πελατείας τους προέρχεται από ξένες χώρες.

#### **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<sup>ο</sup> 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<sup>ο</sup> 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<sup>ο</sup> 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<sup>ο</sup> 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](http://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 επιχειρηματικότητας<sup>19</sup>.

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

---

<sup>19</sup> Η έρευνα πληθυσμού εκπονείται από την εταιρεία Datapower 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.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

CEDEFOP, Skills Supply and Demand in Europe, Medium-term Forecast up to 2020, 2010

GEM, 2010 Global Report

McGrath R.G., MacMillan I.C., Scheinberg S. (1992), Elitists, Risk-Takers and Rugged Individualists? An Exploratory Analysis of Cultural Differences Between Entrepreneurs and Non-Entrepreneurs, *Journal of Business Venturing* 7, 115-135

World Bank, (2010) *Doing Business 2011*

IOBE, Η Ελληνική Οικονομία, Σεπτέμβριος 2011

Ιωαννίδης, Σ. (2004), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα*, Αθήνα: IOBE

Ιωαννίδης, Σ.(2007α), *Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα: 2007-13*, Αθήνα: IOBE

Ιωαννίδης, Σ. (2007β), *Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα*, Αθήνα: IOBE

Ιωαννίδης. Σ. και Τσακανίκας, Α. (2006), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2005-6*, Αθήνα: IOBE

Ιωαννίδης. Σ. και Τσακανίκας, Α. (2007), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2006-7*, Αθήνα: IOBE

Ιωαννίδης. Σ. και Τσακανίκας, Α. (2008), *Ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας Νέων και Γυναικών στην Ελλάδα*, (IOBE, εμπειρογνωμοσύνη για το Υπουργείο Ανάπτυξης)

Ιωαννίδης. Σ., Τσακανίκας, Α., Χατζηχρήστου (2009), *Η Επιχειρηματικότητα στα Πρόθυρα της Κρίσης, Η έρευνα του GEM 2008-2009*, Αθήνα: IOBE

Ιωαννίδης. Σ., Τσακανίκας, Α., Χατζηχρήστου (2010), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009-2019: Αναζητώντας Διέξοδο από την Κρίση*, Αθήνα: IOBE

Στουρνάρας, Γ. και Αλμπάνη Μ.,(2008) *Η Ελληνική Οικονομία μετά την Κρίση: Αναζητώντας ένα Νέο Αναπτυξιακό Πρότυπο*, Αθήνα: IOBE